STYRELSEN FOR BIBLIOTEK OG MEDIER

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: Juridisk Politisk Sekretariat

Radio- og tv-nævnet

6. januar 2012

Sagsnr: 2011-006335

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand.jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.:+ 45 3373 3335

Klage over skjult reklame for Universal i indslaget "Internationalt pop-fænomen" sendt i TV Avisen på DR1

Der er den 21. februar 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Universal i indslaget "Internationalt pop-fænomen" sendt den 12. februar 2011 i TV Avisen på DR1.

Klager anfører følgende:

"…

Jeg ønsker at indgive en klage over brugen af Universals logo i DR's indslag "Internationalt pop-fænomen" fra d. 12/2 2011 kl. 18.30-19.00. Hvis man ser bort fra Universals åbenlyse interesse i indslaget, så foregår der endvidere reklame for Universal, idet der i et klip med en Universal-artist optræder et logo for firmaet nederst i billedet.

Det er muligt, at DR har ønsket at gøre opmærksom på kilden, men i så fald burde man have markeret brugen af logoet i stedet for at Universal får præsenteret sit logo og associeret sig positivt med X Factor (eftersom dommerne udtaler sig om artisten Justin Bieber i indslaget) uden tekst eller anden forklaring af logoets optræden følger.

…"

Beskrivelse

DR har som bilag til høringssvar af 14. april 2011 fremsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med indslaget "Internationalt pop-fænomen" sendt den 12. februar 2011 i TV Avisen på DR1.

Indslaget har en varighed af 2 minutter og 20 sekunder og handler om sangeren Justin Bieber, og den stjernestatus han i løbet af kort tid har opnået.

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

Indledningsvist vises en række klip fra biograffilmen ”Never Say Never”, som skildrer Justin Biebers liv, og efterfølgende vises klip fra en af Justin Biebers musikvideoer. Samtidig med at disse klip vises, ses nederst i skærmbilledets højre hjørne et logo for ”Universal”.

Herefter vises en række interviews med nogle af deltagerne og dommerne fra programmet ”X Factor”, der udtaler sig om Justin Bieber og hans karriere. Ligeledes vises et interview med Justin Bieber selv. I disse klip ses logoet for ”Universal” ikke.

Derefter vises igen klip fra biograffilmen ”Never Say Never” og fra Justin Biebers musikvideo, og endnu engang optræder logoet for ”Universal” nederst i skærmbilledets højre hjørne.

Logoet for ”Universal” vises således i sammenlagt ca. 57 sekunder i løbet af indslaget.

Høringssvar

DR har i høringssvar af 14. april 2011 anført følgende:

"…

Radio- og tv-nævnet har i høringsbrev af den 14. marts 2011 anmodet DR om en udtalelse vedrørende klage over skjult reklame for Universal i indslaget ”Internationalt pop-fænomen” sendt den 12. februar 2011 på DR 1.

DR kan oplyse, at TV-Avisen den 12. februar kl. 18.30 bragte et indslag af en varighed på 2 minutter og 20 sekunder om pop-stjernen Justin Bieber.

Indslaget var aktuelt på udsendelsestidspunktet, da filmen ”Never Say Never” få dage forinden havde haft premiere i USA. Filmen er en skildring af den 16-årige sangers liv, som adskiller sig fra sine jævnaldrene ved, at han i en ung alder blev opdaget på Youtube af en stjerneproducer, og med sangen ”Baby, Baby, Baby” har solgt millioner af albums og vundet et hav af musikpriser.

Derudover fandt DR indslaget relevant i forhold til, at DR på daværende tidspunkt viste programmerne X Factor. Justin Bieber er netop et eksempel på, hvor hurtigt man kan gå fra at være ukendt til at blive en kendt popstjerne, hvis man har x factor og talent og får den rette eksponering.

For at give seerne et indblik i Justin Biebers stjernestatus og musik vises i indslaget en række klip fra den nye film og fra musikvideoen til sangen "Baby, Baby, Baby". I disse klip vises logoet for Universel i billedets nederste højre hjørne.

Der vises også flere andre klip i indslaget, men logoet for Universal indgår ikke i disse klip.

Der vises blandt andet klip med X Factor deltagere og X Factor dommere, der udtaler sig om, hvorfor de mener, at Justin Bieber er blevet så populær, som han er. Herudover vises klip fra musikprogrammet "Boogie" og fra det amerikanske talkshow "The Dailyshow".

DR skal understrege, at det er en fejl, at Universals logo vises i det pågældende indslag, og DR vil i fremtiden være mere opmærksomme på, at sådanne fejl ikke forekommer.

For god ordens skyld skal det dog understreges, at DR ikke har haft til hensigt at reklamere for Universal, og at indslaget alene er blevet produceret af redaktionelle grunde samt, at Universal ikke har haft indflydelse på indholdet af indslaget.

Dette understreges af, at indslaget ikke kun fremstiller Justin Bieber i et positivt lys, men oplyser, at det ikke er alle, der elsker Justin Bieber, og at han har adskillige hadegrupper på Facebook. Det oplyses endvidere, at sangen "Baby, Baby, Baby" på tidspunktet for udsendelsen af indslaget var den sang, der er skrevet flest dårlige kommentarer til på Youtube.

…"

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. 19. december 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Der er klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Universal i indslaget "Internationalt pop-fænomen" sendt i TV Avisen den 12. februar 2011 på DR1. Klager anfører, at der er tale om skjult reklame, idet der under indslaget vises et logo for Universal nederst i skærmbilledets højre hjørne.

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

samt indgåelse af partnerskaber. De på udsendelsestidspunktet gældende regler er enslydende med de nugældende regler.

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

Tv-reklamer, der udsendes i strid med reglerne, er således 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

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

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.

Spørgsmålet er herefter, om der er sket en fremhævelse af Universal' s logo.

I indslaget vises en række klip fra en film om Justin Bieber samt en række klip fra en af hans musikvideoer, og i disse klip ses et logo for Universal nederst i skærmbilledets højre hjørne.

DR oplyser i sit høringssvar af 14. april 2011, at det er en fejl, at Universal' s logo vises i det pågældende indslag, og at DR i fremtiden vil være mere opmærksomme på, at sådanne fejl ikke forekommer. DR understreger for god ordens skyld, at DR ikke har haft til hensigt at reklamere for Universal, og at indslaget alene er blevet produceret af redaktionelle grunde. DR oplyser således, at Universal ikke har haft indflydelse på indholdet af indslaget.

Eftersom logoet for Universal vises tydeligt flere gange i løbet af indslaget, er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der er sket en fremhævelse heraf.

Afgørende for vurderingen er endvidere, om den konstaterede fremhævelse af Universal' s logo er berettiget i forhold til udsendelsens redaktionelle formål og indhold.

Visningen af logoet for Universal sker i forbindelse med et nyhedsindslag, der, som anført af DR, bringes kort efter, at biografilmen om Justin Bieber har haft premiere. Logoet optræder i ca. 57 sekunder i løbet af indslaget, der har en varighed af 2 minutter og 20 sekunder. Herudover bliver Universal hverken omtalt eller fremhævet på anden vis i løbet af programmet.

For seeren kan det som udgangspunkt være en relevant oplysning, hvilket filmselskab, der har produceret en given film. I nærværende indslag vises der imidlertid et logo for Universal i næsten halvdelen af indslaget. Denne visning går efter Nævnets vurdering ud over, hvad der kan anses for at være nødvendigt og berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold. Endvidere er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at logoet nemt kunne have været fjernet.

Nævnet finder derfor, at fremhævelsen af logoet for Universal ikke er berettiget i forhold til indslagets redaktionelle indhold og formål, og reglerne om skjult reklame er dermed overtrådt.

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

AFGØRELSE:

Indslaget "Internationalt pop-fænomen" sendt den 12. februar 2011 i TV Avisen på DR1 indeholder skjult reklame i strid med § 72 og § 73, stk. 1, 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, 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.

Nævnet tager til efterretning, at DR erkender, at det er en fejl, at Universal' s logo vises i det pågældende indslag, og at DR i fremtiden vil være mere opmærksomme på, at sådanne fejl ikke forekommer.

Christian Scherfig
formand

/Maria Magelund Madsen
nævnssekretær