STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

29. august 2014

TV 2|DANMARK
Teglholms Allé 16
2450 København SV

Att: TV 2 Jura

Klage over tv-reklame for Begravelse Danmark vist på TV 2

Sammendrag

Lonni Metz Wihag har ved mail af 14. juni 2014 klaget over en reklame for begravelsesforretningen, Begravelse Danmark.

Radio- og tv-nævnet har truffet afgørelse om, at reklamen ikke er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2, der bl.a. foreskriver, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører en reklame for begravelsesforretningen, Begravelse Danmark.

Klager anfører, at reklamen er i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2, hvorefter reklamer bl.a. skal udarbejdes med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Reklamen er vist på TV 2 senest den 23. februar 2014. Klager over reklamer skal være modtaget i Radio- og tv-nævnet senest 4 uger efter, at reklamen har været udsendt, jf. § 6, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1527 af 16. december 2013 om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet. Klagen af 14. juni 2014 er dermed modtaget for sent. Da årsagen til den forsinkede klage kan være, at reklamen fortsat er blevet vist på kanaler, der hører under udenlandsk jurisdiktion, har Radio- og tv-nævnet truffet beslutning om at fravige fristen, jf. § 6, stk. 1, 2. pkt., i bekendtgørelsen om Radio- og tv-nævnets forretningsorden.

Beskrivelse af reklamen
TV 2|DANMARK A/S har som bilag til høringssvar af 8. juli 2014 vedlagt en kopi af reklamefilmen, der har en samlet varighed af 30 sekunder.

Reklamen har sangen "Her er så stille nu" med sangerinden Lis Sørensen som baggrundsmusik. En mand i friluftstøj ligger død i en kiste. En kvinde, der formentlig er den afdødes kone står bøjet over kisten med et sørgmodigt udtryk i ansigtet, mens hun lægger sin hånd på hans.

Næste sekvens filmes inde fra en rustvogn, der langsomt kører væk fra konen, som står midt på en villavej.

Rustvognen kører igennem et idyllisk landskab. Der skiftes kort tilbage til konen, som står i hjemmet og betragter et fotografi af manden, hvor han står med en stor fisk.

Rustvognen ender ude ved vandet. Der zoomes ud, så en større del af landskabet bliver tydeligt, mens følgende stykker tekst vises efter hinanden:

"Livet er noget særligt".

"Det bør det sidste farvel også være".

"Begravelse Danmark".

Høringssvar

TV 2|DANMARK A/S:
TV 2|DANMARK A/S har i høringssvar af 8. juli 2014 oplyst, at TV 2 opfatter reklamen som en imagereklame for Begravelse Danmark. Ved forhåndsvurderingen af reklamen har TV 2 været opmærksom på, at emnet vil kunne virke stærkt på mange seere. Det har i den forbindelse været afgørende for vurderingen, at reklamen i sin helhed behandler emnet med den fornødne respekt og sociale ansvarsfølelse.

Endvidere anfører TV 2, at begravelsesvirksomhed er fuldt lovligt i Danmark, samt at der ikke er noget særskilt forbud mod at markedsføre denne type virksomhed på tv.

Ud fra princippet om kommerciel ytringsfrihed har Begravelse Danmark således en berettiget forventning om at kunne markedsføre sine ydelser på tv, så længe dette sker i overensstemmelse med lovgivningen og de særlige hensyn, der måtte være forbundet med denne type virksomhed.

TV 2 finder på denne baggrund, at reklamen for Begravelse Danmark er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1.

Begravelse Danmark
Annoncøren har i skrivelse af 7. juli 2014 bl.a. afsagt nedenstående bemærkninger til klagen:

"Det er en del af livet, at vi skal dø og hvert år dør ca. 53.000 danskere."

"Som Danmarks største begravelsesforretning ser vi en klar tendens mod, at det sidste farvel bliver mere personligt. Det kan være i form af en særlig buket blomster, et brev i kisten, en speciel udsmykning af kisten eller en speciel køretur med den afdøde".

"Vi er naturligvis meget opmærksomme på det forhold, at der med ca. 150 dødsfald om dagen i Danmark vil være personer, som ser vores kampagne i forbindelse med, at de er berørte af et dødsfald. Det er en del af livet, at vi alle skal dø, og vi har naturligvis på ingen måde haft en intention om at genere personer, som ser vores kampagne."

"Vi mener, at vi med denne kampagne behandler emnet på en værdig måde, og at vi også er med til at nedbryde tabuet om døden på en relevant, tankevækkende og smuk måde."

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 27. august 2014 behandlet sagen og skal udtale:

Udgangspunktet er, at reklamer principielt anses som beskyttede af den kommercielle ytringsfrihed. Både *adgangen* til at reklamere samt *indholdet* af reklamers udsagn er omfattet af begrebet.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at Begravelse Danmark som begravelsesforretning har fuld adgang til at reklamere for sine ydelser på tv.

Imidlertid skal reklamer respektere hensynene i § 7, stk. 1 og 2, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 (reklamebekendtgørelsen), hvorefter reklamer bl.a. skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Den konkrete reklame viser et forløb, hvor en kone tager afsked med sin afdøde mand. Reklamen behandler dermed et emne, der kan virke stærkt på mange seere, herunder særligt dem, der i øjeblikket er berørte af et dødsfald.

De beskyttede hensyn i § 7 er elastiske begreber, der ikke har et fast indhold. Ved vurderingen af, om en reklame respekterer hensynene i § 7, skal det tillægges en særlig betydning, at reklamen berører et følsomt emne.

Reklamen indeholder hverken verbale eller lydmæssige elementer, der kan betragtes som anstødelige. På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at reklamen er udformet med behørig social ansvarsfølelse og med respekt for alment accepterede reklameetiske normer.

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

AFGØRELSE

Reklamen for Begravelse Danmark er ikke udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1 og 2.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:

Lonni Metz Wihag