

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: Juridisk Politisk Sekretariat

RADIO- OG TV-NÆVNET

7. januar 2010

Sagsnr: 2009-004365

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over skjult reklame i programmet "Danmarks Indsamling 2009" sendt på DR1

Anne Mette Christensen har ved e-mail af 24. januar 2009 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame i forbindelse med en konkurrence om en VW Fox i programmet "Danmarks Indsamling 2009", sendt på DR1 den 24. januar 2009 kl. 19.00 – 23.45.

Klageren har anført følgende bemærkninger i klagen:

"...

Jeg mener, at der forekommer skjult reklame for bilen FOX i programmet Danmarks indsamling til Afrika sendt kl. 19.00 på DR1. Seeren kan donere et beløb og deltage i en konkurrence om at vinde en bil af mærket FOX. Mascha Vang kører i bilen og omtaler den i rosende vendinger, som går langt ud over det nødvendige for at præsentere præmien. Herudover omtales bilen mange i programmet, hvilket samlet set medfører, at det får karakter af reklame.

..."

Beskrivelse

DR har som bilag til hørings svar af 13. november 2009 tilsendt Radio- og tv-nævnet to cd-rom med udsendelsen "Danmarks Indsamling 2009", sendt på DR1 den 24. januar 2009 kl. 19.00 – 23.45.

Udsendelsen varer i alt 4 timer og 45 minutter.

Der vises ingen sponsorkrediteringer hverken i programmets start eller slutning.

Selve programmet foregår live i Tivolis koncertsal, og ledes af to programværter. Udsendelsens formål er at indsamle penge til fordel for fattige familier i Afrika. Seerne kan ved at ringe eller sende en sms til et angivet telefonnummer donere 150 kr. til indsamlingen eller ringe til et call center og donere et større beløb.

I udsendelsens start forklarer de to værter, hvad udsendelsen går ud på, og hvad seerne kan forvente af udsendelsen, der består af mange elementer med gæster, frivilligt medvirkende musikere, indslag om konkrete støtteprojekter i Afrika mv.

Konkurrencer om VW-biler

I begyndelsen af udsendelsen oplyser den ene af de to programværter bl.a.:

"I aften vil vi gøre næsten alt for at hjælpe fattige afrikanske familier. Du kan også vinde en bil. Vi har simpelthen en konkurrence, hvor det er muligt at vinde fire forskellige biler fra Volkswagen."

På en delt skærm vises samtidig en parkeringsplads udenfor, hvor der er parkeret fire VW-biler ved siden af hinanden. På den forreste kan der læses modelnavnet "Passat" på nummerpladen.

Senere under udsendelsen indleder værterne en live telefonkonkurrence om den første af VW-bilerne, en Fox.

En af værterne vises udenfor på parkeringspladsen foran bilerne og nævner, at man udover at donere penge også kan vinde både en VW Golf, Fox, Polo og Passat i forbindelse med programmet.

Derefter interviewes Volkswagen Danmarks direktør, Ulrik Schönemann. Han siger bl.a.:

"...

Man kan jo sige at trods finanskrisen må man kigge frem en gang i mellem. Volkswagens mærkeværdier er der mange af, men en af dem er ansvarlighed. Og vi synes, at der er et rimelig godt bindeled mellem at vise ansvarlighed og så donere de her biler til indsamlingens formål."

Efterfølgende informerer programværtten om konkurrencens betingelser samt om, at fire udvalgte andre DR-værter, der vises foran bilerne, senere skal prøvekøre bilerne og personligt aflevere dem til vinderne.

Senere i udsendelsen viser DR-vært Masha Vang præmiebilen VW Fox frem på parkeringspladsen, mens hun klapper den og sparker lidt til den for sjov.

Derefter vises en forud produceret film, hvor hun prøvekører bilen. Klippet starter med et zoom på VW-logoet bagpå.

Under resten af klippet vises Masha V. inde i bilen, mens hun kører. Hun omtaler den som en "lille rap bil" og fremhæver særlige detaljer i indretningen, såsom hylder til mobiltelefon mv., imens kameraet zoomer ind på de nævnte detaljer. Derudover fremhæver og demonstrerer hun, at den er let at parkere.

Lidt senere vises Masha Vang igen på parkeringspladsen, hvor hun nu sidder i bilen og siger bl.a.:

"Det er denne her Fox, en rigtig 'Foxy lady' du kan vinde. Jeg har været ude at køre i den, og jeg har parkeret i den, og det er rigtig nemt. Det er en rigtig god lille bil. Hvis du vil have den, så er det nu, du skal ringe."

For at understrege sine udtalelser gasser hun demonstrativt op.

Også i forbindelse med konkurrencerne om de øvrige tre biler vises korte film, hvor bilerne bliver prøvekørt af DR-værter, som fremhæver forskellige positive egenskaber og indretninger.

Øvrige elementer i udsendelsen

Radio- og tv-nævnet har noteret sig, at der i programmet medvirker et stort antal andre virksomheder live under udsendelsen samt i forud producerede film.

Nogle af virksomhederne bliver i crawlere eller af værterne betegnet som donorer, andre som sponsorer eller samarbejdspartnere.

Høring

DRs generaldirektør Kenneth Plummer har i udtalelse af 13. november 2009 anført følgende til klagen:

"...

DR anser DANMARKS INDSAMLING som en aktivitet, der ligger i forlængelse af DRs langvarige tradition for at indgå i indsamlingsaktiviteter med et humanitært sigte.

Konceptet med store indsamlingsshows blev grundlagt allerede i 1956 i forbindelse med indsamling til Ungarnshjælpen. Her opstod metoden med, at virksomheder kunne få deres navn, og/eller produkter nævnt og vist på scenen, mod at donere betydelige beløb. Formen har således eksisteret i mange år, og været anvendt talrige gange i forbindelse med store, anerkendte indsamlinger med stor folkelig opbakning (f.eks. Balkan, Irak, Tsunamien, og DM i indsamling).

DANMARKS INDSAMLING er et samarbejde med de 12 største indsamlingsorganisationer, og formålet er at støtte en række konkrete projekter til afhjælpning af fattigdom og nød i Afrika. DR indgår i et sådant samarbejde 1 gang om året, og sidste DANMARKS INDSAMLING indbragte ca. 72 millioner kroner til det humanitære arbejde.

Konceptet i et indsamlingsshow er at skaffe flest mulige penge til formålet, samt at inspirere befolkningen og danske virksomheder til at yde betydelige bidrag.

DR er opmærksom på, at denne praksis ikke er den samme som den der gælder for DRs øvrige programflade. DRs sædvanlige standarder for hvad der almindeligvis kan tillades på DRs flader håndhæves således ikke for indsamlingsshows på samme måde som for andre programmer, ligesom der er flere indslag, der har et mere kommercielt præg end der er normalt for DR.

Det gælder f.eks. når donorerne får lov til at præsentere store checks med firmanavn mv. Og det gælder også ved præmiepræsentationerne. Som for den øvrige del af indsamlingsshowet er formålet at få folk til at yde bidrag til indsamlingen, og i dette konkrete tilfælde sker det ved, at seerne kan deltage i lotteriet om at vinde en af de donerede biler. For at få flest mulige til at deltage vises de enkelte præmier flere gange.

I forhold til den konkrete problemstilling skal det nævnes, at de fire VW biler som blev eksponeret i DANMARKS INDSAMLING 2009 indbragte 18 af de 72 millioner kroner. Og sådanne store beløb er helt afgørende for indsamlingens resultat - og programmets underholdningsværdi.

De 4 VW biler var sponsoreret af SMC-Biler A/S, som er importør af VW biler i Danmark. DR skal i den forbindelse oplyse, at sponsor ved en fejl ikke blev krediteret efter programmet. DR beklager dette og sørger for, at samtlige sponsorer i fremtidige indsamlingsshow vil blive krediteret i rulleteksten efter programmet.

Afsluttende kan det til orientering oplyses, at det fornyede gennemsyn af Danmarks Indsamling show 2009 har medført, at DR har besluttet, at fremtidig præmiepræsentation vil blive væsentligt nedtonet ved kommende indsamlingsshows. Dette betyder blandt andet, at DRs værter ikke vil medvirke ved præmiepræsentationerne, og at præsentationerne derved vil blive udformet på mere neutral vis."

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. 827 af 26. august 2009 på sit møde den 17. december 2009 behandlet sagen, og skal udtale:

Annette Mette Christensen har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for VW FOX i DR's udsendelse "Danmarks Indsamling 2009".

Klageren anfører, at der under programmet vises skjult reklame for en VW Fox, idet programmets vært kører i bilen og omtaler den i rosende vendinger, som går langt ud over det nødvendige for at præsentere præmien. Herudover omtales bilen mange gange under programmet, hvilket samlet set efter klagerens opfattelse medfører, at det får karakter af reklame.

I henhold til § 1, stk. 3, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, er radio- og fjernsynsforetagenders foromtale af kommende programmer samt omtale af produkter og lignende, som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne, samt public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed, ikke omfattet af reklamebekendtgørelsen.

DRs udsendelse om "Danmarks Indsamling" er et program til fordel for velgørenhed. Eftersom der ikke er tale om et indslag, men om et helt program af mere end fire timers varighed, falder programmet ikke indenfor anvendelsesområdet for den nævnte undtagelse.

I henhold til § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009, og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, skal reklamer klart 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 skal placeres mellem programmerne, jf. reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, 1. pkt., og radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, 1. pkt. I øvrigt bemærkes, at reklamer ikke må indgå i DRs programvirksomhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 2.

Endvidere skal sponsorerede programmer i henhold til radio- og fjernsynslovens § 80, og reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, klart identificeres ved, at sponsors navn, mærke (logo), produkt eller tjenesteydelse er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet.

Ved sponsorering af programmer forstås i henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af radio- og fjernsynsprogrammer, herunder tekst-tv-sider, fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- eller fjernsynsprogrammer, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, mærke (logo), image, aktiviteter eller produkter.

I henhold til lovens § 82, må et sponsoreret program ikke tilskynde til afsætning af sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser og må ikke promovere deres varer eller tjenesteydelser.

Reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, specificerer desuden, at sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser navnlig ikke må fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

I henhold til bestemmelsens stk. 2, må præmierne i konkurrencer m.v., hvor sponsorernes eller andres produkter eller tjenesteydelser indgår som præmier, kun vises og omtales på en kort og neutral måde, der ikke går ud over den information, som er påkrævet for at gennemføre konkurrencen.

Spørgsmålet er herefter, om omtalen og eksponeringen af VW Fox og de øvrige VW-biler, der kan vindes under udsendelsen "Danmarks Indsamling" er sket i strid med reglerne om skjult reklame, hhv. reglerne om sponsoring.

DR har i hørings svar af 13. november 2009 oplyst, at den overordnede metode bag programmet på baggrund af en lang tradition og anvendelse i mange lignende udsendelser består i, at virksomheder kan få deres navn og/eller produkter vist på scenen, mod at donere betydelige bidrag.

DR oplyser blandt andet, at

"...

Konceptet i et indsamlingsshow er at skaffe flest mulige penge til formålet, samt at inspirere befolkningen og danske virksomheder til at yde betydelige bidrag.

...

DRs sædvanlige standarder for hvad der almindeligvis kan tillades på DRs flader håndhæves således ikke for indsamlingsshow's på samme måde som for andre programmer, ligesom der er flere indslag, der har et mere kommercielt præg end der er normalt for DR.

Det gælder f.eks. når donorerne får lov til at præsentere store checks med firmanavn mv. Og det gælder også ved præmiepræsentationerne.

...”

Radio- og tv-nævnet skal indledende bemærke, at Nævnet er opmærksom på den bestående tradition med at afholde indsamlingsshows med humanitære formål. Under denne form for udsendelser er det således sædvanligt, at donorerne bliver bekendtgjort, og at disse derved til gengæld for de ydede bidrag bliver nævnt i en positiv sammenhæng.

Uanset dette falder programmet som nævnt ovenfor indenfor reklamebekendtgørelsens anvendelsesområde og skal vurderes i forhold til bekendtgørelsens reklame- og sponsoreringsregler.

Konkurrencer om VW-biler

Radio- og tv-nævnet skal anføre følgende til den foreliggende klage:

I løbet af udsendelsen gennemføres fire live-konkurrencer om fire VW-biler, herunder en VW Fox. Konkurrencerne og de fire biler, der kan vindes, nævnes og fremhæves mange gange under udsendelsen.

Eftersom der er tale om en sponsoreret konkurrence, finder reglerne om sponsorering af programmer anvendelse på dette forhold.

Konkurrencens sponsor er ikke krediteret hverken i starten eller i slutningen af programmet.

DR har oplyst, at:

”De fire VW-biler blev sponsoreret af SMC-biler SMC-Biler A/S, som er importør af VW biler i Danmark. DR skal i den forbindelse oplyse, at sponsor ved en fejl ikke blev krediteret efter programmet.”

I den manglende sponsorkreditering ligger således en overtrædelse af reglerne om identifikation af sponsorerede programmer i henhold til radio- og fjernsynslovens § 80, samt reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1.

De enkelte VW-biler, herunder VW Fox, bliver som anført af klageren fremhævet gentagne gange under udsendelsen.

Forud for konkurrencerne interviewes endvidere Volkswagen Danmarks direktør, som her gives lejlighed til blandt andet at fremhæve Volkswagens mærkeværdier.

Der bliver under udsendelsen gentagne gange zoomet ind på logoerne på bilerne, og bilerne prøvekøres og roses i detaljer af DR-værter i forud producerede klip og live under programmet.

Radio- og tv-nævnet har navnlig bemærket mundtlige og visuelle fremhævelser af detaljer i bilernes indretning samt udtalelser fra fx Masha Vang som:

"Det er denne her Fox, en rigtig 'Foxy lady' du kan vinde. Jeg har været ude at køre i den og jeg har parkeret i den og det er rigtig nemt. Det er en rigtig god lille bil. Hvis du vil have den, så er det nu du skal ringe."

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 2, tillades kun kort og neutral omtale af sponsorerede præmier, som er påkrævet for at gennemføre konkurrencen. Efter Radio- og tv-nævnets praksis fortolkes denne proportionalitetsvurdering forholdsvis snævert, og en detaljeret og forherligende omtale, herunder en kvalitativ vurdering af det enkelte produkt og lange visuelle fremhævelser af produktet, anses ikke nødvendig i denne sammenhæng.

Radio- og tv-nævnet finder, at eksponeringen af præmierne går ud over den tilladte korte og neutrale omtale, der er nødvendigt for at gennemføre konkurrencerne, og at eksponeringen derfor indebærer en overtrædelse af § 29, stk. 2.

Radio- og tv-nævnet finder herudover, at fremhævelserne af de enkelte VW-biler er af en så fremtrædende karakter, at der også foreligger en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens § 82, som forbyder, at et sponsoreret program promoverer sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser.

Øvrige elementer i udsendelsen

Nævnet skal i øvrigt bemærke, at der ikke er taget stilling til øvrige elementer under udsendelsen, der kan være relevante i forhold til reklame- og sponsoreringsreglerne.

Nævnet har imidlertid noteret sig, at der medvirker et stort antal virksomheder og erhvervsdrivende i udsendelsen som fremhæves i forskellig grad, som for eksempel Lauritz.com og Pandora Smykker.

En lang række virksomheder bliver i crawlere eller af værterne betegnet som donorer, andre som sponsorer eller samarbejdspartnere.

Der henvises derfor til, at i forhold til virksomheder, hvis bidrag falder under definitionen for sponsorering i henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, skal reglerne om sponsorering af programmer overholdes, jf. radio- og fjernsynslovens kapitel 11 og reklamebekendtgørelsens kapitel 4.

I forhold til øvrige medvirkende virksomheder skal reglerne om skjult reklame overholdes, jf. radio- og fjernsynslovens kapitel 11 og reklamebekendtgørelsens kapitel 2.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet følgende på sit møde den 17. december 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Programmet "Danmarks indsamling" sendt på DR1 den 24. januar 2009 indeholder overtrædelser af radio- og fjernsynslovens §§ 80 og 82, jf. lovbeholdtgørelse nr. 827 af 26. august 2009, samt §§ 27, stk. 1 og 29, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsering i radio og fjernsyn, for så vidt angår de af sponsorerede konkurrencer om fire VW-biler.

Nævnet har taget til efterretning, at DR beklager den manglende kreditering af sponsorerne, og at DR i fremtiden agter at sørge for kreditering af samtlige sponsorer i rulleteksterne i forbindelse med lignende udsendelser.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Kopi sendt til klager Anne Mette Christensen