

TV 2 DANMARK A/S

Sendt pr. mail til [jura@tv2.dk](mailto:jura@tv2.dk)

**Radio- og tv-nævnet**

Michala Stampe  
Fuldmægtig, cand.jur.

[rtv@slks.dk](mailto:rtv@slks.dk)  
[www.slks.dk](http://www.slks.dk)

## **Afgørelse vedrørende klage over reklame for Neutral vist på TV 2**

### **Sammendrag**

Radio- og tv-nævnet har den 18. oktober 2019 modtaget en klage over en reklame for Neutral. Klager finder reklamen krænkende.

*Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at reklamen for Neutral, ikke er i strid med reglerne om, at reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.*

### **Sagens oplysninger**

#### Baggrund

Klagen vedrører en reklame for Neutral vist på TV 2. Klager finder reklamen krænkende over for forældre og børn over 7 år.

Samlet set finder klager, at der er sket en overtrædelse af § 7, stk. 1, og 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 indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), hvorefter reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

#### Beskrivelse af udsendelsen

TV 2 har som bilag til hørings svar af den 4. december 2019 vedlagt en kopi af indslaget, der har en samlet varighed af 25 sekunder.

Reklamen indledes med, at man ser den satiriske journalist Thomas Skov, gå hen mod et fødselsdagsbord. Ved bordet sidder en lille dreng foran en lagkage med lys i. Imens Thomas Skov går hen mod bordet siger han:

*"Vi kan se, at vores beskyttende idealisme stopper, når vores børn fylder 7 år. Her mener vi åbenbart, at de er voksne nok til ikke at få hudallergi."*

Da han kommer hen til bordet, henvender han sig til drengen og siger:

*"Hvor gammel bliver du Oliver? ?? Tillykke! Så passer dine forældre ikke så godt på dig længere."*

Herefter puster Thomas Skov lysene ud på lagkagen, og drengen ser sur og skuffet ud. Thomas Skov går væk fra bordet.

Til sidst ser man Thomas Skov, som siger: *"Lad os alle stille os selv spørgsmålet: hvorfor bruger vi overhovedet parfume? Tænk over det en gang."*

Til slut ses logoet for Neutral med teksten "Hudallergi – nej tak" nedenunder.

#### Høringssvar

##### TV 2 DANMARK A/S:

TV 2 har i høringssvar af den 4. december 2019 anført, at de opfatter reklamen som en lidt ironisk og humoristisk måde at skubbe til forældres potentielt dårlige samvittighed over, at de udsætter deres børn for en risiko for at udvikle allergi ved at bruge sæber og cremer med parfume, når børnene eller deres tøj skal vaskes.

TV 2 har ved vurderingen af reklamen lagt vægt på, at drengen ikke lider fysisk overlast, og at der i handlingen i øvrigt ikke ligger nogen opfordring til at behandle børn dårligt. Det er TV 2s opfattelse, at det tværtimod netop er pointen, at børn skal beskyttes mod kemikalier i form af parfume.

TV 2 mener ikke, at reklamens indhold kan siges at stride imod reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

##### Unilever Danmark A/S (Neutral):

Annoncøren Unilever er den 29. november 2019 kommet med en udtalelse til klagen.

Unilever har oplyst, at den pågældende tv-reklame blev udformet med det formål at aktivere Neutrals stærke arv på en humoristisk måde. Unilever oplyser, at reklamen fremhæver hvor gode danske forbrugere er til at bruge parfumefrie produkter, samtidig med at Neutral kommunikerer, at det kan blive endnu bedre, især når det kommer til at forstå behovet for også at bruge parfumefri produkter til børn i en alder over syv år.

Unilever er ked af, at klager opfatter reklamen som krænkende. Det har aldrig været Unilevers hensigt at fornærme forældre eller børn i en vis alder. Unilever betragter ikke selv deres reklame som krænkende. Det er Unilevers overbevisning, at reklamen er i overensstemmelse med reglerne.

Unilever oplyser, at forældre ikke er så beskyttende, når det kommer til at bruge parfumefri produkter til deres børn over 7 år, fordi de opfatter risikoen for at udvikle allergi som reduceret i denne alder. På en humoristisk og lidt overdreven måde, opfordres forældre til at bruge parfumefri produkter også til deres ældre børn. Unilever oplyser, at dette er baseret på undersøgelser udført på vegne af Unilever, som viser, at forældre ikke prioriterer parfumefri produkter lige så højt, når deres børn bliver ældre.

Unilever oplyser, at bortset fra den klage, som TV2 har videregivet, har Unilever ikke modtaget andre lignende klager over den pågældende reklame.

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

Radio- og tv-nævnet har på sit møde 22. januar 2020 i henhold til § 44, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 248 af 16. marts 2019 om radio- og fjernsynsvirksomhed (radio- og fjernsynsloven) 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.

Det er Nævnets vurdering, at reklamen hverken indeholder verbale eller lyd-mæssige elementer, der kan betragtes som anstødelige. Det forhold at drengen efterlades sur og skuffet efter lagkagens lys pustes ud, medfører efter Nævnets vurdering ikke, at reklamen kan anses som stødende.

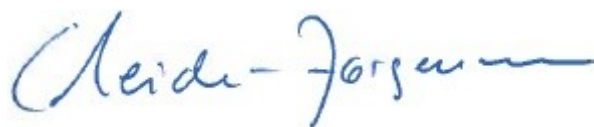
Radio-og tv-nævnet finder derfor, at reklamen ikke er i strid med § 7, stk. 1, og 2, i reklamebekendtgørelsen, der foreskriver, at reklame skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

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

**AFGØRELSE:**

Reklamen for Neutral sendt på TV 2 er ikke i strid med § 7, stk. 1, og 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 indgåelse af partnerskaber, hvorefter reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Med venlig hilsen

A handwritten signature in blue ink, reading "Caroline Heide-Jørgensen". The signature is written in a cursive, flowing style.

Caroline Heide-Jørgensen  
Formand