

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

Att. TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

5. oktober 2011

Sagsnr. 2009-026210

Rasmus Pleidrup  
Fuldmægtig, cand.jur.

rpl@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.+45 3373 3369

## Klage over tv-reklame for Fleggaard (OMO) vist på TV 2

### Klage

Karin Dencker har ved e-mail af 5. december 2009 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om, at en tv-reklame for Fleggaard, vist den 7. november 2009 på TV 2, er kønsdiskriminerende.

Klager har anført følgende:

"...

*Jeg klager hermed over en voldsomt kønsdiskriminerende reklame, som Fleggaard (syd for grænsen) har kørende p.t. på TV": Hvad kvinder virkelig tænder på: OMO vaskepulver. Reklamen er kønsstereotyp og voldsomt konservativ i sit syn på kønsroller og kvinder. Jeg følger mig som moderne veluddannet kvinde voldsomt talt ned til og krænket på mit intellekt.*

..."

### Beskrivelse

TV 2|DANMARK A/S har i forbindelse med hørings svar af 22. januar 2010 fremsendt den af sagen omhandlede tv-reklame for Fleggaard (OMO), der varer 51 sekunder.

I reklamen ses "Hr. Fleggaard", der sidder i et sofaarrangement med en yngre kvinde. På sofabordet står en genstand, der er tildækket med et lille stykke stof.

Hr. Fleggaard siger:

*"Sidste år lavede jeg en film til alle danske mænd, der var lige over grænsen til at vise her på TV. Den blev en stor succes."*

Imedens vises mænd, der omfavner/hamstrer diverse varer, mens de brøler i eksalteret begejstring.

Hr. Fleggaard fortsætter:

*"I år er det jeres tur piger. Så jeg har lavet en film, der har det hele. Romantik, masser af flotte fyre og så har den det, som du tænder allermost på..."*

Den yngre kvinde i sofaen ved siden Hr. Fleggaard fjerner det lilla stykke stof, hvorunder der står en stor pakke OMO vaskepulver.

Herefter siger Hr. Fleggaard:

*"Gode tilbud på vaskepulver. Jeg har lagt filmen på fleggaard.dk. Rigtig god fornøjelse!"*

En kvindelig speaker præsenterer herefter aktuelle tilbud i Fleggaards grænsebutikker, samtidig med, at der vises billeder heraf. Tilbuddene er på henholdsvis 24 stk. Royal X-mas øl og 6,4 kg OMO vaskepulver. Den kvindelige speaker slutter af med at sige:

*"Fleggaard – lige over grænsen"*

Samtidig vises Fleggaards logo, hvorunder der står:

*"SE FILMEN, DER ER LIGE OVER GRÆNSEN PÅ FLEGGGAARD.DK"*

## **Høring**

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

I høringsvar af 22. januar 2010 har TV 2|DANMARK A/S anført følgende til Karin Denckers klage:

"...

*Som det fremgår af ovenstående er der tale om en fortsættelse af et reklamekoncept, som blev indledt i 2008, hvor Fleggaard kørte en række spots, hvor Hr. Fleggaard fortalte om en film, som man kunne se på Fleggaards hjemmeside. Den var rettet til mænd, men var ellers lavet over samme skabelon som den påklagede reklame og Hr. Fleggaard siger i reklamen: "Jeg har lavet en film, der er lige over grænsen til at vise her på TV. Den har det hele – action, masser af nøgne piger, og så har den det, du tænder allermost på: gode tilbud på hårde hvidevarer". Herefter ser man en kvinde trække et orange klæde af en vaskemaskine.*

TV 2|DANMARK A/S har ved godkendelsen af begge disse reklamer lagt vægt på den meget ironiske tone, hvormed de er eksekveret. Ironien består efter vores opfattelse bl.a. i, at hverken gode tilbud på vaskepulver eller hårde hvidevarer er noget, som henholdsvis kvinder eller mænd må formodes at finde særlig sexet. Samtidig gør den en smule grin med de traditionelle fordomme om, at kvinder godt kan lide romantik og lækre muskuløse mænd, mens mændene foretrækker actionfilm og nøgne piger.

Hele universet i reklamerne er efter vores opfattelse meget humoristisk, og spiller – udover elementet med de "kedelige" tilbud på forbrugsgoder – på det dobbelttydige i Fleggaards slogan "Lige over grænsen". Man understreger hermed, at man godt ved, at såfremt det hele var alvorligt ment, ville det falde visse seere for brystet.

Humoren i reklamerne understøttes i øvrigt af den film, som man p.t. kan se på Fleggaards hjemmeside. Den er en pastiche over en masse stereotyp film-scenarier med mænd i pilotuniform, brandmænd i bar overkrop, den følsomme pianist osv.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at reklamerne ikke er i strid med § 10, stk. 2, i Bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

..."

### **Uncle Grey A/S**

Annoncørens reklamebureau, Uncle Grey A/S, er fremkommet med følgende bemærkninger:

"...

Fleggaards reklame-univers er båret af udpræget humor og ironi, hvor Fleggaard bruger alle kendte reklametricks til at lokke kunder ned i butikken.

Det er selvsagt dybt ironisk at påstå, at kvinder "tænder" mere på OMO vaskepulver end på romantik og flotte fyre, som der bliver henvist til i reklamen. Ligesom at det sidste år blev påstået, at mænd tænder endnu mere på hårde hvidevarer end på action og nøgne piger.

Hovedfiguren i universet – Hr. Fleggaard – er en karikatur af en gammeldags salgsmand, der forsøger at give kunderne, det han tror, at de er mest vilde med. Han er så forblændet af sine egne produkters fortræffeligheder, at han misforstår, hvad folk i virkeligheden værdsætter.

*I dette års reklame forsøger han – ironisk nok i forhold til denne klage – at give kvinder en smuk internetfilm, da han sidste år gav en smuk internetfilm til mændene og ikke ønsker at forskelsbehandle.*

...”

### **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. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lovbekendtgørelse 1360 af 8. december 2010, på sit møde den 29. september 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Karin Dencker har den 5. december 2009 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om, at tv-reklamen for Fleggaard, vist den 7. november 2009 på TV 2, er i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklamer.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at sagen afgøres efter de på udsendelsestidspunktet gældende regler, jf. bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, som er enslydende med de nugældende regler i reklamebekendtgørelsen.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 2, må reklamer bl.a. ikke indeholde eller fremme nogen forskelsbehandling på grund af køn. Det følger endvidere af bekendtgørelsens § 8, stk. 1, at reklamer i radio og fjernsyn skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Radio- og tv-nævnet har i en afgørelse fra 2001 og en afgørelse fra 2004 behandlet tv-reklamer, hvor Dansk Tipstjeneste (Oddset) var indklaget. I begge afgørelser fandt Nævnet, at reklamerne ikke var i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklame. Nævnet lagde i den sammenhæng vægt på, at reklamerne ved den stereotype fremstilling af kvinder og sport var humoristiske og ironiske. Udtrykket ”der er så meget kvinder ikke forstår” skulle efter Nævnets opfattelse blot forstås således, at mange kvinder har svært ved at sætte sig ind i den meget mandsprægede sportsverden. Dog bemærkede Nævnet, at udtrykket, hvis det stod alene, ville blive betragtet som nedladende og diskriminerende.

Radio- og tv-nævnet har efterfølgende i 2008 taget stilling til en tidligere tv-reklame for Fleggaard. I den pågældende reklame vises fire lyshårede kvinder kun iført undertøj, der trækkes på en trailer. De tre af kvinderne leger med hver deres hundehvalp, mens den fjerde vrider sig om en ”strip-perstang”. Bilen lige efter traileren føres af en mand, der kigger begejstret på kvinderne i traileren, mens han vinker og sender fingerkys.

Radio- og tv-nævnet fandt i den pågældende afgørelse, at tv-reklamen for Fleggaard ikke var kønsdiskriminerende. Nævnet lagde i den sammenhæng dels vægt på måden, hvorpå kvinderne i reklamen blev eksponeret, og dels på, at reklamen var baseret på at gøre grin med de mandlige bilister.

Reklamen i nærværende sag adskiller sig betragteligt fra ovennævnte Fleggaard-reklame, idet reklamen ikke gør brug af letpåkledte kvinder, og der er således ikke tale om brug af kvinder som sexobjekter. Som anført af klager, Karin Dencker, spiller reklamen derimod på et stereotypt kønsrollemønster.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at reklamen fremstår som humoristisk og karikeret. Nævnet lægger herved vægt på, at henvisningen til, at det kvinder tænder allermest på er gode tilbud på vaskepulver, bliver præsenteret som mere attråværdigt for kvinder end "romantik" og "masser af flotte fyre", samt at mændene i reklamen fremstår som primitive væsner, der mister selvkontrollen i forbindelse med indkøb af diverse dagligvarer. Denne kontekst medfører efter Nævnets vurdering, at reklamen må opfattes som ironisk i relation til fremstillingen af et stereotypt kønsrollemønster.

Under henvisning hertil finder Radio- og tv-nævnet ikke, at den påklagede tv-reklame for Fleggaard er i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklame. Nævnet vurderer endvidere tv-reklamen som udformet med behørig social ansvarsfølelse.

På denne baggrund har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 29. september 2011 truffet følgende

#### **AFGØRELSE:**

Tv-reklamen for Fleggaard (OMO), vist på TV 2 den 7. november 2009, er ikke i strid med § 8, stk. 1, og § 10, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

  
Christian Scherfig  
formand

  
/ Rasmus Pleidrup  
nævnssekretær

#### **Kopi til:**

Klager, Karin Dencker