

MerkW aardig

In reclame wordt vaak gebruik gemaakt van humor of parodie. Echter niet iedereen kan dit even positief waarderen. Een klacht bij de Reclame Code Commissie is snel en makkelijk ingediend. Wordt het niet tijd voor een barrière tegen onzinnige klachten?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen
van merkenbureau Abcor.

Werken & Geld

Jan Kooijman: man of konijn

Iedereen die vindt dat een bepaalde reclame-uiting niet door de beugel kan, kan een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie. Vaak draait het om de vraag of de reclame misleidend is of in strijd met de goede smaak of het fatsoen. De drempel om een klacht in te dienen, is super laag. De klager hoeft alleen online een simpel formulier in te vullen. Er zijn geen kosten aan verbonden. Gevolg: een veelvoud aan klachten wordt ingediend waarbij de vraag soms opkomt: schiet deze online klachten-tool niet zijn doel voorbij?

Remia

Het College van Beroep heeft afgelopen maand uitspraak gedaan of de tv-commercial en YouTube-film voor Remia's Amerikaanse BBQ saus wel toelaatbaar zijn. De Reclame Code Commissie had de klacht van blogster Armanda Govers van evengeenvlees.nl eerst afgewezen. De commercial is een miniactiefilm met een hoofdrol voor Sylvester Stallone en Jan Kooijman. Als Jan Kooijman tijdens de lunchpauze een groentespies pakt, grijpt Stallone hem bij de arm en zegt: „Waar ben je mee bezig knul? Hiermee win je de oorlog niet.” Na een aantal spectaculaire vechtszenes gaan Stallone en Jan aan tafel zitten. Als ze beiden een bord met een stuk vlees krijgen waarop saus wordt gedaan, zegt Stallone: „Als je moet vechten als een tijger, eet dan niet als een konijn” en: „Als je wilt acteren als een man moet je ook eten als een man.”

Op YouTube krijgt de campagne een vervolg met de video: 'Komt de Nederlandse man nog wel op voor zijn mannelijkheid?'. Met een verborgen camera worden mannen gefilmd die in een Argentijns grillrestaurant te horen krijgen dat het die avond ladiesnight is. Ze kunnen geen vlees bestellen alleen salades. De mannen die naar aanleiding hiervan vertrekken krijgen de beoordeling 'approved', de mannen die salade bestellen 'failed'. Op



'Barrière tegen onzinnige klachten

het eind is er een link naar de website actlikeaman.nl waar een pakket sauzen te winnen is. Er volgt direct een klacht bij de Reclame Code commissie. De com-

mercial getuigt van slechte smaak want het benadrukt dat vlees eten mannelijk is. Het is onfatsoenlijk om groente etende mannen neer te zetten als konijnen. De campagne is nodeloos kwetsend voor vegetariërs en veganisten en bevat seksistische, stigmatiserende en onware uitspraken.

Absur distisch

Het College van Beroep bevestigt de eerder uitspraak van de Commissie. De wijze waarop Remia haar BBQ sauzen aanprijst, is wegens het duidelijk absurdistische en humoristische karakter niet in strijd met de Reclame Code. Ook de YouTube video is een overduidelijke grap en niet bedoeld om vegetariërs te beledigen.

De reclames zijn daarom niet in strijd met de goede smaak en het fatsoen en ook niet nodeloos kwetsend.

Klagers kunnen simpel, gratis en gemakkelijk een klacht indienen bij de RCC. Adverteerder moeten die klachten serieus aanpakken en de nodige kosten maken om niet onterecht te worden veroordeeld. Wordt het daarom geen tijd om de regeling iets aan te passen? Mogelijk neemt het aantal onzinnige klachten snel af als er een kleine vergoeding wordt gevraagd bij de indiening. Die vergoeding is de klager kwijt als de klacht wordt afgewezen. Bijkomend voordeel: het geeft ruimte aan absurdistische reclames en dat houdt het reclameblok wel zo leuk.