

TV 2 DANMARK A/S
Teglholms Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

15. december 2016

Klage over reklame for Bilka sendt på TV 2

Sammendrag

Ilse Rytz Hansen har ved mail af 28. oktober 2016 klaget over en tv-reklame for Bilka sendt på TV 2 i uge 42 2016.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at reklamen for Bilka sendt på TV 2 ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2, der bl.a. foreskriver, at reklame skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører en reklame for Bilka sendt på TV 2. Den påklagede reklame er én blandt en serie i en reklamekampagne for Bilka i et fiktivt univers kaldet "Far til 14". Kampagnen har kørt i efteråret/vinter 2016.

Klager anfører, at reklamens speak kan være skadelig for børn, hvis forældre er midt i en skilsmisse, som ikke forstår dens ironi, og at reklamen er i strid med § 7, stk. 1 og stk. 2, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelser af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), hvorefter reklame i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske regler.

Beskrivelse af reklamen

TV 2 har som bilag til hørings svar af 29. november 2016 indsendt kopi af tv-reklamen for Bilka sendt på TV 2, der har en varighed af 24

sekunder. Klager har angivet uge 42 i 2016 som seneste udsendelsestidspunkt.

Reklamen indledes med stille baggrundsmusik med akustisk guitar, der slår en glad og frisk rytme an. Der vises et ægtepar siddende tæt i en stor sofa i en stue i et typisk dansk hjem. Kvinden har sin ene hånd om mandens skulder, manden sidder med hænderne i skødet. De kigger i ind kameraet. Omkring ægteparret ses tre børn og antydningen af et fjerde barn stående bag sofaen. Henover billedet er følgende tekst anført med mindre hvide typer: "Bilka præsenterer", og med store lyseblå typer: " FAR TIL FJORTEN".

Imens den blå tekst fades ud, drejer kvinden hovedet, kigger på manden og siger: "Vi blir' aldrig skilt tror jeg". Manden flytter sin ene hånd over mod kvindens hånd, kigger hende kærligt i øjnene imens han afklaret og let fnisende siger: "Nej".

Billedet skifter, og der er nu zoomet helt ud således, at hele stuens og sofaens fulde indhold afsløres. Nu ses det, at der foruden ægteparret i og omkring en enorm sofa findes i alt 14 børn i aldre fra spædbørn op til teenagere. Fælles for alle børnene er, at de alle har ægtemandens, skuespilleren Troels Mallings, ansigt.

Ægtemanden kigger i kameraet, mens han smiler og siger: "Der er ingen af os, der vil ha' børnene".

Reklamen overtages nu af et speak, der siger: "Hvad så med at tage til prisfest i Bilka" samtidig med, at der vises et billedet med lyseblå baggrund, hvor der med stor gul skrift står "Prisfest". Med småt fornedet står der med hvid skrift: "Tilbuddene gælder fra lørdag den 5. marts til og med fredag den 11. marts". Herefter vises konkrete tilbud på indkøbsvarer, som kan købes i Bilka i perioden.

Høringssvar

TV 2:

TV 2 oplyser i sit høringssvar af 29. november 2016, at reklamen er én ud af en serie af reklamer for Bilka, der alle omhandler en hjemmegående "far til fjorten". Hovedrollen som den hårdt prøvede far spilles af Troels Malling, medens Mia Lyhne spiller den udearbejdende mor. Familiens 14 børn har alle fået Troels Mallings ansigtstræk.

TV 2 oplyser, at det gennemgående tema i denne serie af reklamer er, at man med tydelig humor forsøger at beskrive de udfordringer, som en far kan stå overfor med 14 børn og en travl hustru, der sjældent er hjemme.

TV 2 bemærker, at stationen anser ordvekslingen i den konkrete reklame som et humoristisk eksempel på de nødvendige trykudlignende bemærkninger, der fra tid til anden kan forekomme mellem forældre, når hverdagens pres bliver for stort.

Det er TV 2's vurdering, at reklamen fremstår i en meget tydelig ironisk tone, hvilket understreges af valget af skuespillere samt det faktum, at alle børnene har Troels Mallings – meget voksne – ansigtstræk: En gennemsnits seer vil kunne afkode reklamens virkemidler og vide, at Troels Mallings udtalelse skal opfattes som en kommentar til det ganske overvældende antal børn, og ikke tages alvorligt. TV 2 finder derfor, at reklamen er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsen, herunder bekendtgørelsens krav om behørig social ansvarsfølelse.

Bilka:

Annoncøren bemærker i skrivelse af 25. november 2016, at hele "Far til fjorten"-universet er en karikeret og fiktiv historie om en familie med usædvanligt mange børn og et meget utraditionelt familiemønster. Det anføres ligeledes, at kampagnen er blevet meget positivt modtaget både på tv og på de sociale medier.

Det er annoncørens overbevisning, selvom reklamen ikke henvender sig til børn, at langt de fleste, herunder børn, kan forstå ironien og det humoristiske i forældrenes udtalelser i den pågældende reklamefilm.

Det bemærkes videre, at Bilka aldrig har haft til hensigt at såre eller i øvrigt påvirke børn, der i forvejen er i en svær situation som følge af en skilsmisse. Annoncøren bemærker følgelig, at det er deres overbevisning, at den pågældende reklame ikke vil påvirke de pågældende børn.

Det anføres afslutningsvis, at reklamefilmen efter annoncørens opfattelse ikke overtræder reglerne i reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, der foreskriver, at reklamer skal være både lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014, på sit møde den 14. december 2016 behandlet sagen og skal udtale:

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2, skal reklame i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig

social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Reklamen viser et ægtepar i en sofa i et typisk dansk hjem omgivet af i alt 14 børn i forskellige aldre. Fælles for børnene er, at de bærer den mandlige skuespillers ansigt, hvilket har en besynderlig humoristisk effekt for beskueren. Ægteparret har en kort ordveksling, der efter nævnets opfattelse er ironisk og humoristisk i tråd med den underliggende tone, der generelt findes i det karikerede univers, som udtalelserne og den portrætterede familie optræder i.

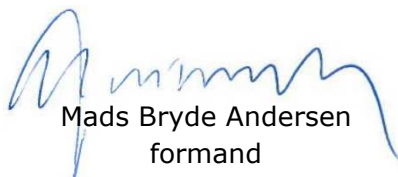
Reklamen indeholder ikke elementer, der indikerer, at udtalelsen "ingen af os vil have børnene", skal tages hverken bogstaveligt eller alvorligt. Der forekommer heller ikke tegn på, at familien er i krise, eller at der skulle være ulykke eller stridigheder mellem forældrene. Alle fjorten børn med de voksne ansigter forholder sig i øvrigt helt roligt. Den lette baggrundsmusik bidrager ligeledes til et indtryk af en afslappet stemning og almindelig hygge. Nævnet finder på denne baggrund ikke, at forældrenes udtalelser kan afkodes som et signal om, at forældrene er ved at blive skilt, og at udtalelsen skulle være andet end ironisk og humoristisk.

Efter nævnets opfattelse indeholder reklamen derfor hverken verbale eller lydæssige elementer, der kan betragtes som anstødelige eller som udformet uden behørig social ansvarsfølelse.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE

Reklamen for Bilka sendt på TV 2 er ikke udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2, hvorefter reklame i bl.a. fjernsyn skal være lovlig, sømmelig, hæderlig, og sandfærdig og udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.



Mads Bryde Andersen
formand

/Tomas Kærup
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Ilse Rytz Hansen