



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

SOCIALISTISCHE PARTIJ (SP) OVERTREEDT OPNIEUW VOR

Datum: 13 april 2011
Dossiernr: 2011/00250
Uitspraak: Afwijzing
Product / dienst: Voeding en niet- alcoholhoudende dranken
Motivatie: Goede smaak/fatsoen
Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een televisiecommercial voor het product Vifit, die zich afspeelt op de in een besneeuwd wintersportgebied gelegen naturistencamping "Körperfreude". De mensen die op en rond de camping activiteiten verrichten in de sneeuw zijn bloot. Aan het eind van de commercial zijn twee naakte mannen met skischoenen en ski's aan in een stoeltjeslift te zien, van wie er één drinkt uit een pak Vifit. Een voice-over zegt dan: "Vifit met LGG. Lang leve de weg van de meeste weerstand. Vifit."

De klacht

Klaagster ergert zich aan het bloot in de reclame-uiting, omdat mensen die seksueel misbruikt zijn hierdoor behoorlijk van streek kunnen raken. De commercial wordt uitgezonden op een tijdstip dat kleine kinderen nog op zijn. Klaagster vindt de uiting bovendien erg overdreven.

Het verweer

De mogelijk bij slachtoffers van seksueel geweld bestaande uitzonderlijke gevoeligheid voor het zien van bloot is op zichzelf onvoldoende om te stellen dat de bestreden uiting gevaar oplevert voor de geestelijke volksgezondheid en/of nodeloos kwetsend is. Adverteerder hoefde met deze omstandigheid bij het maken van de uiting geen rekening te houden, omdat mensen in het algemeen deze associatie van bloothed met seksueel geweld niet hebben. Het feit dat de uiting op televisie te zien is op tijdstippen dat (kleine) kinderen deze zouden kunnen zien, maakt dit niet anders. De getoonde beelden zijn niet schadelijk of anderszins ontoelaatbaar. Bovendien zullen consumenten begrijpen dat in de uiting sprake is van een overdrijving die humoristisch is bedoeld.

De mondelinge behandeling

Het standpunt van klaagster is gehandhaafd en nader toegelicht. Daarbij is benadrukt dat een televisiecommercial, waarmee iemand onverhoeds wordt geconfronteerd, zich niet leent voor een humoristische benadering door middel van het tonen van blote mensen, waarbij de werking van Vifit bovendien sterk wordt overdreven.

Adverteerder handhaaft zijn standpunt en wijst op het feit dat in de uiting geen blote borsten en/of geslachtsdelen worden getoond. Door adverteerder is de klacht niet opgevat als gericht tegen de geclaimde werking van Vifit. Voor zover klaagster de klacht in deze zin wil uitbreiden, moet adverteerder de gelegenheid worden gegeven op dit punt te reageren.

Klaagster deelt naar aanleiding hiervan mee dat haar bezwaar met name is gericht tegen het kwetsende karakter van de televisiecommercial.

Het oordeel van de Commissie

Vooropgesteld wordt dat in de onderhavige beslissing, mede gelet op de mededelingen van partijen tijdens de mondelinge behandeling, niet wordt beoordeeld of adverteerder de in de reclame-uiting aan Vifit toegeschreven weerstandverhogende werking aannemelijk kan maken.

De Commissie begrijpt de klacht aldus, dat klaagster de bestreden televisiecommercial in de eerste plaats in strijd met de goede smaak en/of het fatsoen acht in verband met het in de commercial onnodig voorkomende bloot, vooral omdat de commercial ook wordt uitgezonden op tijdstippen waarop kleine kinderen naar de televisie kijken, en dat klaagster de uiting voorts nodeloos kwetsend acht voor mensen die seksueel misbruikt zijn.

Bij de beoordeling of een reclame-uiting in strijd is met de goede smaak en/of het fatsoen, als bedoeld in artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC), dan wel nodeloos kwetsend is in de zin van artikel 4 NRC, stelt de Commissie zich terughoudend op, gelet op het subjectieve karakter van deze criteria. Met inachtneming van deze terughoudendheid is de Commissie van oordeel dat in de bestreden reclame-uiting de grenzen van het toelaatbare niet worden overschreden. De adverteerder merkt in de eerste plaats terecht op dat in de uiting geen blote borsten en/of geslachtsdelen worden getoond. Maar verder is ook van belang dat in de uiting met behulp van absurde beelden, zoals die van de mannen die wel skischoenen en ski's aan hebben maar verder geheel bloot in de lift zitten, op een duidelijk overdreven en humoristisch bedoelde wijze de weerstandverhogende werking van Vifit onder de aandacht wordt gebracht. Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de commercial ook voor zover deze wordt uitgezonden op tijdstippen dat kinderen naar de televisie kijken, niet in strijd met de goede smaak en/of het fatsoen.

De Commissie heeft er begrip voor dat de uiting, om wat voor reden dan ook, niet door iedereen zal worden gewaardeerd. Dit leidt echter niet tot een ander oordeel.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.