

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: Juridisk Politisk Sekretariat

RADIO- OG TV-NÆVNET

5. juli 2010

Sagsnr: 2009-012920

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over skjult reklame for Facebook i "Spidskandidaterne - finalen" vist på DR1

Niels Ole Wessel har ved e-mail af 4. juni 2009 klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Facebook i udsendelsen "Spidskandidaterne - finalen" sendt den 4. juni 2009 kl. 21.30 på DR1.

Klager har blandt andet anført følgende:

"...

Jeg mener at man reklamerer for facebook, flere steder i dr. både i forskellige indslag og på internettet.

Jeg ved ikke om det konkrete program er sponsoreret eller det er en skjult reklame, men der står "europavalg med dr og facebook". Under udsendelsen bliver der refereret at man kan debattere og spørge under udsendelsen på facebook.

..."

I e-mail af 8. juni 2009 har klager yderligere anført følgende:

"Det var 4. juni 2009 DR1. 21:30 spidskandidaterne-finalen, som jeg refererer til. Iøvrigt havde jeg svært ved at gennemskue lovgivningens tekst og havde derfor svært ved at placere klagen på den rette "hylde", da der ikke i programmet blev nævnt at facebook var officiel sponsor af programmet. Ejheller blev der gjort opmærksomt på at det var et reklameindslag. Jeg mener bare at når en privat virksomhed som facebook bliver nævnt flere gange under programmet og at man opfordre folk at debattere igennem facebook må det være en profilering/reklame af virksomheden facebook og derfor være i uoverensstemmelse med at DR ikke må bringe reklamer!

..."

Beskrivelse

DR har som bilag til hørings svar af 24. august 2009 fremsendt en cd-rom med en optagelse af den påklagede udsendelse, sendt den 4. juni 2009 kl. 21.30 på DR1.

Programmet varer 1 time og 29 minutter.

Programmet begynder med et kort indledende speak og bl.a. billeder fra døren til studiet i DR byen. Efterfølgende vises studiet indefra, og speakeren præsenterer kandidaterne til EU-valget, som finder sted tre dage efter udsendelsen.

Værten Reimer Bo Christensen introducerer programmet og de planlagde emner, hvorefter debatten begynder.

Efter en første diskussionsrunde siger Reimer Bo Christensen:

"Jeg skal lige sige, at DR samarbejder med Facebook, så du kan se den her udsendelse live på nettet. Hvis du har en Facebook profil, så kan du også deltage i debatten, mens udsendelsen kører. Og så kan du også stille spørgsmål til kandidaterne. Du finder det hele via vores hjemmeside, som er dr.dk/valg. Og det kan du gøre lige nu."

Mens han taler, vises en smal, farvet tekstboks, hvor der kan læses:

"dr.dk/valg"

I løbet af udsendelsen vises 11 gange tekstbokse af ca. 12-15 sekunders længde med overskriften "*DR+FACEBOOK: DR.DK/VALG*" i neutral skrift. Nedenunder vises korte kommentarer fra brugere, der har deltaget på debatten på Facebook.

Tekstboksene har en neutral farvet baggrund og indeholder ingen logoer.

Facebook nævnes ikke i de afsluttende rulletekster.

Hørings svar

DR har i udtalelse af 24. august 2009 som svar på Radio- og tv-nævnets høring anført følgende:

"...

Radio- og tv-nævnet har bedt om DRs kommentarer til Niels Ole Wessels klage over udsendelsen "Spidskandidaterne - finalen" den 4. juni 2009 kl. 21.30 på DR1.

Niels Ole Wessel fremfører i sin klage, at omtalen af websitet Facebook udgør en profilering/reklame af firmaet og dets service.

DR kan oplyse, at udsendelsen var den afsluttende debatudsendelse op til EU-parlamentsvalget den 7. juni 2009. Panelet bestod af spidskandidaterne for de opstillede lister, og debatten blev styret af værten Reimer Bo Christensen.

Under udsendelsen åbnede DR som et forsøg for, at brugere på facebook.com kunne debattere relevante spørgsmål i forbindelse med den direkte udsendelse på tv, herunder indsende kommentarer og se andres kommentarer.

I udsendelsen henviste værten Reimer Bo Christensen til denne mulighed én gang. Det skete 8 min. 36 sek. inde i udsendelsen, som i alt varede 1 time 29 min.

Reimer Bo Christensen sagde:

"Jeg skal lige sige, at DR samarbejder med Facebook, så du kan se den her udsendelse live på nettet. Hvis du har en Facebookprofil, så kan du også deltage i debatten, mens udsendelsen kører. Og så kan du også stille spørgsmål til kandidaterne. Du finder det hele via vores hjemmeside, som er dr.dk/valg. Og det kan du gøre lige nu."

Henvendelsen var således primært rettet mod aktuelle brugere af facebook. Der forekom ikke anden omtale eller opfordring til at oprette sig som bruger på dette site. Facebooks logo blev ikke vist, hverken i denne forbindelse eller sammen med kommentarerne.

I løbet af udsendelsen blev der 11 gange vist kommentarer fra denne aktivitet på skærmen. De blev vist i tekstboks, som stod på skærmen i 12-15 sek. Tekstboksene havde overskriften "DR+FACEBOOK: DR.DK/VALG" i neutral typografi.

Det var første gang, DR anvendte Facebooks debatforum i forbindelse med en tv udsendelse, så det havde derfor også karakter af et forsøg. Det kan oplyses, at der under udsendelsen kom 2200 kommentarer.

Det er afgørende for DR, konstant at kunne eksperimentere og hente erfaringer med nye måder at anvende nye medier på. Her ændrer brugernes

vaner og markedet sig løbende. Gennem eksperimenter og afprøvning af nye elementer af er det muligt at få viden om, hvordan brugerne tager imod og anvender konkrete tilbud.

Den redaktionelle begrundelse for at benytte Facebook i den konkrete udsendelse, er den meget store udbredelse, brugen af facebook.com har i befolkningen. Det vurderes, at næsten halvdelen af befolkningen er registrerede brugere.

Det er kendt, at åbne debatfora på nettet ofte har en meget lav kvalitet, som er præget af mange anonyme indlæg fra få deltagere. Ved at knytte debat-indlæggende til Facebook, bliver indholdet knyttet til den enkelte persons troværdighed i vennekredsen. Det var derfor begrundet i en redaktionel interesse at undersøge, om brugen af Facebook ville give færre anonyme indlæg og en mere konstruktiv tone i brugernes indlæg. Det er reelt muligt at optræde anonymt, men DR ønskede i denne sammenhæng, så vidt muligt, ikke at bruge indlæg fra anonyme brugere.

Det var en vigtig del af overvejelsen, at det er gratis og uforpligtende for alle at bruge og oprette sig på Facebook.

Selv om Facebook opfordrer til, at man skal optræde med sit eget navn, er ingen tvunget til at aflevere vigtige personoplysninger, billeder eller til fortsat at bruge sitet.

Det skal understreges, at alle initiativer i forbindelse med udsendelsen er foretaget på DRs egen foranledning uden forudgående aftale mellem DR og virksomheden bag facebook.com, og der har heller ikke været tale om betaling mellem parterne. Det vil sige, at når værten taler om et samarbejde mellem DR og Facebook er det ikke en korrekt beskrivelse.

Samlet set er det DRs opfattelse, at der kun er sket en meget begrænset fremhævelse af Facebook. Værten nævner debatmuligheden via facebook en eneste gang i løbet af næsten 1½ times program, uden nogen fremhævelse, anprisning eller lignende. Der vises ikke logo, hverken i forbindelse hermed eller visning af de 11 kommentarer.

DR mener således, at omtalen af facebook.com i udsendelsen "Spidskandidaterne - finalen" den 4. juni 2009 alene var redaktionelt begrundet, og ikke var skjult reklame.

..."

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. 477 af 6. maj 2010, på sit møde den 22. juni 2010 behandlet sagen, og skal udtale:

Niels Ole Wessel har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Facebook i udsendelsen "Spidskandidaterne - finalen" sendt den 4. juni 2009 på DR1.

Klager anfører blandt andet, at der under udsendelsen bliver opfordret til at deltage i en live debat på hjemmesiden Facebook. Klager er af den opfattelse, at henvisningerne til Facebook har karakter af en profilering eller reklame for Facebook i strid med forbuddet mod reklame i DR's programvirksomhed.

I henhold til § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar 2009 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber skal reklamer kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som placeres mellem programmerne, jf. radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, samt reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 2, må reklamer ikke indgå i DR's programvirksomhed.

Skjult reklame defineres i henhold til den på udsendelsens tidspunkt gældende artikel 1c) i direktiv 89/552 EØF (som senere ændret ved direktiv 2007/65/EF) som følger: "mundtlig eller visuel fremhævelse af varer eller tjenesteydelser eller af en vareproducents eller en tjenesteydelsesleverandørs navn, varemærke eller aktiviteter i programmer, når fremhævelsen er tilsigtet fra tv-radio-spredningsorganets side i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse. En fremhævelse anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod vederlag eller lignende betaling."

For at udgøre skjult reklame skal fremhævelsen altså opfylde tre kumulative betingelser: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra tv-radio-spredningsorganets side; den skal være i reklameøjemed, og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse.

Da skjult reklame er tilsigtet, kan det i praksis være ret vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v.

Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser" i forbindelse med tv-reklamer (2004/C 102/02) bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet "uberettiget fremhævelse" af en vare eller tjenesteydelse eller en virksomheds varemærke eller navn: Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i de udsendelser, disse elementer indsættes i. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold eller på grund af en påvirkning, som det redaktionelle indhold er blevet udsat for i kommercielt øjemed, tyder det på, at der foreligger skjult reklame.

Det påklagede program indeholder en live debat mellem spidskandidaterne for EU-parlamentsvalget, som fandt sted den 7. juni 2009.

DR har i hørings svar af 24. august 2009 blandt andet oplyst, at:

"Under udsendelsen åbnede DR som et forsøg for, at brugere på facebook.com kunne debattere relevante spørgsmål i forbindelse med den direkte udsendelse på tv, herunder indsende kommentarer og se andres kommentarer."

DR oplyser derudover, at der ikke er sket betaling af vederlag eller andre ydelser mellem parterne i forbindelse med programmet. DR anfører endvidere, at udtrykket "samarbejde", som bruges af studieværten i denne forbindelse, er misvisende, idet DR har taget initiativ til brug af Facebook i tilknytning til udsendelsen uden forudgående aftale med Facebook.

Radio- og tv-nævnet skal bemærke følgende:

Nævnet er af den opfattelse, at der i programmet sker en fremhævelse af Facebook både ved mundtlige og visuelle fremhævelser.

Spørgsmålet er imidlertid, om fremhævelserne går ud over, hvad der kan anses for at være berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold, og dermed har karakter af skjult reklame i strid med reglerne herom.

De visuelle fremhævelser af Facebook, der forekommer i programmet, sker i form af tekstbokse, som stod på skærmen i 12-15 sek. Tekstboksene

havde overskriften "DR+FACEBOOK: DR.DK/VALG" i neutral typografi. DR har oplyst, at disse tekstbokse vises i alt 11 gange i det samlede program.

Derudover bliver Facebook fremhævet mundtligt én gang ved en henvisning fra studieværten, der siger:

"Jeg skal lige sige, at DR samarbejder med Facebook, så du kan se den her udsendelse live på nettet. Hvis du har en Facebookprofil, så kan du også deltage i debatten, mens udsendelsen kører. Og så kan du også stille spørgsmål til kandidaterne. Du finder det hele via vores hjemmeside, som er dr.dk/valg. Og det kan du gøre lige nu."

Radio- og tv-nævnet lægger i henhold til DRs oplysninger til grund, at der ikke er sket yderligere fremhævelser af Facebook i programmet.

DR anfører, at den redaktionelle begrundelse for brugen af og henvisningen til Facebook er følgende:

"Den redaktionelle begrundelse for at benytte Facebook i den konkrete udsendelse, er den meget store udbredelse, brugen af facebook.com har i befolkningen. Det vurderes, at næsten halvdelen af befolkningen er registrerede brugere.

Det er kendt, at åbne debatfora på nettet ofte har en meget lav kvalitet, som er præget af mange anonyme indlæg fra få deltagere. Ved at knytte debat-indlæggende til Facebook, bliver indholdet knyttet til den enkelte persons troværdighed i vennekredsen. Det var derfor begrundet i en redaktionel interesse at undersøge, om brugen af Facebook ville give færre anonyme indlæg og en mere konstruktiv tone i brugernes indlæg. Det er reelt muligt at optræde anonymt, men DR ønskede i denne sammenhæng, så vidt muligt, ikke at bruge indlæg fra anonyme brugere.

*Det var en vigtig del af overvejelsen, at det er gratis og uforpligtende for alle at bruge og oprette sig på Facebook.
..."*

Radio- og tv-nævnet er enig med klager i, at Facebook, selvom brugen af hjemmesiden er gratis, på baggrund af en del internetreklamer og lignende kommerciel kommunikation til brugerne må siges at have kommerciel karakter.

Afgørende er for vurderingen af, om henvisningerne til Facebook er redaktionelt berettigede, er imidlertid karakteren af fremhævelserne og den konkrete redaktionelle sammenhæng, hvori disse gør sig gældende.

I det foreliggende tilfælde er der tale om en mulighed for seerne til aktivt at deltage i et politisk debatprogram ved at skrive indlæg og stille spørgsmål på Facebook.

Både i tekstboksene og i den mundtlige fremhævelse oplyses seerne om denne mulighed, idet der objektivt orienteres herom, og der henvises til DR's egen hjemmeside. Der forekommer imidlertid ikke angivelser af Facebooks hjemmeside eller logoer.

På den anden side indebærer disse henvisninger en udtalt forståelse af, at man kun kan gøre brug af debatfunktionen, hvis man er oprettet bruger på Facebook. Radio- og tv-nævnet er for så vidt enig med klageren i, at henvisningerne derfor kan opfattes som en opfordring til at deltage på Facebook, og dermed til at besøge hjemmesiden og oprette en profil, hvis man ikke har et sådan i forvejen.

Henvisningerne til Facebook har imidlertid i det konkrete tilfælde en direkte redaktionel sammenhæng med den aktuelle udsendelse. Fremhævelserne indeholder derudover ikke konkrete opfordringer til at oprette profiler eller fremhæver Facebook på en i øvrigt positiv eller rosende måde.

Eftersom der i fremhævelserne udelukkende er indeholdt relevante oplysninger til seeren i forbindelse med den konkrete udsendelse, går fremhævelserne efter Radio- og tv-nævnets vurdering ikke ud over, hvad der er redaktionelt berettiget.

Nævnet finder derfor efter en samlet vurdering ikke, at udsendelsen indeholder uberettigede fremhævelser af Facebook i strid med reglerne om skjult reklame.

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

AFGØRELSE:

Udsendelsen "Spidskandidaterne – finalen" sendt på DR1 den 4. juni 2009, indeholder ikke skjult reklame i strid med § 72 og § 73, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, samt § 3, stk. 1, og § 4, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar

2010 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Kopi sendt til:
Klager Niels Ole Wessel