KULTUR STYRELSEN

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Radio- og tv-nævnet

30. september 2013

Sagsnr. 2013-007591

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over reklamer for "X-Factor"-finalen sendt på DR1

Lisbeth Brodersen har ved e-mail af 24. marts 2013 indgivet klage til Forbrugerombudsmanden over reklamer for "X-Factor"-finalen sendt på DR. Forbrugerombudsmanden har videregivet klagen til behandling i Radio- og tv-nævnet.

Klager anfører bl.a., at reklamer fra DR for en koncert, hvor billetterne koster penge, er konkurrenceforvridende overfor andre koncerter.

Beskrivelse
DR har som bilag til høringssvar af 15. maj 2013 indsendt en kopi af de påklagede indslag samt en oversigt over sendetidspunkter.

Der er tale om fire forskellige indslag. Tre af de fire indslag indeholder en præsentation af informationerne om "X-Factor" i såvel tekst som speak, mens et af indslagene alene indeholder en præsentation i tekst og med bevægelige billeder.

Indslag uden speak
Indslaget har en varighed af 32 sekunder og indledes med en flimrende og glimtvis visning af "X-Factor"-logoet på sort baggrund. Der høres en kvindestemme, der råber:

"Hva' så, Herning!"

Herefter klippes til en optagelse af publikum ved den seneste "X-Factor"-finale. Efterfølgende præsenteres en række medvirkende kunstnere, herunder Mads Langer, Nabiha og Rasmus Walter, idet der vises sceneoptagelser og tekst med de pågældendes navne.

I indslagets slutning vises "X-Factor"-logoet på sort baggrund. Under logoet vises følgende tre tekster efter hinanden:

"Køb billetter til X Factor finalen"

"Fredag 22.marts i Jyske Bank Boxen i Herning"

"billetnet.dk"

Indslag med speak

De øvrige tre indslag er overordnet identiske med en varighed af mellem 32 og 36 sekunder. Alle tre indledes med en visning af "X-Factor"-logoet på sort baggrund.

En mandlig speaker siger:

"Gå ikke klip af årets koncertbrag, når "X-Factor"-finalen fyres for vildt af i Jyske Bank Boxen i Herning den 22. marts. Oplev: Kato, Panamah, Rasmus Walter, Nabiha, Mads Langer, Nik & Jay, Burhan G (Bon Jovi) og mange flere. Køb billetter på billetnet.dk. Orh, det bli'r så stort!

Imens vises optagelser af publikum, programmets dommere og de i speaket omtalte kunstnere, og disses navne vises løbende som tekst.

I indslagenes slutning vises igen "X-Factor"-logoet på sort baggrund. Under logoet vises følgende to tekster efter hinanden:

"Køb billetter til X Factor finalen"

"billetnet.dk"

Høringssvar

DR har i høringssvar af 15. maj 2013 oplyst, at DR har sendt flere forskellige trailere om "X-Factor"-finalen, der oplyste om finaleshowets indhold, og som oplyste om dato og tidspunkt for billetsalg.

DR oplyser, at trailerne er blevet sendt ca. 70 gange på DR1 i perioden fra den 9. februar 2013 til og med den 21. marts 2013, heraf ca. 20 gange i primetime i tidsrummet kl. 20:00-21:00. Som bilag til høringssvaret er vedlagt oversigter over udsendelsestidspunkter for trailerne.

DR anfører, at X-factor er en af danmarkshistoriens største tv-succeser, hvilket blandt andet skyldes, at selve finalen er en stort anlagt, festlig og medrivende begivenhed. DR anfører videre, at finalen regnes for en af årets største musikevents på tv, som samtidig markerer kulminationen på den konkurrence, der over mange uger er blevet fulgt tæt af mange seere. DR tilføjer, at det i denne forbindelse er nødvendigt, at der er et festklædt og feststemt publikum og en fuld sal, der skaber den rigtige stemning.

DR anfører endvidere, at de sendte trailers er en "appetizer" for seeren i forhold til programmet, der sendes live, men at de også skal sikre, at der kommer tilstrækkeligt mange mennesker til finalen.

DR henviser til betragtningerne 96-98 i AVMS-direktivet og anfører, at betragtning 96 efter DRs opfattelse er en definition af begrebet egenreklame, mens betragtningerne 97 og 98 regulerer, at egenreklame udgør en undtagelser fra andre reklamer, men at betragtningerne ikke regulerer indholdet af eller formen på tv-stationers egenreklamer.

DR anfører endvidere, at de trailers, som DR sender forud for X-Factor finalen, efter DRs opfattelse er foromtale af kommende programmer samt omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne. DR oplyser endelig, at de omhandlede trailers ikke er sponsorerede.

Samlet set er DR af den opfattelse, at der ikke er tale om kommerciel reklame, men om egenreklamer, der ikke er omfattet af bekendtgørelsens regulering af reklamer.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. bekendtgørelse nr. 988 af 7. oktober 2011, som ændret ved lov nr. 513 af 27. maj 2013, på sit møde den 26. september 2013 behandlet sagen og skal udtale:

Indledningsvis bemærkes, at sagen afgøres efter de på programmets udsendelsestidspunkt gældende regler i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, som ændret ved bekendtgørelse nr. 864 af 23. august 2012 (reklamebekendtgørelsen). De nugældende regler findes i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013.

Reklamer må ikke indgå i DR's programvirksomhed. Det fremgår af § 2 i den på udsendelsestidspunktet gældende reklamebekendtgørelse.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 4, er radio- og fjernsynsforetagenders foromtale af kommende programmer samt omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne, samt public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed ikke omfattet af bekendtgørelsen.

Sådanne indslag betragtes ikke som reklamer i reklamebekendtgørelsens forstand og kan derfor som udgangspunkt lovligt indgå i DR's programvirksomhed.

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 (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."

Radio- og tv-nævnet har i en afgørelse af 8. oktober 2005 taget stilling til en klage over reklame på DR for DR's egne ensembler. Klagen angik indslag i DR's udsendelser både på tv og radio om koncerter med DR's egne ensembler, Radiosymfoniorkesteret og RadioUnderholdningsOrkesteret, hvori der bl.a. indgik oplysninger om billetsalg og salg af abonnementer til koncerterne. Koncerterne blev endvidere sendt på DR's radio- og tv-kanaler. Radio- og tv-nævnet fandt, at indslagene havde karakter af meddelelser fra DR i forbindelse med egne programmer og supplerende produkter, der er direkte afledt af disse programmer, og fandt således, at der var tale om lovlige egenreklamer. Nævnet udtalte endvidere, at der for det tilfælde koncerterne ikke måtte blive sendt i DR's tv- eller radioprogrammer, var tale om en public service-meddelelse, da DR er forpligtet til at opretholde bl.a. de i sagen omhandlede ensembler, og da DR løbende skal informere om sin virksomhed og sine aktiviteter.

I sin afgørelse af 11. marts 2013 udtalte Radio- og tv-nævnet vedr. indslag med oplysninger om billetkøb for forestillinger med "Cirkus Summarum", at der ikke var tale om foromtaler for programmer. Nævnet lagde herved vægt på, at de påklagede indslag alene omhandlede fysiske forestillinger med "Cirkus Summarum", og at cirkusforestillingerne ikke blev transmitteret direkte på DR's tv-kanaler i 2012. Nævnet fandt heller ikke, at der var tale om omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne. Nævnet lagde herved navnlig vægt på, at "Cirkus Summarum" ikke kunne anses som direkte afledt af DR's børneprogrammer, men som et nyt og selvstændigt produkt, samt at forestillingerne med

”Cirkus Summarum” ikke kunne anses at have til formål at give seerne mulighed for at få det fulde udbytte af disse programmer. Nævnet fandt efter en konkret vurdering heller ikke, at der var tale om lovlige public service-meddelelser. Indslagene fandtes derfor at være skjult reklame for arrangementerne og udsendt i strid med forbuddet mod udsendelse af reklamer i DR’s programvirksomhed.

Radio- og tv-nævnet skal herefter bemærke følgende:

De påklagede indslag omhandler finalen i programrækken ”X-Factor”. Der oplyses bl.a., hvornår finalen finder sted, hvor live-forestillingen afholdes, hvilke kunstnere, der medvirker, samt om køb af billetter til live-forestillingen.

Spørgsmålet er herefter navnlig, om de påklagede indslag er (1) foromtale af kommende programmer og/eller (2) omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og supplerer programmerne.

(1) Foromtale af kommende programmer
Den i indslaget omtalte finale af programrækken ”X-Factor” er både en live koncert samt et program, som blev transmitteret direkte på DR1.

Speaken og de skriftlige oplysninger i indslagene angiver, hvor og hvornår finalen fysisk finder sted, og hvor billetter kan købes. Det omtales ikke direkte, at programmet også sendes den angivne dato. Uanset dette må det på baggrund af ”X-Factor”–programmernes betydelige popularitet og seertal forudsættes, at seerne er vidende om, at programmet sendes direkte på tv, eftersom dette bl.a. har været omtalt i de tidligere programmer. Oplysningen om datoen kan derfor også anses som en oplysning til seerne om, hvornår programmet sendes. Indslagets oplysninger om medvirkende kunstnere m.v. har endvidere også interesse for tv-seerne af programmet.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at indslagene er lovlig foromtale af kommende programmer, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 4.

(2) Omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne
Finaleshowet udgør afslutningen på programrækken ”X-Factor”. Det indgår i programkonceptet, at programrækken afsluttes med en live koncert, hvor konkurrencens finalister optræder i en koncertsal under medvirken af kendte sangere m.v. foran et stort publikum.

Radio- og tv-nævnet finder derfor, at afholdelsen af finaleshowet med live publikum er en event, der er direkte afledt af programmerne om "X-Factor".

Muligheden for at komme til finaleshowet indebærer, at seerne, som kender programmet og deltagerne fra tv, kan se og høre finalisterne og det samlede show ved personlig tilstedeværen. Fysiske koncerter indebærer mulighed for en mere intens oplevelse end en tv-transmission. Fysisk tilstedeværen ved "X-factor"-finalens liveshow må derfor anses at kunne give disse tilskuere muligheden for en særlig oplevelse af afslutningen på årets "X-Factor", som går ud over den seeroplevelse, selve tv-programmet kan formidle.

Nævnet finder derfor, at finaleshowet tillige har til formål at give seerne mulighed for at opnå et mere intenst udbytte af "X-Factor".

På denne baggrund finder nævnet, at omtalen af "X-Factor"-finaleshowet tillige er omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer DRs programmer, jf. reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 4, samt de nævnte betragtninger i AVMS-direktivet.

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

AFGØRELSE:

Indslagene om "X-Factor"-finaleshowet sendt på DR1 i perioden d. 9. februar til og med d. 21. marts 2013 er lovlig foromtale af programmer samt omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne, jf. § 1, stk. 4, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, som ændret ved bekendtgørelse nr. 864 af 23. august 2012.

Mads Bryde Andersen
formand

/Ulrike Clade Christensen
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager Lisbeth Brodersen