

RADIO- OG TV-NÆVNET

Steen Sommermark
Ødemarksvej 2
4190 Munke Bjergby

TV 2 Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup

København den 18. juni 2001

Ved e-mail af 27. marts 2001 har Steen Sommermark klaget over en tv-reklame for Rådet for Større Færdselssikkerhed udsendt på TV 2. Steen Sommermark spørger, om det kan være rigtigt og lovligt at bruge børn i sådanne reklamer. Det anføres endvidere, at reklamen er uetisk.

De to reklamefilm har til formål at huske folk på, at man skal bruge sikkerhedssele både på for- og bagsæder. Begge film viser trafikulykker, hvor der sker personskade som følge af, at fører/passager ikke har haft sikkerhedsselen spændt.

I den ene film ses en lille dreng, der sidder fastspændt i en barnestol på bagsædet af en bil, alt imens han spørger efter sin far. Faderen er kommet slemt til skade ved et trafikuheld, da han ikke har haft sikkerhedssele på.

I den anden film sidder der to børn på bagsædet – datteren har ikke sikkerhedssele på. Ved påkørsel af en varevogn kastes datteren frem,

RADIO- OG TV-NÆVNET

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

og da hun ikke er fastspændt, rammer hun sin mor, der kører bilen, hårdt i baghovedet.

Begge reklamer afsluttes med udsagnet: ”Det er livsfarligt at glemme selen”.

Annoncøren har den 7. maj 2001 udtalt, at ingen af børnene har været udsat for dramatiske oplevelser under optagelserne. Det er annoncørens overbevisning, at de pågældende børns medvirken i disse film ikke vil fremkalde skyldfølelse ved en eventuel trafikulykke, da kernen i historien ikke er børnenes skyld i de respektive ulykker, men at det er farligt at køre uden brug af sele.

Annoncøren oplyser endvidere, at filmene først bliver vist efter kl. 21.00, således at der er rimelig mulighed for at undgå, at børnene ser filmene, hvis det ønskes. Endelig anfører annoncøren, at filmene ikke har et kommercielt budskab, men et samfundsansvarligt budskab, der netop søger at forhindre, at disse børn samt resten af befolkningen nogensinde kommer alvorligt til skade ved et færdselsuheld.

TV 2 Reklame har i en udtalelse af 7. maj 2001 oplyst, at man vurderer, at reklamernes stærke scener med trafikulykker er seriøst begrundet med kampagnens væsentlige formål: at nedbringe antallet af trafikdræbte. TV 2 Reklame har dog som forudsætning for godkendelsen af tv-reklamerne stillet krav om, at disse først udsendes efter kl. 21.00.

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen og truffet følgende afgørelse:

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, skal reklamer være udformet med behørig social ansvarsfølelse. Ifølge reklamebekendtgørelsens § 9, stk. 1, 2. pkt., må reklamer ikke på utilbørlig vis spille på overtro eller frygt. Efter bekendtgørelsens § 17 må reklamer ikke uden grund vise mindreårige i farlige situationer.

Når henses til reklamernes og kampagnens formål finder Nævnet ikke, at der på utilbørlig vis spilles på frygt, eller at børnene uden grund vises i en farlig situation. Nævnet finder det i øvrigt korrekt, at reklamen først vises efter kl. 21.00.

Mogens Kockvedgaard
formand

Malene Jais
nævnsssekretær