



De bestreden reclame-uiting

Het betreft een televisiecommercial waarin te zien is hoe een bejaarde man en een jonge vrouw een slaapkamer binnenlopen. Terwijl de vrouw zich in een andere kamer omkleedt, gaat de man op bed zitten. Als de vrouw op verleidelijke wijze weer de slaapkamer binnenloopt, is de oude man op het bed in slaap gevallen. Vervolgens duwt de vrouw een kussen op het gezicht van de oude man. Zij schrikt als de man daarna begint te snurken en duwt opnieuw een kussen en daarna ook ander beddengoed op het gezicht van de bejaarde man. Deze blijft doorsnurken. Aan het einde van de commercial verschijnt de tekst: "Auping introduceert ventilerende kussens en dekbedden."

De klacht

De televisiecommercial toont op gruwelijke wijze hoe een jonge vrouw een oude man probeert te laten stikken, dus een poging tot moord. De kinderen van klagster zijn hierdoor erg geschrokken. De commercial is in strijd met de goede smaak en het fatsoen, de goede zeden, vormt een bedreiging voor de geestelijke en/of lichamelijke gezondheid en schaadt het vertrouwen in reclame.

Het verweer

De Commissie vat het verweer als volgt samen.

Bij de beoordeling van de klacht moet worden gehouden met het feit dat mensen, inclusief minderjarigen en jonge kinderen, gewend zijn geraakt aan scènes die als gewelddadig of schokkend kunnen worden ervaren. Minderjarigen weten dat wat zij op televisie zien fictie en overdreven is en in werkelijkheid niet moet worden nagevolgd. Zij zullen zich daarom niet snel laten beïnvloeden door bepaalde scènes op televisie en evenmin daarvan schrikken. Dat geldt ook voor de onderhavige televisiecommercial, waarin op sterk overdreven en duidelijk humoristische wijze de ventilerende eigenschappen van de dekbedden en kussens van adverteerder onder de aandacht worden gebracht. De televisiecommercial is uitsluitend uitgezonden tijdens en rondom programma's die op volwassenen zijn gericht. Adverteerder heeft besloten aan de klacht tegemoet te komen door de televisiecommercial met ingang van 9 mei 2009 uitsluitend nog na 20.00 uur uit te zenden.

De mondelinge behandeling

Adverteerder heeft zijn standpunt doen toelichten aan de hand van een pleitnotitie.

Het oordeel van de Commissie

- a) De Commissie stelt zich terughoudend op bij de beoordeling van de vraag of een reclame-uiting in strijd is met de goede smaak en het fatsoen dan wel of de uiting in strijd is met de goede zeden, dit gelet op het subjectieve karakter van deze criteria.
- b) Niet in geschil is dat in de televisiecommercial te zien is hoe de jonge vrouw de bejaarde man probeert te laten stikken door een kussen en ander beddengoed op zijn gezicht te drukken. Dit op zichzelf genomen gruwelijke gegeven wordt in de televisiecommercial onmiddellijk gerelativeerd door het snurken van de bejaarde man, dat gedurende het verdere verloop van de commercial duidelijk hoorbaar blijft. Het feit dat de man rustig blijft doorsnurken ondanks het beddengoed dat op zijn gezicht wordt gedrukt, vormt een wending in de verhaallijn die door de meeste mensen als humoristisch zal worden ervaren en die de ernst van de situatie wegneemt. Dat de commercial duidelijk overdreven en niet serieus is bedoeld, blijkt ook uit de tekst aan het slot van de commercial, waar staat dat adverteerder ventilerende kussens en dekbedden op de markt brengt.
- c) Naar het oordeel van de Commissie blijkt uit de commercial voldoende duidelijk dat de beelden van de oude man die blijft doorsnurken ondanks het kussen en het beddengoed dat op zijn gezicht wordt gedrukt, dienen als een humoristisch bedoelde metafoor om de beweerdelijke ventilerende eigenschappen van de kussens en dekbedden van adverteerder aan te prijzen. Op grond van het voorgaande en gelet op de onder a) bedoelde terughoudendheid, is de Commissie van oordeel dat deze beelden de grenzen van het toelaatbare niet overschrijden. Voor zover klaagster bezwaar maakt tegen het feit dat de televisiecommercial ook overdag is uitgezonden, is adverteerder hieraan tegemoet gekomen door de commercial met ingang van 9 mei 2009 niet meer voor 20.00 uur uit te laten zenden.
- d) De televisiecommercial is niet van dien aard, dat deze een bedreiging vormt voor de geestelijke en/of lichamelijke volksgezondheid. Duidelijk is immers dat de commercial niet serieus is bedoeld. Naar het oordeel van de Commissie zullen ook minderjarigen dit laatste onderkennen en weten dat de getoonde beelden in werkelijkheid niet moeten worden nagevolgd. Evenmin kan worden gezegd dat de televisiecommercial het vertrouwen in reclame schaadt. De klacht kan derhalve niet slagen.
- e) De Commissie heeft er overigens begrip voor dat de onderhavige televisiecommercial niet door iedereen wordt gewaardeerd, maar dit kan niet tot een ander oordeel in deze zaak leiden.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.