

Uitspraak van de Stichting Reclame Code over de abriposter van Radio 538

Status: Compliant. Er is gevolg gegeven aan deze beslissing.
Datum: 8 augustus 2016
Dossiernr: 2016/00622
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: 10. Recreatie, amusement, cultuur en sport
Motivatie: 10. Subjectieve normen
Medium: 8. Buitenreclame

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een abriposter waarop reclame wordt gemaakt voor Radio 538. De kop van de poster luidt: “Zet je zomer aan met Radio 538”. Op de poster is een vrouw afgebeeld die, gekleed in een BH-topje, met haar blote benen wijd, op een bank zit voor een ventilator. Voor haar kruis ligt een kat op de bank.

De klacht

Klager trof de betreffende reclame-uiting aan bij een bushalte. Op de abriposter is een hitsig kijkende vrouw te zien met een kat pal voor haar kruis die zij aait. Daardoor wordt bewust een associatie opgeroepen met porno. De uiting is zichtbaar in de openbare ruimte en hij acht deze is in strijd met de goede smaak en het fatsoen.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

In de zomerperiode tot 15 augustus 2016 voert Radio 538 een landelijke advertentiecampagne genaamd “Zet je zomer aan met 538”. Met deze campagne beoogt Radio 538 een zomergevoel te versterken. Voor de campagne zijn verschillende afbeeldingen gebruikt waarop, met een knipoog, is weergegeven hoe mensen op een originele en humoristische wijze verkoeling zoeken tijdens de warme zomerdagen. De campagne bestaat uit drie abriposters waarvan ieder evenveel kopieën zijn verspreid in Nederland. Op één van de abriposters, degene waar de klager zich tegen richt, is een vrouw afgebeeld met een kat op haar schoot. Voor de vrouw staat een ventilator. Aan de gezichtsuitdrukking en de houding van de vrouw valt af te leiden dat het warm is en dat zij verkoeling zoekt bij de ventilator. Radio 538 betwist dat de abri pornografische associaties opwekt en in strijd is met de goede smaak en/of het fatsoen in de zin van artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). De campagne is gericht op de doelgroep van Radio 538, oftewel luisteraars in de leeftijd van 20-45 jaar en Radio 538 wil haar doelgroep op een originele en humoristische wijze aanspreken. De vrouw op de poster valt binnen de doelgroep en staat daardoor in direct verband met

Radio 538. Zij is niet enkel gebruikt om de attentiewaarden van de reclame-uiting te verhogen. De uiting dient in de context van de campagne van Radio 538 te worden beoordeeld waarin op humoristische wijze verkoeling wordt gezocht. Het betreft een zomercampagne en tijdens de zomer is het gebruikelijk dat schaarser geklede vrouwen, zoals vrouwen in bikini of met blote benen worden getoond in reclame-uitingen. De abri maakt op een humoristische wijze een knipoog naar seksualiteit maar wekt geen associatie op met porno. De neutrale kop van de abri, de kledingkeuze, houding, gezichtsuitdrukking en de setting waarin de vrouw is weergegeven is niet pornografisch. Op de afbeelding zijn geen intieme beelden van de vrouw te zien. Ze is niet aanmerkelijk schaars gekleed maar draagt een verhullende sportieve top. Ook de houding en gezichtsuitdrukking van de vrouw en de setting waarin de vrouw zich bevindt laten juist zien dat de vrouw op zoek is naar verkoeling. De kat maakt dit niet anders. Radio 538 heeft rekening gehouden met de beslissingen van de Commissie en is overduidelijk ver weg gebleven van enige associatie met pornografie. De Commissie acht verschillende reclame-uitingen toelaatbaar die veel schaarser geklede vrouwen afbeelden en oordeelt dat het gebruik van seksualiteit in een reclame-uiting niet maakt dat een uiting de grenzen van het toelaatbare overschrijdt. In het licht van de context van de abri – namelijk de campagne van Radio 538 waarbij de zomer en het op een humoristische en originele wijze laten zien hoe mensen verkoeling zoeken centraal staan –, de ingetogen wijze waarop de vrouw in beeld is gebracht en de uitspraken van de Commissie met betrekking tot seksueel getinte reclame-uitingen in een openbare ruimte, volgt dat de abri niet in strijd is met hetgeen naar hedendaagse opvattingen toelaatbaar is. De abri is daarom niet in strijd met de goede smaak en/of het fatsoen in de zin van artikel 2 van de NRC.

Het oordeel van de Commissie

1. De Commissie vat de klacht aldus op dat klager de onderhavige reclame-uiting van Radio 538 in de openbare ruimte in strijd acht met de goede smaak en/of het fatsoen als bedoeld in artikel 2 NRC. Bij de toetsing van een reclame-uiting aan criteria als de goede smaak en/of het fatsoen stelt de Commissie zich terughoudend op, gelet op het subjectieve karakter van die criteria. De Commissie beoordeelt of de uiting naar de huidige maatschappelijke opvattingen de grenzen van het toelaatbare te buiten gaat. Hierbij wordt, zoals vermeld in de toelichting bij artikel 2 NRC, rekening gehouden met de wijze waarop de uitingen zijn geopenbaard en het effect dat zij daardoor op het publiek hebben. Bij een uiting die op zodanige wijze wordt gepubliceerd dat het publiek zich niet aan confrontatie daarmee kan onttrekken, zijn de grenzen van hetgeen toelaatbaar kan worden geacht eerder overschreden dan bij uitingen die op een andere wijze worden gepubliceerd.

2. Op de abriposter wordt reclame gemaakt voor Radio 538 door middel van een afbeelding van een vrouw gekleed in een BH-topje die wijdbeens op een bank voor een ventilator zit. Zij heeft het hoofd licht naar achteren gebogen en de mond half geopend. Eén arm heeft zij naar achteren gebogen boven haar hoofd en één arm ligt in haar schoot bij een kat die voor haar kruis ligt.

3. Met inachtneming van voornoemde terughoudendheid en rekening houdend met het feit dat de onderhavige uiting een, in de publieke ruimte, te weten in dit geval bij een bushalte in de binnenstad, geplaatste abriposter betreft en van groot formaat is, is de Commissie van oordeel dat de uiting de grenzen van hetgeen volgens huidige maatschappelijke opvattingen

toelaatbaar is, overschrijdt. Weliswaar heeft de uiting geen directe associatie met porno, maar door de uitdagende, wijdbeense pose van de vrouw hint de uiting wel, zoals Radio 538 ook heeft gesteld, naar de seksualiteit van de vrouw. Dat is niet zonder meer in strijd met de NRC, maar de kat, die ook poes kan worden genoemd en de positionering ervan, maken dat de grens wordt overschreden. Het woord poes is immers dubbelzinnig en wordt in grove taal ook gebruikt voor het geslachtsorgaan van een vrouw. Door de poes precies voor haar geslachtsorgaan te plaatsen en niet zichtbaar te maken dat zij ondergoed draagt, waardoor de suggestie wordt gewekt dat dit niet het geval is, wordt de nadruk op het geslachtsorgaan van de vrouw gelegd. Daarmee wordt zij duidelijk op seksistische wijze uitgebeeld. De associatie met het geslachtsorgaan van de vrouw is onmiskenbaar bedoeld en zal door een groot deel van het publiek ook zo worden herkend. Anders dan Radio 538 kennelijk meent, zijn voor deze beoordeling niet alleen de maatschappelijke opvattingen van haar doelgroep van (jong) volwassenen van belang. De posters zijn immers op straat geopenbaard, waar iedereen ongewild met de uitingen kan worden geconfronteerd. Nu de poster bij een bushalte is geplaatst, kunnen wachtenden zich bovendien langere tijd moeilijk aan de confrontatie daarmee onttrekken.

4. Op grond van het voorgaande is de Commissie van oordeel dat de bestreden reclame-uiting in strijd is met het bepaalde in artikel 2 NRC voor zover het betreft de hiervoor omschreven locatie en dat een aanbeveling noodzakelijk is ter bescherming van de in artikel 10 lid 2 EVRM genoemde goede zeden.

5. Daarom wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie acht de reclame-uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 2 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC art. 2 (goede smaak en fatsoen)