

3. september 2019



DR Byen
Emil Holms Kanal 20
DK-0999 København

Sendt pr. mail til DR

Radio- og tv-nævnet

Michala Stampe
Fuldmægtig, cand.jur.

rtv@slks.dk
www.slks.dk

Afgørelse vedrørende klage over visning af grafikbjælker i "Disney Sjøv" og "Historien om Danmark" omhandlende Danmarks Indsamling på DR1

Sammendrag

Radio- og tv-nævnet har den 12. februar 2019 modtaget en klage over visning af grafikbjælker i "Disney Sjøv" og "Historien om Danmark" omhandlende Danmarks Indsamling på DR1 sendt den 1. februar 2019.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at den udsendte grafikbjælke for Danmarks Indsamling sendt på DR1 udgør et programelement, der kan sidestilles med et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at grafikbjælken for Danmarks Indsamling indeholder skjult reklame for Audi i strid med reglerne.

Klagen

Klagen vedrører visning af grafikbjælker omhandlende Danmarks Indsamling på DR1, som blev vist i "Disney Sjøv" og "Historien om Danmark".

Klager anfører, at visningen af de omtalte grafikbjælker i programmerne "Disney Sjøv" og "Historien om Danmark" udgør reklame i strid med reglerne.

Samlet set finder klager, at der er sket en overtrædelse af reglerne om skjult reklame, jf. § 2, stk. 1, 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) og § 72 i lovbekendtgørelse nr. 248 af 16. marts 2019 om radio- og fjernsynsvirksomhed (radio- og fjernsynsloven).

Beskrivelse af udsendelsen

DR har som bilag til hørings svar af den 12. marts 2019 vedlagt en kopi af "Disney Show" og "Historien om Danmark", hvori de påklagede bjælker forekommer.

Bjælkerne vises to gange ved slutningen af programmet "Disney Sjov" med en varighed på 35 sekunder samt to gange i starten af programmet "Historien om Danmark" med en varighed på 45 sekunder. Bjælken vises i nederste halvdel af skærmen og er statisk.

Venstre del af bjælken indeholder henvisninger til Danmarks Indsamling herunder Danmarks Indsamlings logo samt årets motto "Styrk verdens piger". I midten kan man med sort tekst på lys baggrund læse:

"Vind en Audi Q3 til en værdi af 420.000 kr."

Ved siden af teksten ses et lille billede af den pågældende bil. "Audi Q3" og beløbet "420.000 kr." er fremhævet med fed. I højre side af grafikken kan læses:

*"Send Q3 til 1212.
Det koster 150 kr."*

Den øverste linje er fremhævet med fed skrift og "Q3" og "1212" er fremhævet med rød skrift.

Bilen, som ses i midten, "kører ind", idet bjælken kommer frem på skærmen. Efter de henholdsvis 35 og 45 sekunder forsvinder grafikken igen.

Ca. halvvejs under visningen af bjælken skifter al teksten kortvarigt over i rød for så at blive sort igen.

Hørings svar

DR

DR har i hørings svar af den 12. marts 2019 oplyst, at henvisningen til Danmarks Indsamling 2019 var udformet som en bjælke, der blev placeret nederst i billedet i programmet "Disney Sjov" og i programmet "Historien om Danmark".

DR oplyser, at bjælken var statisk, dvs. ikke udformet som en crawler tekst. Bjælken blev vist ved siden af logoet for programmet "Danmarks Indsamling 2019" inklusiv årets motto "Styrk verdens piger".

DR oplyser, at "Danmarks Indsamling" er en årlig tilbagevendende indsamling, der finder sted i januar eller februar måned i samarbejde med de 12 største humanitære organisationer i Danmark. Indsamlingen har fundet sted siden 2007 og kulminerer i et live tv-show på DR1, som i ugen op til showet er ledsaget af en række aktiviteter på DRs øvrige platforme, der skal skabe opmærksomhed omkring indsamlingen.

DR oplyser, at der med udgangspunkt i FN's udviklingsmål hvert år udvælges et bestemt tema for indsamlingen. I 2019 blev fokus verdens mest udsatte piger, hvor det indsamlede beløb skulle komme 12 konkrete projekter i 12 lande på tre kontinenter til gode, som i løbet af de næste tre år vil hjælpe udsatte piger. Mottoet for "Danmarks Indsamling 2019" var derfor "Styrk verdens piger".

DR oplyser, at indsamlingsshowet blev afholdt og udsendt lørdag den 2. februar 2019 fra Musikkens Hus i Århus. I ugen op til showet kunne danskerne donere penge, samt vinde præmier ved at deltage i diverse lodtrækninger og auktioner. På samme måde havde seerne under det afsluttende liveshow mulighed for at donere og vinde præmier ved at ringe eller sende en sms til et angivet telefonnummer og donere 150 kr. til indsamlingen eller ringe til et call-center for at donere et større beløb.

DR oplyser, at der i tv-showet blev udloddet i alt seks Audier - to Audi A1, en Audi A3, en Audi A4 Avant, en Audi Q2 og en Audi Q3. Traditionelt var bilerne hovedpræmierne i lodtrækningen, der alene fandt sted live i tv-showet. De seks Audier, der var hovedpræmierne i "Danmarks Indsamlingen 2019" blev indkøbt til markedspris.

DR oplyser, at tv-showet "Danmarks Indsamling" blev produceret med produktionsstøtte fra organisationen "Danmarks Indsamling", der er en sammenslutning af 12 humanitære organisationer. Støttebeløbet blev aftalt på forhånd mellem DR og organisationen "Danmarks Indsamling", og er uafhængigt af det beløb, der blev indsamlet under tv-showet.

DR oplyser, at DR har ikke modtaget særskilt produktionsstøtte til at producere og udsende den grafiske bjælke, der er genstand for nærværende klage.

DR anfører, at henvisningen til tv-showet "Danmarks Indsamling 2019" i form af en grafisk bjælke efter deres opfattelse ikke udgør skjult reklame, men både er en lovlig foromtale af *"et kommende program, samt et produkt el.lign., der supplerer programmet,"* samt et *"vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed"*, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3, som lovligt kan indgå i DRs programvirksomhed.

Ift. foromtale af programmer anfører DR, at Radio- og tv-nævnet tidligere har taget stilling til begrebet *"foromtale af kommende programmer, samt omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne"*.

DR bemærker, at det efter deres opfattelse ikke er en forudsætning, at et indslag eller et programelement for at kunne kvalificeres som *"foromtale af et kommende program"* henviser til det konkrete udsendelsestidspunkt og kanal. DR mener dog, at der skal være en formodning om, at seerne, bl.a. på grund af programmets popularitet, er bekendt med udsendelsestidspunktet.

DR er af den opfattelse, at dette også gør sig gældende i forhold til "Danmarks Indsamling 2019 – Styrk verdens piger". Bjælken indeholder tv-programmet "Danmarks Indsamlings" logo, årets tema ("Styrk verdens piger"), samt henviser til muligheden for at kunne vinde en bil ved at donere penge til indsamlingen.

DR anfører, at udlodningen af bilerne har været et kendt element af live tv-showet siden starten af "Danmarks Indsamling" i 2007. På grund af programmets store popularitet og omtale i dagene inden afholdelse af live tv-showet må bjælken derfor anses som en henvisning til seerne om udsendelse af det kommende live tv-show (inklusive lodtrækning om bl.a. en Audi Q3).

På baggrund heraf mener DR derfor, at der er tale om en foromtale af et kommende program. Efter bilerne er købt til markedspris, og DR ikke har modtaget særskilt støtte til produktion af påklagede bjælke, er det DRs opfattelse, at sponsoreringsreglerne heller ikke finder anvendelse, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3.

Ift. om der er tale om et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed anfører DR, at bjælken er et programelement, der kan sidestilles med et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed. Bjælken opfordrer til at støtte årets indsamling til fordel for underprivilegerede piger ved at yde

en donation på 150 kr. via sms. Selvom denne opfordring er knyttet til udlodning af en bil og ikke (også) indeholder en eksplicit opfordring til at støtte indsamlingen, er der grundet programmets popularitet, samt omtale i dagene op til live tv-showet, ingen tvivl om, at de 150 kr., som en sms koster, er en donation, der ubeskåret kommer de projekter til gode, som "Danmarks Indsamlingen 2019" støtter.

DR anfører, at dette heller ikke ændres ved, at der vises et lille billede af en Audi Q3. DR anfører, at bilen blandt andre præmier er et ikke-sponsoreret produkt, der indgår som et stort element i tv-showet.

DR anfører slutteligt, at det er deres vurdering, at den grafiske bjælke, som blev vist i kort tid under programmet "Disney Sjov", samt "Historien om Danmark" både må anses som en lovlig foromtale af et kommende program, samt et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 4.

DR oplyser dog, at de har taget til efterretning, at flere seere har oplevet placeringen af selve bjælken som forstyrrende for oplevelsen af programmet, da den dækkede over indholdet. Dette især med henblik på den unge seergruppe for det ene af de to programmer, hvor bjælken blev placeret.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i radio- og fjernsynsloven, på sit møde den 29. august 2019 behandlet sagen og skal udtale:

Det fremgår af § 15, stk. 6, 2. pkt. i radio- og fjernsynsloven, at DR ikke kan oppebære reklameindtægter fra programvirksomheden, hvorfor der ikke må indgå reklamer i DR's programvirksomhed.

I henhold til § 1, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen 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. De nævnte typer indslag opfattes således ikke som reklamer i reklamebekendtgørelsens forstand.

Blandt andet finder reglerne om reklamers placering i reklameblokke ikke anvendelse på sådanne indslag. Eftersom reglerne om reklamers placering ikke finder anvendelse, kan sådanne indslag derfor som

udgangspunkt lovligt sendes i programmerne, ligesom afbrydelsen af et program med sådanne indslag ikke er forbudt.

En tilsvarende vurdering gør sig gældende for vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed. Sådanne indslag kan derfor som udgangspunkt lovligt sendes i programmerne, ligesom afbrydelsen af et program med sådanne indslag ikke er forbudt.

Der findes ikke danske regler, der særligt omhandler foromtaler eller de såkaldte egenreklamers omfang, udformning eller placering.

I betragtningerne 96-98 i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet) anføres følgende om egenreklame:

” (96) Det er nødvendigt at præcisere, at selvpromoverende aktiviteter er en særlig form for reklame, hvorved tv-spredningsforetagendet fremmer sine egne produkter, tjenesteydelser, programmer eller kanaler. Navnlig skal trailers, der består af uddrag af programmer, betragtes som programmer.

(97) Den daglige sendetid, der tildeles tv-spredningsforetagendets meddelelser vedrørende egne programmer og heraf direkte afledte supplerende produkter eller public service- meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed, bør ikke medregnes i den maksimale sendetid pr. dag eller pr. time, der kan tildeles reklame og teleshopping.

(98) For at undgå konkurrenceforvridning bør denne undtagelse begrænses til meddelelser vedrørende produkter, der opfylder den dobbelte betingelse på én gang at være supplerende og direkte afledt af de pågældende programmer. Udtrykket »supplerende« betegner produkter, der specielt har til formål at give seerne mulighed for at få det fulde udbytte af disse programmer, eventuelt på interaktivt grundlag.”

Spørgsmålet er herefter navnlig, om den påklagede grafikbjælke udgør et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3.

Vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed

Grafikbjælkerne indeholder oplysning om, at man ved at sende en sms deltager i konkurrence om at vinde en Audi Q3. Selvom det ikke fremgår eksplicit af den påklagede grafikbjælke, er det Nævnets vurdering, at

det ud fra det oplyste må antages, at man som seer er klar over, at man derved donerer 150 kr. til Danmarks Indsamling.

DR har oplyst, at liveshowet "Danmarks Indsamling" bliver produceret med produktionsstøtte fra organisationen "Danmarks Indsamling", der er en sammenslutning af 12 humanitære organisationer. Det er af DR oplyst, at støttebeløbet er blevet aftalt på forhånd mellem DR og organisationen "Danmarks Indsamling" og er uafhængig af det beløb, der blev indsamlet under tv-showet. DR har endvidere oplyst, at DR ikke har modtaget særskilt produktionsstøtte til at producere og udsende den grafiske bjælke.

På baggrund heraf finder Nævnet, at der er tale om programelementer, der kan sidestilles med vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3.

Skjult reklame

Uanset at egenreklamer og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed ikke er omfattet af reklamebekendtgørelsen, må disse ikke indeholde skjult reklame.

DR oplyser i deres hørings svar, at de biler, som man kan vinde ved at sende en donation, herunder den omtalte Audi Q3, er købt til markedspris, hvorfor det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at bilen ikke kan anses for at være sponsoreret. Det er endvidere Radio- og tv-nævnets vurdering, at den viste grafikbjælke ikke kan anses for at være sponsoreret.

Det skal derfor vurderes, om grafikbjælken indeholder skjult reklame for Audi.

Det følger af § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. Reklamer, der udsendes i strid med reglerne, udgør skjult reklame.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet) som følgende:

"Præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i programmer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er

ment som reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse".

Definitionen indeholder tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, førend der er tale om skjult reklame.

Fremhævelsen skal:

- Være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side
- Være ment som en reklame
- Kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art

Da det i praksis kan være vanskeligt at afgøre, om en fremhævelse fra medietjenesteudbyderens side har været tilsigtet og ment som en reklame, har Kommissionen i sin fortolkningsmeddelelse¹ bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet "*uberettiget fremhævelse*".

En uberettiget fremhævelse kan bl.a. ligge i, at et varemærke, en tjenesteydelse mv. optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde i et program. I den forbindelse skal der tages hensyn til programmets redaktionelle indhold. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold, eller fremhævelsen skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at seerne vildledes, kan dette indikere, at der er tale om skjult reklame.

Spørgsmålet er derfor først og fremmest, om den påklagede grafikbjælke sendt på DR indeholder en fremhævelse af Audi.

Det følger af Radio-og tv-nævnets praksis på området, at den blotte visning af eksempelvis et logo eller et virksomhedsnavn ikke i sig selv medfører, at der er tale om en fremhævelse af den pågældende virksomhed.

Grafikbjælken indeholder foruden de førnævnte henvisninger til Danmarks Indsamling oplysning om, at man ved at sende en sms kan vinde en Audi Q3 til en værdi af 420.000 kr.

¹ 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser, Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.

Denne oplysning er placeret i midten af den påklagede bjælke sammen med et billede af selve bilen. Der er ikke anvendt en font eller lignede, som relaterer sig til Audis logo ligesom Audis logo ikke er afbilledet. Grafikbjælken vises henholdsvis 35 sekunder i programmet "Disney Sjøv" og 2 x 45 sekunder i programmet "Historien om Danmark". Henset til grafikbjælkens centrale placering og størrelse samt varigheden af visningen finder Nævnet, at der er tale om en fremhævelse af Audi.

Det skal derfor vurderes, om denne fremhævelse kan karakteriseres som en uberettiget fremhævelse, der går ud over, hvad der kan anses som værende redaktionelt berettiget.

Det er Nævnets vurdering, at den påklagede grafikbjælke alene indeholder oplysninger, som er begrundet redaktionelt, idet der er anvendt en neutral skrifttype, og der ikke optræder hverken særpræg eller kendetegn for Audi, herunder Audis logo, ligesom der er tale om oplysninger, der er begrundet i gennemførelsen af konkurrencen.

Radio- og tv-nævnet finder på baggrund heraf, at der ikke er tale om en uberettiget fremhævelse af Audi i den påklagede grafikbjælke.

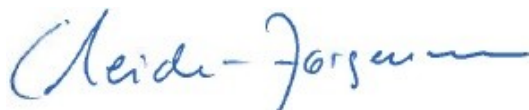
På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE

Grafikbjælken for Danmarks Indsamling sendt på DR1 udgør et programelement, der kan sidestilles med et vederlagsfrit indslag til fordel for velgørenhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3.

Grafikbjælken for Danmarks Indsamling sendt på DR1 indeholder ikke skjult reklame for Audi i strid med radio- og fjernsynslovens § 72 og reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1.

Med venlig hilsen



Caroline Heide-Jørgensen
Formand