

TV 2|DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV

Att.: Reklamejura

Radio- og tv-nævnet

3. september 2008

Sagsnr:2008-0125

Birgitte Durhuus Nielsen  
Fuldmægtig

bdn@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.:3373 3334

## **Klage over tv-reklame for Totempo "Appelsinkanon" vist på TV 2**

Yvonne Graubæk har ved e-mail af 18. maj 2008 indgivet følgende klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Totempo "Appelsinkanon" sendt på TV 2 den 8. maj 2008:

*"Totempo har en reklame der indeholder sjov med en appelsinkanon...man ser flere kommer ud i farlige situationer, hvor personskaderne kan være voldsomme."*

### **Beskrivelse**

TV 2|DANMARK A/S har som bilag til hørings svar af 11. juni 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en CD-R med reklamen for Totempo "Appelsinkanon".

Reklamen varer i alt 36 sekunder.

Reklamens første sekvens viser en mand, der stiger ud af sin bil foran en frugt- og grøntforretning. På vej mod fortovet må manden dukke sig ved et vejtræ, fordi han pludselig bliver bombarderet med appelsiner, hvoraf én formår at slå hul i bilens venstre fordør.

Der klippes til en park, hvor en mand; udklædt i et heldækkende, oppusteligt kostume med tilhørende hjelm, triller hjælpeløs rundt i græsset, mens han bliver bombarderet med appelsiner. Af reklamens videre forløb fremgår, at den udklædte mand er hovedpersonen i en polterabend.

Næste klip afslører, at appelsinerne bliver kastet af 7 jublende mænd; iført ens t-shirts med motiv af et piktogram forestillende et stiliseret samleje og teksten "*Møllers Polterabend*". I baggrunden står et bord med drikkevarer. To af mændene holder hver en såkaldt "appelsinkanon"; dvs. en hjemmelavet konstruktion bestående af to sammensatte rør på i alt ca. 1½ meter, som – med trykluft som drivmiddel – kan benyttes til at affyre f.eks. appelsiner med.

Der fokuseres på den ene af disse to mænd, som siddende på hug affyrer "appelsinkanonen" fra en position på skulderen.

Der klippes til bilen, hvis venstre forrude i samme nu knuses af en flyvende appelsin, mens bilens fører, der stadig dukker sig ved vejtræet, forsøger at værgе for sig med hænderne.

Næste klip viser den anden mand affyre sin "appelsinkanon".

Der klippes til en scooterkører, på hvis hjelm en appelsin i samme nu splatter voldsomt ud. Som følge af chokket støder scooterkøreren ind i bilens bagende; triller hen over taget og lander på gaden for foden af bilens fører. Samtidig kommer grønthandleren ud og tager sig til hovedet, og der lyder en afsluttende klirren af knust glas.

Sidste sekvens foregår i Totempos callcenter, hvor en kvindelig medarbejder udbryder:

*"Det lyder dælme som nogle store hag!  
Selvfølgelig skal vi nok være hurtigt fremme.  
Ja, du har en lånebil indenfor 20 minutter."*

Der zoomes ind på hendes fladskærm, hvor en Totempo autotransporter i samme nu kører ud af garagen med en Totempo lånebil på ladet.

På garagen står

*TOTEMPO  
whatever it takes to keep you moving*

- og nederst i skærbilledet står først

*70 157 157*

- og derefter

*Fra 360 kr. årligt*

## **HØRING**

### **TV 2|DANMARK A/S**

TV 2|DANMARK A/S har i udtalelse af 11. juni 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til Yvonne Graubæks klage:

" ...

*Vi har set filmen som en noget overdreven og humoristisk illustration af, at man kan få brug for Totempo af mange forskellige årsager. Vi har samtidig lagt vægt på, at de unge mænd med appelsinkanonen ikke har haft til hensigt at gøre skade på hverken bilen eller knallertkøreren. Formålet med deres leg er udelukkende at "drille" brudgommen, der selv er behørigt beskyttet mod skader fra appelsinerne i sin voldsomt polstrede dragt, og deltagerne er næppe klar over, at de vildfarne appelsiner ender hvor de gør. Det må også lægges til grund, at en appelsinkanon i virkeligheden ikke kan skyde med så voldsom en kraft, som i reklamens univers.*

*Efter vores vurdering ligger der i reklamens handling ikke nogen form for opfordring eller tilskyndelse til, at andre går ud og skyder på sagesløse mennesker og deres biler med en appelsinkanon eller for den sags skyld andre våben.*

*Appelsinkanoner er så vidt vides et udbredt fænomen blandt (mandlige) polterabend-deltagere, og selvom man naturligvis kan diskutere, hvorvidt det er en hensigtsmæssig måde at "fejre" et kommende bryllup på, kan aktiviteten efter vores opfattelse ikke betegnes som værende i strid med almindelig social ansvarsfølelse.*

*Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at reklamen ikke er i strid med hverken § 8, stk. 1, eller § 10, stk.3, i Reklamebekendtgørelsen.*

... "

### **Totempo A/S**

Totempo A/S v/ Bark Copenhagen har i udtalelse af 30. maj 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til Yvonne Graubæks klage:

" ...

*Netop grundet TV2s vurdering omkring at filmene skal eksekveres med tydelig humor og i overdreven stil således at man ikke som seer får oplevelsen af, at nogen kommer alvorligt til skade eller er i fare herfor, har vi lagt stor vægt på netop det humoristiske og overdrevne element i filmen. Der kan herefter ikke være nogen som helst tvivl om, at deltagerne i polterabend-arrangementet alle har det sjovt og at ingen kommer til skade eller er i reel fare herfor og at uheldet er fuldstændig usandsynligt i virkeligheden.*

(...)

*Selvom vi i spottet viser en, for mange ganske velkendt situation, netop en gruppe mænd til polterabend, der i bedste 'drengerøvsstil' har det sjovt og er i færd med at bruge en appelsinkanon, har vi for at være helt sikre på, at der ikke indgår noget som helst 'farligt' i spottet valgt at anvende den slags appelsinkanon der kører på trykluft, hvilket man også kan høre i spottet.*

*Med en trykluffs-kanon kan man styre afskydningshastighed etc, så den er ikke farlig som en appelsinkanon der f.eks. antændes. I reklamen kan man se, at vores appelsinkanon på ingen måde kan have været affyret ved antænding.*

*Herudover har vi for en sikkerheds skyld udstyret polterabend-"offeret" med en stor sumodragt og hjelm.*

*Det faktum at appelsinerne rammer en bil på den anden side af hækken er fuldstændig urealistisk med en luft-appelsinkanon.*

*Samlet er spottet blevet til et meget humoristisk TV spot der i ganske overdreven og tegneserieagtig stil viser et helt usandsynligt uheld, som det må formodes at almindelige voksne danskere godt kan gennemskue. Der er således ingen fare for at nogen almindelige voksne danskere føler sig tilskyndet til sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt.*

*Endelig henvises til Radio- og TV-nævnets afgørelse i 'klage over tv-reklame for SEAT 'Genopdag din indre drengerøv' af 29. februar 2008, hvorefter nævnet i afgørelsen lægger vægt på, at "Reklamens anvendelse af såvel humor som urealistiske virkemidler ....giver efter nævnets opfattelse større spillerum for sekvenser, der ellers ville nærme sig grænserne for behørig social ansvarsfølelse."*

### **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 26. august 2008 behandlet sagen, og skal udtale:

Yvonne Graubæk har klaget til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Totempo "Appelsinkanon" sendt på TV 2 den 8. maj 2008.

Klager anfører, at reklamen indeholder sjov med en appelsinkanon, i hvilken forbindelse man ser flere personer komme ud i farlige situationer, hvor personskaderne kan være voldsomme.

I henhold til § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal al reklame i radio og

fjernsyn, som al anden reklame, være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Endvidere foreskriver § 10, stk. 3, i samme bekendtgørelse, at reklamer ikke må tilskynde til adfærd i strid med hensynet til sikkerheden i hjemmet, på arbejdspladsen eller i trafikken, eller til farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt. Såfremt anvendelsen af et produkt kræver, at der skal tages særlige sikkerhedshensyn, skal reklamen gøre opmærksom herpå.

Reklamen for Totempo "Appelsinkanon" er baseret på de "dramatiske" hændelser, der følger i kølvandet på affyring af en såkaldt "appelsinkanon", idet de vildfarne appelsiner ender med at give en bilist behov for autohjælp, og dermed anledning til at rekvirere assistance fra Totempo.

Reklamens første sekvens viser en mand, der stiger ud af sin bil foran en frugt- og grøntforretning. På vej mod fortovet må manden dukke sig ved et vejtræ, fordi han pludselig bliver bombarderet med appelsiner, hvoraf én formår at slå hul i bilens venstre fordør.

Der klippes til en park, hvor en mand; udklædt i et heldækkende, oppusteligt kostume med tilhørende hjelm, triller hjælpeløs rundt i græsset, mens han bliver bombarderet med appelsiner. Af reklamens videre forløb fremgår, at den udklædte mand er hovedpersonen i en polterabend.

Næste klip afslører, at appelsinerne bliver kastet af 7 jublende mænd. To af mændene holder hver en såkaldt "appelsinkanon"; dvs. en hjemmelavet konstruktion bestående af to sammensatte rør på i alt ca. 1½ meter, som – med trykluft som drivmiddel – kan benyttes til at affyre f.eks. appelsiner med.

Der fokuseres på den ene af disse to mænd, som siddende på hug affyrer "appelsinkanonen" fra en position på skulderen.

Der klippes til bilen, hvis venstre forrude i samme nu knuses af en flyvende appelsin, mens bilens fører, der stadig dukker sig ved vejtræet, forsøger at værgе for sig med hænderne.

Næste klip viser den anden mand affyre sin "appelsinkanon".

Der klippes til en scooterkører, på hvis hjelm en appelsin i samme nu splatter voldsomt ud. Som følge af chokket støder scooterkøreren ind i bilens bagende; triller hen over taget og lander på gaden for foden af bilens fører. Samtidig kommer grønthandleren ud og tager sig til hovedet, og der lyder en afsluttende klirren af knust glas.

Sidste sekvens foregår i Totempos callcenter, hvor en kvindelig medarbejder udbryder:

*"Det lyder dælme som nogle store hagl!  
Selvfølgelig skal vi nok være hurtigt fremme.  
Ja, du har en lånebil indenfor 20 minutter."*

Afslutningsvis zoomes der ind på hendes fladskærm, hvor en Totempo autotransporter i samme nu kører ud af garagen med en Totempo lånebil på ladet.

Radio- og tv-nævnet skal bemærke, at resultaterne af de vildfarne appelsiner – en knust bilrude og et voldsomt trafikuheld, som offeret uden videre kan rejse sig fra – må betragtes som konstruerede.

Endvidere finder Radio- og tv-nævnet ikke, at den blotte anvendelse af en "appelsinkanon" i en tv-reklame i sig selv kan betragtes som nogen form for tilskyndelse til farlig adfærd.

Radio- og tv-nævnet lægger således til grund, at reklamen – som også anført af såvel TV 2|DANMARK A/S som Totempo A/S v/ Bark Copenhagen – udspiller sig i et ganske karikeret univers præget af overdreven "tegnese-rieagtig" humor, urealistiske virkemidler og usandsynlige årsagssammenhænge, hvilket giver et større spillerum for sekvenser, der ellers ville nærme sig grænserne for behørig social ansvarsfølelse.

På denne baggrund er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at reklamen for Totempo "Appelsinkanon" er udformet med behørig social ansvarsfølelse, ligesom den ikke tilskynder til adfærd i strid med hensynet til sikkerheden hjemmet eller i trafikken, eller til farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt.

På baggrund af ovenstående træffer Radio- og tv-nævnet følgende

**AFGØRELSE:**

Tv-reklamen for Totempo "Appelsinkanon" sendt på TV 2 den 8. maj 2008 er ikke i strid med hverken § 8, stk. 1, eller § 10, stk. 3, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig  
formand

/ Birgitte Durhuus Nielsen  
nævnsekretær