

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm 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

2. maj 2016

Klage over reklame for fyrværkeri fra T. Hansen vist på TV 2/DANMARK A/S

Sammendrag

Gitte Mariss har ved mail af 29. december 2015 klaget over en tv-reklame for T. Hansen vist på TV 2 på forskellige tidspunkter af dagen i perioden 27. til 29. december 2015.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at to reklamer for T. Hansen, der er vist på TV 2, ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens bestemmelse om, at reklamer ikke uden grund må vise børn i farlige situationer. Nævnet har herudover fundet, at reklamerne er udformet med behørig social ansvarsfølelse og ikke i øvrigt tilskynde til farlig eller uansvarlig adfærd.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører tv-reklame for fyrværkeri fra T. Hansen, der er vist på TV 2 i perioden 27. til 29. december 2015.

Klager anfører, at det er grotesk, at TV 2 viser reklame fra T. Hansen, hvor børn i alderen 8-10 år holder raketter i hånden. Klager mener, at reklamen omgående bør fjernes.

Beskrivelse af reklamen

TV 2 har som bilag til høringssvar af 28. januar 2016 vedlagt en kopi af to reklamefilm, der hver har en samlet varighed af 30 sekunder. TV 2 oplyser, at T. Hansen op til nytåret 2015/2016 har vist to reklamer, der begge indeholder scener med børn, der holder raketter i hånden. Da det ikke klart fremgår af klagen, præcis hvilken reklame klagen angår, behandler TV 2s høringssvar begge reklamer.

I den første reklame (Tvekamp) ses to mænd, der med hjælp fra deres børn, som er i skolealderen, men næppe over 10 år gamle, er ved at tømme deres biler for nyindkøbt fyrværkeri. Begge børn, en dreng og en pige, holder en nytårsraket i hver hånd. Drengens far siger:

"Så er der nytårskrudt"

Pigens raketter er betydeligt større end drengens, og hendes far har tydeligvis indkøbt meget mere fyrværkeri end drengens far. Far og søn ser på hinanden, og faren siger:

"Så er det T. Hansen – nu!"

Sønnen udtrykker sin glæde.

I den anden reklame (Forsoning) er det øjensynlig nytårsaften. De to fædre er ved at gøre klar til at affyre nytårsfyrværkeriet. Også her holder de to børn, der er iført beskyttelsesbriller, en nytårsraket i hver hånd. Raketterne er lige store, og de to fædres beholdning af nytårsfyrværkeri ser også ens ud.

De to fædre ser på hinanden, mens de ifører sig deres beskyttelsesbriller. Den ene af dem smiler og siger:

"Godt nytår, nabo!"

Herefter ses fædrene stå i forgrunden og skyde fyrværkeriet af, mens de ser efter det, og den ene kammeratligt lægger sin arm om den andens skulder. De to børn sidder længere tilbage. Alle fire er iført beskyttelsesbriller. Børnene smiler til hinanden, og drengen lægger sin arm om pigens skulder.

Begge reklamer afsluttes med, at man ser en mobiltelefon med billeder, hvor der affyres fyrværkeri, mens der vises skilte med en række konkrete tilbud på nytårsfyrværkeri til halv pris. Et rundt reklameskilt med teksten "halv pris" og "Kom hurtigt" rundt i kanten vises flere gange og ligeledes et rundt, rødt skilt med teksten "download app" og "thansen.dk" rundt i kanten. En speak indleder med ordene:

"Kom hurtigt og få halv pris."

Under det meste af reklamens afslutning står der med mindre skrift:

"Fyrværkeri sælges ikke til personer under 18 år. Husk sikkerhedsbriller. Er ikke omfattet af thansens click & collect service".

I reklamens baggrund affyres fyrværkeri. Til slut vises en stor forretning med skiltet "thansen.dk". Det er aften, og der affyres fyrværkeri uden for forretningen. Igen vises de to skilte med "halv pris" og "download app", mens der med stor skrift står: "Sælges 189 steder i hele landet". Samtidig siger speaken:

"T. Hansen – Danmarks største Fyrværkeriforhandler".

I reklamen "Forsoning" ønsker T. Hansen både ved tekst på skærmen og i speak "Godt nytår".

Høringssvar

TV 2|DANMARK A/S:

TV 2 oplyser i høringssvar af 28. januar 2016, at reklamerne for T. Hansen omhandler en lille, godmodig rivalisering mellem to naboer i forbindelse med forberedelserne til nytåret.

TV 2 anfører, at TV 2 har opfattet reklamerne for T. Hansen som en humoristisk historie om den rivalisering, der kan være mellem voksne mænd omkring størrelsen af deres nytårsraketter.

TV 2 har ved vurderingen af reklamen lagt vægt på, at børnene ikke antænder raketterne, men alene hjælper til med at bære raketterne henholdsvis ind og ud af huset.

Der er intet i hverken lovgivningen eller i myndighedernes vejledning i forbindelse med fyrværkerihåndtering, der forbyder eller problematiserer, at børn hjælper til med at bære fyrværkeri.

Raketterne i tv-reklamerne er endvidere fortsat påmonteret beskyttelseskapper over antændingslunterne, hvilket tydeliggør, at børnene ikke er i færd med at antænde fyrværkeriet.

Det er på den baggrund TV 2s vurdering, at tv-reklamerne hverken direkte eller indirekte opfordrer til at lade børn antænde fyrværkeri på egen hånd eller holde fyrværkeri i hånden under antændelse. Dette understreges af afslutningen i reklamen "Forsoning", hvor børnene ses sidde iført beskyttelsesbriller i god afstand af fyrværkeriet, alt imens de voksne håndterer selve antændelsen.

Det er således TV 2s vurdering, at tv-reklamerne for T. Hansen er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsen, herunder særligt § 7, stk. 1, § 9, stk. 3, samt § 17, idet tv-reklamerne ikke indeholder scener med børn i farlige eller uansvarlige situationer.

Annoncøren T. Hansen:

Reklamebureauet Nørgård Mikkelsen har som bureau og kreativt ansvarlig for kampagnen knyttet følgende kommentarer til klagen:

"Indledningsvist skal vi beklage, at reklamefilmene er blevet opfattet som anført af klager. Det har på intet tidspunkt været intentionen med reklamen at opfordre til ansvarsløs adfærd i forbindelse med håndtering af fyrværkeri, og vores opfattelse af reklamen ligger meget langt fra klagers.

Vi har produceret tre nytårsfyrværkeri-film for thansen.dk. I de to af dem bærer både far og søn/datter fyrværkeri i hænderne og er dermed genstand for den pågældende klage."

Endvidere anfører bureauet, at:

"Vi mener, at filmene afspejler alle officielle reglementer/anbefalinger for håndtering/affyring af fyrværkeri og mener heller ikke, at reglerne for brug af børn i TV-reklamer er overtrådt. Tværtimod mener vi, at filmene afspejler to helt almindelige situationer, som hvert år finder sted hos fornuftige og ansvarlige danske familier. Der er på intet tidspunkt tale om børn, som holder fyrværkeri i affyringssammenhæng eller børn, der deltager i den potentielt farlige optaktssituation til selve affyringen. Det har været vigtigt for os i forbindelse med produktionen af filmene, at børnene holdes helt ude af selve antændingsøjeblikket/-affyringen og optakten hertil og at de kun bærer fyrværkeri, der stadig er behørigt emballeret. Der vises faktisk på intet tidspunkt en konkret antændingssituation i nogen af filmene.

Vi mener, at reklamerne udelukkende viser en naturlig situation, hvor børnene stolte hjælper deres fædre med at bære fyrværkeriet og mener ikke, at der på noget tidspunkt afspejles en potentiel farlig situation. Så snart der sker affyring er børnene i behørig sikkerhedsafstand og har sikkerhedsbriller på – dette sender i vores optik netop det modsatte signal af, hvad klager angiver.

Reklamen er ikke rettet mod børn og der er ikke på noget tidspunkt opfordring til, at børn skal affyre fyrværkeri eller stå i nær kontakt med affyringen.

På baggrund af ovenstående finder vi derfor ikke kritikken berettiget."

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 29. april 2016 behandlet sagen og skal udtale:

I henhold til § 17 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 indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen) må reklamer ikke uden grund vise mindreårige i farlige situationer eller opfordre eller tilskynde mindreårige til at opholde sig eller bevæge sig ind på farlige steder, bruge farlige produkter eller i det hele taget bringe sig i farlige situationer.

Reklamerne viser to børn, der holder nogle raketter i hånden, hvorefter deres fædre i den ene reklame affyrer raketterne, mens de alle er iført sikkerhedsbriller. Der er intet i disse reklamer, der indikerer, at fædrene ikke affyrer raketterne på forsvarlig vis, og at børnene ikke sidder tilstrækkeligt langt fra affyringsstedet. Efter nævnets opfattelse viser reklamerne således ikke børn i farlige situationer. Dette understreges af, at raketterne har beskyttelseskapper på og derfor ikke kan antændes.

Der er heller ikke i reklamerne nogen direkte opfordring til, at børn selv skal affyre fyrværkeriet eller i øvrigt bringe sig i en farlig situation. Efter Radio- og tv-nævnets praksis udgør visningen af børn i en situation, der kunne være farlig, ikke i sig selv en tilskyndelse.

Da de viste situationer, hvor børnene får lov til at bære raketter, mens deres fædre er til stede og iført sikkerhedsbriller overværer fædrenes affyring af nytårsfyrværkeri, ikke kan anses at være farlige for børnene, er der allerede af den grund ikke tale om en tilskyndelse til at børn i øvrigt bringer sig i en farlig situation.

På den baggrund finder nævnet heller ikke, at reklamerne er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, ifølge hvilken reklame i bl.a. fjernsyn som al anden reklame skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Det fremgår endelig af reklamebekendtgørelsens § 9, stk. 3, at reklamer i bl.a. fjernsyn ikke må tilskynde til adfærd i strid med hensynet til sikkerheden i hjemmet, på arbejdspladsen eller i trafikken, eller til farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt. Såfremt anvendelsen af et produkt kræver, at der skal tages særlige sikkerhedshensyn, skal reklamen gøre opmærksom herpå.

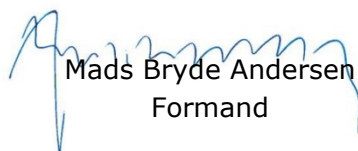
Nævnet finder ikke, at personerne i reklamen udviser hverken farlig eller uansvarlig adfærd i omgangen med fyrværkeri. Selv hvis der havde været tale om visning af personer i farlige situationer, ville alene visningen som ovenfor anført dog ikke i sig selv udgøre en tilskyndelse til en sådan adfærd. Nævnet finder på den baggrund ikke, at reklamen tilskynder til en farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt.

Det fremgår endvidere af reklamens afsluttende tekst, at fyrværkeri ikke sælges til personer under 18 år, ligesom der gøres opmærksom på, at man skal huske at bruge sikkerhedsbriller. I reklamen bærer såvel børn som voksne sikkerhedsbriller under affyringen af fyrværkeriet.

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

AFGØRELSE

Reklamerne for fyrværkeri fra T. Hansen vist på TV 2 i december 2015 er ikke udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, § 9, stk. 3 og § 17.


Mads Bryde Andersen
Formand

/


Jette Fievé
Nævnsssekretær

Kopi sendt til:

Gitte Mariss