

Udskriftsdato: 14. december 2025

KEN nr 9760 af 12/11/2014 (Gældende)

Ligebehandlingsnævnets afgørelse om køn - reklamer - ej medhold

Ministerium: Social- og Boligministeriet

Journalnummer: 2014-6811-42329

Ligebehandlingsnævnets afgørelse om køn - reklamer - ej medhold

J. nr. 2014-6811-42329

Det var ikke i strid med ligestillingsloven, at en energidrikreklame havde et billede af en afklædt kvinde. Nævnet fandt, at reklamen ikke var kønschikanerende på en måde, så det var i strid med loven.

Klager fik derfor ikke medhold.

Klagen drejer sig om påstået forskelsbehandling på grund af køn i forbindelse med en reklame for en energidrik.

Ligebehandlingsnævnets afgørelse

Indklagedes reklame er ikke i strid med ligestillingsloven.

Sagsfremstilling

Der er klaget over en reklameposter, som viser bagsiden af en kvindekrop iført g-streng samt et stort billede af en proteinvand på flaske. Øverst på billedet står med store bogstaver "JALOUX? " og nedenunder med mindre bogstaver "30G PROTEIN ... GO' RØV I SIGTE". Nederst står der "#VITALISTHENEW-STRONG".

Parternes bemærkninger

Klager mener, at reklamen er ekstrem sexistisk.

Indklagede afviser, at klagen er sexistisk og kønsdiskriminerende.

Indklagede henviser til, at reklamen er et led i en markedsføringskampagne for en proteinvand. Hovedtemaet for kampagnen og reklamen er sundhed.

Indklagede benytter i reklamen et motiv af en sund og veltrænet kvindekrop med overskriften "JALOUX? ". Kvinden står i en udstrakt og selvsikker posur med ryggen til beskueren. Der ses i reklamen et billede af energidrikken ledsaget af teksten "30G PROTEIN ... GO' RØV I SIGTE" og "#VITALISTHENEWSTRONG".

Der er en klar sammenhæng mellem reklamens motiv, overskrift og produkt, der kredser om kampagnens hovedtemaer.

Reklamen har hverken i tekst eller billeder referencer til forskelle mellem køn eller til, at det ene køn skulle være bedre end det andet. Reklamen kan derfor ikke kvalificeres som sexistisk eller omfattet af ligestillingslovens § 2, der efter sin natur forudsætter, at der er en sammenligningsperson.

Reklamen har heller ikke det formål eller den virkning at krænke kvindens værdighed eller skabe et truende, fjendtligt, nedværdigende, ydmygende eller ubehageligt klima.

Indklagede har i reklamen anvendt et motiv af et kropsideal, der appellerer til en målgruppe, der går op i sundhed og motionstræning, eller som kan motiveres hertil. Motivet og den tilhørende tekst fremstiller ikke kvinden på en nedsættende eller ringeagtende måde.

Tværtimod fremstår kvinden i form af sin positur og muskulatur som stærk, selvsikker og handlekraftig. Reklamen indeholder i øvrigt ikke elementer, der reducerer kvinden til et sexobjekt, og fremstillingen af kvinden er ikke uanstændig.

Ligebehandlingsnævnets bemærkninger og konklusion

Ligebehandlingsnævnet behandler klager over forskelsbehandling på grund af køn efter loven om ligestilling af kvinder og mænd (ligestillingsloven).

Ligestillingsloven forbyder direkte og indirekte forskelsbehandling på grund af køn. Loven forbyder også chikane og sexchikane, der er udtryk for forskelsbehandling på grund af køn.

Ligebehandlingsnævnet finder, at den i klagen omhandlede reklame ikke kan anses for at være kønsdiskriminerende på en sådan måde, at det er i strid med ligestillingslovens forbud mod forskelsbehandling på grund af køn.

Nævnet har ved denne vurdering taget hensyn til, at der er ytringsfrihed også for så vidt angår reklamer og til de af Forbrugerombudsmanden udstedte retningslinjer om kønsrelateret reklame i relation til markedsføringsloven.

Reklamen kan efter nævnets opfattelse heller ikke anses for at være chikane i relation til køn eller sexchikane med det formål eller den virkning at krænke konkrete personers værdighed og skabe et truende, fjendtligt, nedværdigende, nedværdigende, ydmygende eller ubehageligt klima for den pågældende.

Klagen tages derfor ikke til følge.

<2014-6811-42329>