

TV 2/DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV  
Att.: Reklamejura

København den 7. juni 2007

**Klage over tv-reklame for Bravo Tours A/S sendt på TV 2/DANMARK**

Pål Fernvall har ved mail af 18. januar 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Bravo-Tours sendt på TV 2/DANMARK. Pål Fernvall finder reklamen nedvurderende mod personer af svensk nationalitet.

Pål Fernvall anfører følgende kommentarer i klagen:

*"Indslagerne er reklame-spots for Bravo-tours.... reklamerne er meget nedvurderende mod personer af svensk nationalitet. for eksempel, i et af indslagene sidder en stor gruppe danskere og grinar ad en person af svensk nationalitet, fordi han snakker svensk. bagefter får man at vide at hvis man rejser med Bravo-tours behøver man ikke være bange for at ens rejseledere er noget andet end dansk. Ifølge reglerne om reklamers indhold generelt må reklamen ikke være diskriminerende med hensyn til race, køn, alder, religion eller nationalitet, eller krænke personers religiøse eller politiske overbevisning.*

*Jeg mener at denne reklame i høj grade er diskriminerende mod nationaliteter. Ikke mindst mod svensker som fremstilles som usympatiske og uforståelige, men desuden oplever jeg at reklamspoten viser at man ikke tolerer nogen anden nationalitet end dansk. Som værende en del af den svenske minoriteten i Danmark føler jeg mig peget ud, men udøver oplever jeg budskabet i reklamefilmen værende racistisk."*

**Mediesekretariatet**

Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon 3318 6868  
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk  
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank  
Reg.nr. 8109  
Konto nr. 1002 295

## Beskrivelse

TV 2/DANMARK A/S har med sit hørings svar af 16. februar 2007 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med den påklagede tv-reklame for Bravo Tours A/S.

I reklamen holder en svensk rejseleder velkomstmøde på et typisk sydlandsk charterhotel for en større gruppe danskere. Den svenske rejseleder er munter og præsenterer sig på svensk som "Kalle", men oplyser at gæsterne kan kalde ham for "Nalle". Han bliver imidlertid hurtigt afbrudt i sin talestrøm, da en lille pige, som sidder i klapvogn, begynder at grine højtlydt. Dette får nogle af de øvrige voksne gæster til at grine og smile, hvorpå rejselederen bringes ud af fatningen og opgiver at færdiggøre sin tale og forlader stedet med ordene "*dansk jävle*".

Speaken lyder:

*"Med Bravo Tours skal du ikke tænke på, hvordan din rejseleder lyder – vi taler dansk alle sammen."*

På det afsluttende skilt ser man Bravo-Tours logo med pay-off'et: "- ferie på dansk".

## Hørings svar

TV 2/DANMARK A/S v/Chef for Reklamejura Marianne Pittelkow har i sit hørings svar af 16. februar 2007 anført følgende bemærkninger til Pål Fernvalls klage:

"...

*Vi har opfattet reklamen således, at den lille pige ikke er vant til at høre svensk, og at det derfor lyder vældig sjovt i hendes ører, når guiden taler. Efter vores opfattelse ligger der ikke noget nedvurderende i reklamens fremstilling af den medvirkende svensker – eller af svenskere som sådan. Guidens lidt kække fremfærd ser vi heller ikke som en særlig karikatur af svenskere, men nærmere af rejseguider som sådan.*

*Pigens reaktion er efter vores vurdering blot en humoristisk illustration af, at danskere og svenskere ikke nødvendigvis forstår hinandens sprog. Pointen understreges af speakerens budskab om, at Bravo-Tours udelukkende*

*bruger danske guider, og at dette netop sker for at undgå sprogbarrierer. Der ligger efter vores vurdering intet diskriminerende heri – reklamer spiller blot på et faktisk forhold, som i øvrigt gør sig gældende begge veje. En dansk rejseleder vil formodentlig have mindst lige så store problemer med at gøre sig forståelig overfor svenske turister.*

*Det er således vores vurdering, at reklamen ikke er i strid med § 10, stk. 2, i Reklamebekendtgørelsen.*

*Der vedlægges en udtalelse fra henholdsvis annoncøren og dennes reklamebureau, samt en CD-rom med en kopi af reklamen.”*

Bravo Tours A/S v/Adm. direktør Peder Hornshøj har i brev af 15. februar 2007 anført følgende kommentarer til klagen:

“...

*Vi stiller os uforstående over for formuleringen i klagen, hvor der skrives “at en gruppe danskere griner af en svensk rejseleder, fordi de ikke forstår svensk”.*

*Det er et barn, der griner –fordi at det, han hører, er nogle anderledes lyde, han ikke har hørt før. Den øvrige del af gruppen griner af barnets smittende latter. Vi er på ingen måde enige i, at man kan konkludere, at de griner af rejselederen. Det har absolut heller ikke været hensigten.*

*Vi har på ingen måde intentioner om at genere svenskere (eller andre nationaliteter), men har alene villet vise forskellen mellem Bravo Tours og vore store kolleger. Hos eks. Star Tour, Spies, Tjæreborg og Apollo møder danske gæster ofte svenske rejseledere. De er ligeså dygtige som de danske, men der vil uvilkaarligt være sprogbarriere. Vi har bestemt stor respekt for svenskere, og har et særdeles godt samarbejde med vore svenske kolleger i vores koncern.*

*Vi finder det vigtigt at påpege:*

- *vi har ingen intentioner om at fremstille noget dårligt ved svenske-  
re.*
- *vi har stor respekt for svenskere, har et særdeles gunstigt samarbejde med vort søsterselskab i Sverige*
- *det er vor erfaring, at en væsentlig årsag til, at vore kunder vælger os gang på gang er pga. danske rejseledere*

- *det betyder ikke, at rejseledere fra andre lande ikke er kompetente, men alene det faktum, at danske gæster foretrækker danske rejseledere*
- *vi er ikke i stand til at få øje på, at der skulle være tegn på noget diskriminerende*

*Vi vedlægger en kommentar fra vort reklamebureau. Endvidere fremsendes DVD med spottet direkte fra produktionsselskabet. Vi der frem til at modtaget Nævnets afgørelse.”*

Bocca Reklamebureau v/Adm. direktør Morten Theil er fremkommet med følgende bemærkninger til klagen:

“...

*Indledningsvis beklager vi meget, hvis filmen er blevet opfattet således, idet det bestemt ikke har været hensigten. Bravo Tours nærer stor respekt og sympati for svenskere og betragter dem som værende både dygtige, indsigtfulde og sympatiske. Gennem adskillige års samarbejde med svenskere har vi lært, at netop humoren og det godmodige drilleri omkring sprogbarrierer etc. har været med til at mindske afstanden mellem nationaliteterne –snarere end at forlænge den.*

*At grine og gøre kærligt grin af hinanden, ligger dybt begravet i kulturen og historien om det danske og svenske folk, og forholdet har da også før været flittigt anvendt i reklamesammenhæng (eksempelvis i Carlsbergs reklamefilm om Svenskeren, der kun må få en af “vores øl”, hvis han går direkte i flyvebåden og ikke kaster op nogen steder undervejs). Vi har også i andre sammenhænge grinet af forskellige kulturer og sprog – f.eks. i Tuborgs reklameunivers, hvor indvandrerer i hans kiosk til dagligt konfronteres med den danske kultur og slutteligt må bede danskeren om at gå “UT AF MIN KIUSK!”.*

*Vi har den tro – og historiske erfaring – at netop grinet i sidste ende kan bidrage til større forståelse, og det er denne filosofi, der har ligget til grund for Bravo Tours’ film, som jo primært har haft til formål at positionere arrangøren op mod de øvrige store rejsearrangører.*

*Når denne konkrete film “grinebideren” opfattes som diskriminerende, så er det muligvis fordi filmens indhold misforstås. Det anføres i reklamationen, at en “gruppe danskere griner af en svensk rejseleder, fordi de ikke*

forstår svensk". Dette er ikke korrekt. Det er derimod et lille barn, der i mangel af forståelse for andet end sit eget modersmål. Griner af det svenske sprog, der i et 3 årigt barns umiddelbare univers tolkes som lyde, snarere end sprog. Situationen er grotesk, hvilket naturligvis får nogle af de øvrige gæster til at trække på smilebåndet. Der er altså ikke tale om kollektiv mobning af en udenforstående men om et enkelt barns umiddelbare reaktion.

Det er korrekt, at den Svenske guide i sin overkarikerede rolle fremstår relativt overfladisk, men netop dette forhold har faktisk ikke noget med hans nationalitet at gøre. Det hæfter sig derimod til en generel opfattelse og fordom omkring Europas charterdestinationer. Et forhold vi har grint af i mange sammenhænge. I TV's "kongeriget" med Søs Egelind og Kirsten Lehfeldt og i Lasse Åbergs vidunderlige film "Selskabsrejsen", blot for at nævne et par stykker.

Det helt afgørende forhold i denne film er, at humoren og "drilleriet" er kærlig ment – og efter vores mening også kærligt udført. Intet ville ligge Bravo Tours mere fjernt, end at lave en kommunikation, som var ondskabsfuld og nedværdigende – hvilket da også understreges i at de selv indgår i en skandinavisk koncern og gennem de sidste 20 år alle dagligt har arbejdet sammen med svenskere.

"Smilet er den korteste afstand mellem mennesker", sagde Viktor Borge – han havde mere ret, end vi egentlig kan forestille os. Hvis vi mister evnen til at grine af – og med – hinanden, så mister vi også evnen til at forstå hinanden.

Jeg var forhåbentlig heller ikke den eneste, der syntes, at den Svenske kok i Muppet Show var sjov...?"

### **Radio- og tv-nævnets vurdering**

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 4. juni 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Pål Fernvall har ved mail af 18. januar 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Bravo Tours A/S sendt på TV 2/DANMARK. Pål Fernvall, som er svensk, finder reklamen nedvurderende og diskriminerende mod personer af svensk nationalitet.

TV 2/DANMARK har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med den påklagede reklame.

I reklamen holder en svensk rejseleder velkomstmøde på et sydlandsk hotel for en større gruppe danske gæster. En lille pige, som sidder i klapvogn, afbryder imidlertid rejselederens tale ved at grine højlydt. Dette får nogle af de voksne gæster til at trække på smilebåndet og grine. Rejselederen forlader derpå stedet med ordene "*dansk jävle*".

I henhold til § 10 stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer ikke være diskriminerende med hensyn til bl.a. nationalitet.

Det er TV 2/DANMARK A/S' opfattelse, at pigens reaktion blot er en humoristisk illustration af, at danskere og svenskere ikke nødvendigvis forstår hinandens sprog, og at denne pointe understreges af speakerens budskab om, at Bravo Tours udelukkende bruger danske guider for at undgå sprogbarrierer. TV 2/DANMARK A/S finder derfor hverken reklamen diskriminerende eller nedvurderende over for svenskere.

Bravo Tours A/S oplyser, at formålet med reklamen ikke har været at genere svenskere, men alene at vise forskellen mellem Bravo Tours A/S og andre rejsebureauer. Denne forskel er bl.a., at Bravo Tours A/S som følge af egne erfaringer om danskeres ønsker udelukkende benytter dansktalende rejseledere, for at undgå sprogbarrierer.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at reklamens budskab er at gøre seerne opmærksomme på, at Bravo Tours A/S i modsætning til andre rejseselskaber udelukkende anvender dansktalende rejseledere, for at undgå sprogbarrierer. Budskabet understreges i reklamen ved at vise en situation, hvor en svensktalende rejseleder holder velkomsttale for en gruppe danskere, men hvor en lille pige antageligvis ikke forstår svensk og begynder at grine højlydt, da hun synes det lyder morsomt. Rejselederen bringes ud af fatningen og situationen får flere af de voksne gæster til at smile og grine. Nævnet finder imidlertid ikke, at de voksne gæster griner af den svenske rejseleder, men af situationen i sin helhed, da de kan se det komiske i pigens reaktion.

Nævnet har endvidere lagt vægt på, at Bravo Tours A/S i reklamen omtaler brugen af dansktalende rejseledere og ikke danske rejseledere. Det må så-

ledes antages, at en dansktalende svensker kan være rejseleder hos Bravo Tours A/S, og at det derfor er sprogbarrieren og ikke nationaliteten af rejselederen, der er afgørende.

Endelig finder Nævnet ikke, at den svenske rejseleder fremstilles anderledes end den gængse forestilling om rejseledere.

Nævnet finder derfor, at reklamen hverken er nedvurderende eller diskriminerende i forhold til svenskere. Reklamen findes derfor ikke i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 2.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for Bravo Tours A/S sendt på TV 2/DANMARK er ikke i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 2.

Christian Scherfig  
Formand

/Christina Sigvardt  
nævnsssekretær