



JUSTITSMINISTERIET

Lovafdelingen

Folketinget  
Retsudvalget  
Christiansborg  
1240 København K

Dato: 9. september 2008  
Kontor: Menneskeretsenheden  
Sagsnr.: 2008-792-0638  
Dok.: EPF40041

Hermed sendes besvarelse af spørgsmål nr. 1026 (Alm. del), som Folketingets Retsudvalg har stillet til justitsministeren den 18. august 2008.

Lene Espersen

/

Nina Holst-Christensen

Slotsholmsgade 10  
1216 København K.

Telefon 7226 8400  
Telefax 3393 3510

[www.justitsministeriet.dk](http://www.justitsministeriet.dk)  
[jm@jm.dk](mailto:jm@jm.dk)

**Spørgsmål nr. 1026 fra Folketingets Retsudvalg (Alm. del):**

”Ministeren bedes redegøre for de centrale sager fra Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol, der har behandlet spørgsmålet om den kommercielle ytringsfrihed i art. 10 og hensynet til beskyttelsen af børn og unge”.

**Svar:**

Ifølge Den Europæiske Menneskerettighedskonventions artikel 10, stk. 1, har enhver har ret til ytringsfrihed. Denne ret omfatter meningsfrihed og frihed til at modtage eller meddele oplysninger eller tanker uden indblanding fra offentlig myndighed og uden hensyn til landegrænser.

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol har i sin praksis anerkendt, at kommercielle ytringer, som f.eks. reklamer, der tager sigte på afsætning af varer eller tjenesteydelser, nyder beskyttelse efter artikel 10, stk. 1, jf. herved Domstolens dom af 24. februar 1994 i sagen Casado Coca mod Spanien (præmis 35-37), samt dom af 11. december 2003 i sagen Krone Verlag GmbH & Co KG mod Østrig (præmis 19-20).

Retten til ytringsfrihed, herunder retten til at fremsætte kommercielle ytringer, er imidlertid ikke absolut. Ifølge artikel 10, stk. 2, medfører udøvelsen af retten til ytringsfrihed pligter og ansvar og kan underkastes sådanne formaliteter, betingelser, restriktioner eller straffebestemmelser, som er foreskrevet ved lov og er nødvendige i et demokratisk samfund af hensyn til den nationale sikkerhed, territorial integritet eller offentlig tryghed, for at forebygge uorden eller forbrydelse, for at beskytte sundheden eller sædeligheden, for at beskytte andres gode navn og rygte eller rettigheder, for at forhindre udsprelse af fortrolige oplysninger eller for at sikre domsmagtens autoritet og upartiskhed.

Den tidligere Europæiske Menneskerettighedskommission har i sin praksis udtalt, at beskyttelsesniveauet med hensyn til kommerciel ytringsfrihed må være lavere end beskyttelsesniveauet i forhold til ytringer af politisk karakter i bred forstand.

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol har endvidere fastslået, at der i medfør af artikel 10, stk. 2, tilkommer konventionsstaterne en vis skønsmargin (”certain margin of appreciation”), navnlig i forbindelse med regulering af urimelig konkurrence og reklamer. Domstolen har udtalt, at selv om reklamer giver borgeren mulighed for at gøre sig bekendt

med de varer og tjenesteydelser, som tilbydes vedkommende, så kan reklamer nogle gange begrænses, navnlig for at undgå urimelig konkurrence og urigtig eller vildledende reklamering. I visse tilfælde kan også udgivelse af objektive og sandfærdige reklamer ifølge Domstolen begrænses med henblik på at sikre respekt for andres rettigheder eller på grund af de særlige omstændigheder, der gør sig gældende for visse forretningsaktiviteter og erhverv, jf. ovennævnte domme Casada Coca mod Spanien (præmis 50-51), og Krone Verlag GmbH & Co KG mod Østrig (præmis 30-31).

Rækkevidden af den kommercielle ytringsfrihed over for hensynet til beskyttelsen af børn og unge vil altid afhænge af en konkret vurdering i den enkelte sag. Den tidligere Europæiske Menneskerettighedskommission har i sin afgørelse af 13. oktober 1993 i *Nederlandse Omroepprogramma Stichting mod Nederlandene* foretaget en afvejning af de to hensyn i en sag, der omhandlede et nationalt forbud mod indirekte markedsføring i tv. En sammenslutning af radio- og tv-sendestationer blev idømt en bøde for overtrædelse af det nævnte forbud i forbindelse med, at to tv-udsendelser, der var rettet mod børn i alderen 9-13 år, og som indeholdt indirekte markedsføring af bl.a. Coca-Cola, var blevet vist på landsdækkende tv. Menneskerettighedskommissionen udtalte, at forbudet mod indirekte markedsføring udgjorde et indgreb i ytringsfriheden. Indgrebet var foreskrevet ved lov og tjente det legitime formål at beskytte andres rettigheder, navnlig beskyttelse af børn og unge mod indirekte reklame i tv-udsendelser rettet mod denne målgruppe og beskyttelse af erhvervselskaber mod urimelig konkurrence. Endelig fandt Menneskerettighedskommissionen på baggrund af sagens konkrete omstændigheder, at indgrebet over for klager ikke gik ud over den på området nationale skønsmargin, og eftersom indgrebet hverken var urimeligt eller uproportionalt, ansås det for nødvendigt i et demokratisk samfund. På den baggrund afviste Menneskerettighedskommissionen klagen.

Som det fremgår, har Domstolen fastslået, at der tilkommer den enkelte konventionsstat en vis skønsmargin ved regulering af den kommercielle ytringsfrihed. Domstolen har i den forbindelse anerkendt, at hensynet til beskyttelse af børn og unge kan begrunde indgreb mod kommercielle ytringer, hvis indgrebet i det konkrete tilfælde lever op til bl.a. kravet om fornøden proportionalitet.