



Folketingets Kulturredvalg
Christiansborg
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70
Fax : 33 91 33 88
E-mail : kum@kum.dk
Web : www.kum.dk

1. august 2017

Folketingets Kulturredvalg har den 5. juli 2017, efter ønske fra Mogens Jensen, stillet mig følgende spørgsmål, nr. 201 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Ministeren bedes kommentere henvendelse af 5. juli 2017 fra Michael Kiær om moralsk kodeks for reklamer, jf. KUU alm. del – bilag 188. Ministerens bedes endvidere indhente TV 2's kommentarer til henvendelsen.

Svar:

Kulturministeriet har til brug for besvarelsen af udvalgets spørgsmål indhentet en kommentar fra TV 2, der bl.a. oplyser følgende:

”Vi har på TV 2 valgt at lade den gældende lovgivning på området være afgørende for, hvilke produkter og typer af annoncører vi tillader markedsføring for på TV 2's kommercielle platforme.

Dette er begrundet i princippet om den kommercielle ytringsfrihed, som sikrer, at enhver annoncør, der udbyder et lovligt produkt, som udgangspunkt har mulighed for at kommunikere dette i sin markedsføring. Denne ytringsfrihed kan dog være reguleret særskilt af hensyn til befolkningens sundhed eller andre forhold, som man fra politisk hold har besluttet, bør veje tungere end annoncørens ret til at ytre sig kommercielt.

TV 2 har en pligt til at behandle alle annoncører lige, og vi vil således kun kunne afvise en given annoncør, såfremt der ligger objektive og saglige grunde bag – som fx at det ikke er lovligt at markedsføre det pågældende produkt. Alternativt kommer vi til at agere smagsdommere på seernes vegne, og det ville i sagens natur blive en meget subjektiv vurdering, der skulle lægges til grund for at afvise den ene type af annoncør eller produkt fremfor den anden. Det er ikke en opgave, vi som medie mener, at vi har hverken en ret eller en pligt til at påtage os.

Så længe det er lovligt at markedsføre kviklån, vil TV 2 derfor ikke afvise udbydere af disse produkter som annoncører eller sponsorer på TV 2s platforme, dog naturligvis under den forudsætning, at markedsføringen opfylder de indholdsmæssige krav, som lovgivningen stiller.”

Reklameområdet er EU-reguleret i direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet). Fra dansk side er reklamereglerne reguleret i radio- og fjernsynsloven samt i reklamebekendtgørelsen.

Jeg kan i øvrigt henholde mig til det af TV 2 oplyste.

Mette Bock