KULTURSTYRELSEN

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att. DR Jura, Politik og Strategi

Radio- og tv-nævnet

31. januar 2012

Sagsnr: 2011-014198

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.:3373 3335

Klage over skjult reklame for B&O i programmet "Aftenshowet" sendt på DR1

Marianne Brodam Gindrup har den 26. april 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for B&O i slutningen af programmet "Aftenshowet" sendt den 26. april 2011 kl. 19.55 på DR1.

Klager anfører følgende:

"…

Aftenshowet den 26. april 2011 afsluttes med en fed reklame for en ny storskærm for B&O. Danmarks Radio skulle være reklamefri radio/TV, og alligevel vises dette nye produkt med angivelse af pris - det kan da kun betragtes som åbenlys reklame.

…"

Beskrivelse

DR har som bilag til høringssvar af 20. juli 2011 fremsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med programmet "Aftenshowet" sendt den 26. april 2011 kl. 19.55.

Programmets afsluttende indslag har en varighed af ca. 2 minutter og handler om lanceringen af "verdens dyreste tv".

I det afsluttende indslag ses værterne, Jens Blauenfeldt og Nikolaj Koppel, på vej indenfor i studiet fra et udendørsstudie. Imens de bevæger sig indenfor, siger Jens Blauenfeldt følgende:

"Altså Nikolaj, vi skal lige en tur indenfor. Vi skal ind og se, om der er noget godt i fjernsynet."

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

Nikolaj Koppel svarer:

"Og det skal vi nemlig! For det er jo ikke et hvilket som helst fjernsyn, vi har fået ind i studiet i dag. Det er faktisk verdens dyreste fjernsyn. Det koster nemlig lige i omegnen af 800.000 kroner."

Jens Blauenfeldt spørger:

"Hvor meget sagde du?"

Hvortil Nikolaj Koppel svarer:

"800.000 kroner! Og der er blevet linet op her, ikke bare med vores is og med et par magelige sorte læderstole her, men også med popcorn."

Værterne sætter sig i hver sin lænestol og tager en stor spand popcorn op i skødet. Værterne filmes på tæt hold. Fjernsynet er endnu ikke synligt for seeren.

Der zoomes ud fra værterne, og både værterne og fjernsynet ses nu i billedet. Der zoomes ikke ind på fjernsynet, og mærket på fjernsynet kan derfor ikke ses. I fjernsynet vises de to værter, mens de sidder i lænestolene.

Samtidig vises nederst i skærmbilledet en tekstbjælke. Tekstbjælken ses i ca. 14 sekunder og oplyser følgende:

"Bang & Olufsen har netop lanceret deres nyeste type fjernsyn – BeoVision 4".

Efterfølgende oplyser den ene af værterne, at fjernsynet vejer 500 kilo og er 103 tommer og forklarer, at det svarer til 160 centimeter fra det ene hjørne diagonalt ned til det andet hjørne. Efterfølgende udveksler de to værter ironiske bemærkninger om fjernsynets størrelse.

Herefter filmes de to værter bagfra, imens de sidder i lænestolene, som er placeret foran fjernsynet. Fjernsynet ses derved lidt tættere på, men mærket på fjernsynet kan ikke ses. Et for seeren ikke synligt kamera filmer samtidig værterne forfra. Dette afspilles på det store fjernsyn placeret i studiet.

Rulleteksterne begynder at rulle hen over skærmbilledets højre hjørne. Imens taler værterne om, hvad de kunne se i fjernsynet, såfremt de kunne blive siddende, og programmet slutter.

Værterne nævner på intet tidspunkt i løbet af indslaget tv-producentens navn.

Høringssvar

DR har i høringssvar af 20. juli 2011 anført følgende kommentarer:

"…

DR kan oplyse, at Aftenshowet den 26. april rundede sin udsendelse af med at sende de to værter Jens Blauenfeldt og Nikolaj Koppel hen foran "verdens dyreste tv", som netop var blevet lanceret.

Aftenshowet slutter dagligt sit program humoristisk med et aktuelt fænomen, en overraskelse eller noget uventet. Det kan være en gadget, et overraskende videoklip eller andet underholdende eller fascinerende.

Denne aften rundede de to værter af med at sidde i lænestole, med verdens største portion popcorn foran verdens dyreste tv (og lave lidt sjov med, at man nok skulle have verdens største stue for at have plads til det).

Da Aftenshowet er et direkte program blev værterne instruerede om ikke at nævne producentens navn, for at sikre at der ikke skete en uberettiget fremhævelse. Men da det på den anden side også var redaktionelt interessant ud fra en dansk synsvinkel at det er dansk firma, der har verdens dyreste tv, så blev det på skrift nævnt at det er B & O der i dag lancerer deres nyeste type tv. Alt i Aftenshowet er styret af dagsaktualitet, og det er derfor vigtigt at motivere over for seerne, hvad den redaktionelle grund er til, at DR har netop verdens dyreste fjernsyn med i programmet. Det er almindelig kutyme.

Der er ikke tale om et produkt som er tilgængeligt for alle, men om et fænomen – verdens dyreste! Tv'et var ikke tilgængeligt for alle, dels fordi selve produktionen af tv'et ikke var klar til salg til kunder, men også pga. prisen, der endda ikke var endeligt fastsat på det tidspunkt DR viste indslaget i Aftenshowet. Så det var en cirkapris værterne oplyste.

Det handler derfor om ren fascination, som Aftenshowets redaktion besluttede var redaktionelt interessant.

Indslaget skal ses som en hyldest til elitære og teknologi-fremmende produkter og ikke som reklame. Aftenshowet lykønsker og viser også mad fra Noma, når de brillerer kulinarisk.

I dette tilfælde var det i stedet en verdenspremiere på et stykke eksklusivt stue-bling-bling, som er utilgængeligt for 99,9% af danskerne, men har en klar nyhedsværdi.

DR vurderede ikke produktets kvalitet, eller siger "køb det!" – men jokede omkring det elitære i fjernsynet.

Samlet set er det DRs opfattelse, at visningen af verdens dyreste tv ikke er en uberettiget fremhævelse af B & O, og at der derfor ikke foreligger skjult reklame for B & O i Aftenshowets indslag den 26. april i år.

…"

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde d. 23. januar 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Marianne Brodam Gindrup har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame i programmet "Aftenshowet" sendt den 26. april 2011 på DR1. Klager er af den opfattelse, at der forekommer skjult reklame for B&O i det pågældende program.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at sagen afgøres efter de på udsendelsestidspunktet gældende regler, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010 om lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, som ændret ved lov nr. 1360 af 8. december 2010, og bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar 2010 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber. De på udsendelsestidspunktet gældende regler er enslydende med de nugældende regler.

Det følger af radio- og fjernsynslovens § 72 og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. Reklamer i fjernsyn må således 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.

Tv-reklamer, der udsendes i strid med reglerne, er såkaldt skjult reklame.

Reklamer må ikke indgå i DR' s programvirksomhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 2.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU 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"

For at udgøre skjult reklame skal fremhævelsen altså opfylde tre kumulative betingelser: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side, den skal være ment som en reklame, og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art.

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 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser"[1] i forbindelse med tv-reklamer 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, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Programmet ”Aftenshowet” afsluttes med et indslag om lanceringen af ”verdens dyreste fjernsyn”, og i forbindelse hermed vises det pågældende fjernsyn samtidig med, at værterne informerer om, hvor stort fjernsynet er, hvor meget det vejer og den anslåede pris for fjernsynet. Efterfølgende har værterne en uformel samtale om det fascinerende i fjernsynets størrelse og pris.

Spørgsmålet er herefter, om der er sket en fremhævelse af B&O.

Værterne nævner på intet tidspunkt tv-producentens navn, og fjernsynets mærke er heller ikke synligt for seeren. Fjernsynet ses imidlertid i største-

[1] Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester

delen af indslaget og ledsages endvidere af en 14 sekunders lang oplysning om, at det er B&O, der netop har lanceret dette fjernsyn, kaldet BeoVision 4. Det er på den baggrund Nævnets vurdering, at der er sket en fremhævelse af fjernsynet og af producenten bag dette, B&O.

Spørgsmålet er herefter, om denne fremhævelse går ud over, hvad der kan anses for at være redaktionelt berettiget og dermed har karakter af skjult reklame i strid med reglerne herom.

DR oplyser i sit høringssvar af 20. juli 2011, at værterne var instrueret i ikke at nævne tv-producentens navn for at sikre, at der ikke skete en uberettiget fremhævelse. DR anfører endvidere, at det er redaktionelt interessant ud fra en dansk synsvinkel, at det er et dansk firma, der har produceret verdens dyreste tv, hvilket er grunden til, at det på skrift blev nævnt, at det er B&O, der har lanceret deres nyeste type tv.

DR er endvidere af den opfattelse, at der ikke er tale om et produkt, som er tilgængeligt for alle, men om et fænomen – verdens dyreste tv. DR anfører derfor, at indslaget skal ses som en hyldest til elitære og teknologifremmende produkter og ikke som reklame.

Det i indslaget omhandlede fjernsyn ses i størstedelen af indslaget. Fjernsynet ses imidlertid kun fra en vis afstand, og det er derfor ikke muligt at se, hvilket mærke fjernsynet er. Værterne oplyser om fjernsynets pris og dets størrelse m.v. og taler om fjernsynet. Værterne anpriser imidlertid ikke fjernsynet og omtaler det ikke i rosende vendinger, ligesom de heller ikke nævner producenten bag fjernsynet.

Det er derfor Nævnets opfattelse, at visningen og omtalen af selve fjernsynet er neutral.

Som tidligere anført oplyses det imidlertid i 14 sekunder i en tekstbjælke nederst i skærmbilledet, at det er B&O, der har lanceret "verdens dyreste fjernsyn". Eftersom både producent- og produktnavn er nævnt, opstår spørgsmålet, om visningen af denne skriftlige oplysning går ud over, hvad der kan anses at være berettiget i forhold til indslagets redaktionelle indhold og formål. Den skriftlige oplysning ledsages imidlertid hverken af logoer eller anden visuel eller mundtlig fremhævelse. Det er derfor Nævnets opfattelse, at der er tale om en neutral oplysning.

Endvidere omhandler indslaget som nævnt "verdens dyreste fjernsyn". Der er således tale om et produkt, som på grund af sin pris og størrelse har almen interesse.

Visningen af det pågældende fjernsyn og oplysningen om, at det er B&O, der står bag lanceringen af dette, er derfor efter Nævnets vurdering en relevant seeroplysning.

Samlet set finder Nævnet således, at visningen af fjernsynet og oplysningen om, at det er B & O, der er producent heraf, sker på en neutral måde, der er berettiget i forhold til indslagets redaktionelle formål og indhold. Nævnet finder dermed ikke, at reglerne om skjult reklame er overtrådt.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Programmet "Aftenshowet" sendt den 26. april 2011 på DR1 indeholder ikke skjult reklame, jf. § 72 og § 73, stk. 1, 1. pkt., i lov om radio og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lov nr. 1360 af 8. december 2010, og § 3, stk. 1, og § 4, stk. 1, 1. pkt., i bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar 2010 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig
formand

/ Maria Magelund Madsen
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager, Marianne Brodam Gindrup