

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: Juridisk Politisk Sekretariat

Radio- og tv-nævnet

6. januar 2012

Sagsnr: 2011-006336

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over skjult reklame for Skodsborg Kurhotel & Spa i programmet "X Factor" sendt på DR1

Tonny Pomiklo har den 4. februar 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om, at der forekommer skjult reklame for Skodsborg Kurhotel & Spa i programmet "X Factor" sendt kl. 20.00 samme dato på DR1.

Klager anfører bl.a. følgende:

"(...)

Hvor meget har Skodsborg Kurhotel betalt DR1 for at reklamere i prime time fredag aften kl. 20 og frem i X-faktor?

Skodsborg Kurhotel nævnes flere gange og der er tydeligt filmet på flere locations på kurhotellet mens der synges. Man er som seer IKKE i tvivl om at det er et kursted og vi er IKKE på Vesterbro men Skodsborg!

Hvis man klipper scenerne med de musikalske øvelser ud vil man have en flot reklamefilm for Skodsborg Kurhotel – lige til biograferne – blot lidt musik henover så vil man ikke kunne se forskel på en reklamefilm, der er produceret direkte til biograferne og så denne reklamefilm produceret af DR.

(...)"

Beskrivelse

DR har som bilag til høringssvar af 14. april 2011 fremsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med programmet "X Factor" sendt den 4. februar 2011 på DR1.

Programmets varighed er ca. 1 time.

I det påklagede program er de tre X Factor-dommere taget på workshop med de konkurrerende deltagere og skal udvælge 9 ud af i alt 15 tilbage-

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

værende deltagere. Hver dommer har fået tildelt en location, hvor de skal afholde workshop og foretage udvælgelsen af deres deltagere.

Programmet indledes med et kort resumé af det forrige afsnit, hvorefter programværtens Lise Rønne byder velkommen til aftenens program.

Dernæst vises Skrøbelev Gods udefra og herefter ses de unge solisters individuelle optræden.

Efterfølgende vises Skodsborg Kurhotel & Spa. Hotellet ses udefra i ca. 3 sekunder. Samtidig oplyser en speaker følgende:

"På Skodsborg Kurhotel er grupperne ved at gøre sig klar til at vise Pernille og hendes hjælpedommer, at de brænder for at synge."

Herefter ses Pernille Rosendahl, som fortæller om sine forventninger til gruppedeltagerne. Sideløbende hermed vises et kort klip med nogle af deltagere, som er i færd med at tage morgenmad fra morgenmadsbuffeten. Der filmes kort hen over buffeten uden at mærker el. lign. for Skodsborg Kurhotel & Spa bliver synlige.

Efter en yderligere sekvens med Pernille Rosendahl vises endnu et kort klip med nogle deltagere, som denne gang sidder ved morgenmaden. Der zoomes ind på en af deltagere, som spiser en croissant, hvorefter der panoreres hen over lokalet, hvor deltagere indtager deres morgenmad. Udsigten fra hotellet ud over stranden og Øresund ses tydeligt.

Herefter vises gruppernes individuelle optræden.

Senere i programmet, hvor selve udvælgelsen af de tre grupper skal ske, vises Skodsborg Hotel udefra, og der panoreres henover stranden og Øresund, imedens en speaker oplyser følgende:

"På Skodsborg Kurhotel skal Pernille nu træffe det svære valg om, hvilke tre grupper, hun tror, kan føre hende hele vejen til finalen".

Hotellet Skodsborg vises igen, og der panoreres ud mod strandbredden, idet Pernille Rosendahl og hendes gæstedommer går fra hotelområdet ned mod stranden. Et skilt, hvorpå der står "Skodsborg", ses kort og meget flygtigt i baggrunden.

Herefter ses programværtens Lise Rønne i et lokale med gruppedeltageres familier. Der er intet i lokalet, der indikerer, at det er en del af Skodsborg Hotellets faciliteter. Dette oplyses dog for seeren, idet programværtens Lise Rønne lægger op til udvælgelsen af grupperne på følgende vis:

"Her på Skodsborg på Pernilles bootcamp kan familie og venner spændt følge med på en skærm, mens grupperne får at vide, om de er videre, eller om deres X-Factor-rejse slutter her".

Derefter ses Pernille Rosendahl i et neutralt lokale. Hun overbringer de enkelte grupper nyheden om, hvorvidt de er gået videre eller ej.

Høringssvar

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

"...

Radio- og tv-nævnet har anmodet DR om en udtalelse til klage af den 4. februar 2011 fra Tonny Pomiklo, der klager over skjult reklame for Skodsborg kurhotel m.fl. i X Factor sendt samme dato.

DR kan indledningsvis oplyse, at X Factor er et internationalt tv-format, der har haft kæmpe succes verden over. Konceptet er, at alle sangglade danskere fra 15 år og opefter inviteres til at deltage i konkurrencen om en pladekontrakt.

X Factor starter med auditions, hvor 3 dommere i fællesskab skal udvælge et antal kandidater, der går videre til anden runde. I anden runde indskrænkes feltet yderligere, hvorefter dommerne hver får tildelt en kategori, som enten er solister mellem 15-24 år, solister over 25 år eller grupper. Dommerne skal herefter konkurrere indbyrdes om, hvem af dem, der finder de bedste talenter.

I indslaget, som klagen handler om, sendt på DR 1 den 4. februar 2011, er dommerne taget på intensiv workshop med deres kandidater med henblik på at udvælge de i alt 9 deltagere, som skal gå videre til live-shows i X Factor studiet og kan ende i finalen i Parken.

Der er forskellige locations for workshoppen. Cutfather er med sine unge solister på Skrøbelev gods på Langeland. Pernille Rosendahl er med sine grupper på Skodsborg Kurhotel & Spa, og Blackman er med de ældre solister på Næsbyholm Slot i Glumsø.

Alle 3 workshop locations er særlig udvalgt med henblik på at finde steder, som kunne være dommernes eget hjem. Da dommerne i det internationale programformat er meget velstående berømtheder skal disse locations afspejle en vis grad af luksus og komfort. Som eksempel blev Skodsborg Kurhotel & Spa valgt, da stedet er et wellness-center i moderne design, som passer til dommer Pernille Rosendahls stil.

Den flotte billeddækning af hotellerne på dette stadie af udvælgelsen er med til at fremhæve den særlige situation, deltagerne i X Factor er nået til efter de indledningsvise hårde auditions. Udviklingen i programmerne løfter deltagerne fra gadeplan til Parken, og jo længere deltagerne kommer i dette forløb, bliver behandlingen gradvis mere særlig og luksuriøs.

Workshoppen er første gang deltagerne kommer helt tæt på de stjerner, som dommerne er i deltagernes og seernes bevidsthed. For deltagerne er det en stor og overvældende begivenhed, og med de smukke indkvarteringssteder, den lækre mad og den luksuriøse billeddækning, betones denne udvikling yderligere. Det er derfor et bevidst redaktionelt valg, at programmerne optages på locations i stedet for i DRs egne studier, og at de smukke omgivelser fremhæves i programmet.

Det skal i den forbindelse understreges, at der ikke er indgået aftaler med hotellerne om særlig positiv henvisning til eller eksponering af hotellet, dets buffet eller lignende. Blu, som har produceret programmerne for DR, har betalt for opholdene, herunder overnatning og mad på de 3 hoteller. Hotellerne har ikke haft indflydelse på indholdet af programmerne og har ikke betalt for en særlig eksponering.

Til klagers spørgsmål om, hvorvidt DR kan fremvise kvittering for opholdet, skal DR bemærke, at der ikke er aktindsigt i dokumenter vedrørende DRs programvirksomhed og forretningsmæssige forhold i tilknytning hertil, jf. radio- og fjernsynslovens § 86, stk. 1. Nævnet kan dog til fortrolig orientering anmode om dokumentation herfor, såfremt Nævnet måtte ønske dette.

På baggrund af ovenstående er det DRs opfattelse, at der ikke er sket en uberettiget fremhævelse af hotellerne i det omtalte program, og at programmet derfor ikke indeholder skjult reklame i strid med reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1.

..."

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 den 19. december 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Tonny Pomiklo har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame i programmet "X Factor" sendt den 4. februar 2011 på DR1.

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 sponsore-

ring 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 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 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 forhold til ud-

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

sendelsens 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 i programmet sker en fremhævelse af Skodsborg Kurhotel & Spa.

I det påklagede programafsnit af "X Factor" er dommerne taget på workshop med deltagerne for at udvælge 9 ud af 15 tilbageværende deltagere. Pernille Rosendahl og grupperne er på Skodsborg Kurhotel & Spa.

Både i forbindelse med et interview med Pernille Rosendahl og senere i programmet, hvor Pernille Rosendahl skal vælge de tre grupper, der skal gå videre i konkurrencen, vises Skodsborg Kurhotel & Spa udefra. Desuden vises der én gang ganske kort et skilt med "Skodsborg", ligesom Skodsborg Kurhotel & Spa omtales flere gange i løbet af programmet.

Da Skodsborg Kurhotel og Spa både vises udefra og omtales flere gange i løbet af programmet, er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der er sket en fremhævelse af Skodsborg Kurhotel & Spa.

Afgørende for vurderingen er endvidere, om fremhævelsen går ud over, hvad der må anses for berettiget i forhold til programmets indhold, og dermed har karakter af skjult reklame i strid med reglerne herom.

DR har i høringssvar af 14. april 2011 anført, at de smukke indkvarteringssteder, den lækre mad og den flotte billeddækning af hotellerne er med til at betone udviklingen i programmerne, som løfter deltagerne fra gadeplan til Parken. Endvidere oplyser DR, at dommerne i det internationale programformat er meget velstående berømtheder, hvorfor de udvalgte locations i det danske program også skal afspejle en vis grad af luksus og komfort. DR bemærker, at det derfor er et bevidst redaktionelt valg, at programmerne optages på disse locations, og at de smukke omgivelser fremhæves i programmet.

Ligeledes understreger DR, at der ikke er indgået aftaler med hotellerne om særlig positiv henvisning til eller eksponering af hotellet, dets buffet eller lignende.

For så vidt angår de mundtlige fremhævelser, indeholder disse hverken anprisninger eller fremhæver Skodsborg Kurhotel & Spa på en positiv eller rosende måde. Der er således alene tale om korte og neutrale fremhævelser.

Med hensyn til de visuelle fremhævelser af Skodsborg Kurhotel & Spa sker disse udefra uden visning af skilte m.v. I ét enkelt tilfælde, hvor Skodsborg Kurhotel filmes udefra, kan et skilt med "Skodsborg" dog ses kort og flygtigt i baggrunden. Visningen af dette skilt sker imidlertid i ganske kort tid, og der zoomes ikke ind på skiltet.

De visuelle og mundtlige fremhævelser af Skodsborg Kurhotel & Spa er både korte og neutrale. Desuden har fremhævelserne til formål at betone den luksuriøse behandling, som deltagerne får i konkurrencen, og det er derfor Nævnets opfattelse, at fremhævelserne er redaktionelt berettiget.

Det er således Radio- og tv-nævnets vurdering, at fremhævelserne af Skodsborg Kurhotel & Spa ikke går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget.

Samlet set finder Nævnet ikke, at programmet indeholder uberettigede fremhævelser af Skodsborg Kurhotel & Spa, og programmet "X Factor" er således ikke i strid med reglerne om skjult reklame.

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

AFGØRELSE:

Programmet "X Factor" sendt den 4. februar 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 sponsering i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig
formand

/Maria Magelund Madsen
nævnsekretær

Kopi til:
Klager Tonny Pomiklo