KULTUR STYRELSEN

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura Politik Strategi

Radio- og tv-nævnet

7. marts 2013

Sagsnr: 2012-020223

Henrik Bang Nielsen
Chefkonsulent, cand.jur.

hbn@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 3373 3361

Klage over skjult reklame for Apples iPhone 5 i P3's udsendelse "Pressen" sendt den 28. september 2012 kl. 16-18

Freddy Kristensen har den 28. september 2012 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over, at der i et indslag i udsendelsen "Pressen" sendt på P3 den 28. september 2012 kl. 16-18 forekommer skjult reklame for Apples iPhone 5, idet der i udsendelsen ringes til en ejer af en iPhone 5 for at høre, hvor god den nye iPhone 5 telefon er.

Beskrivelse

DR har som bilag til høringssvaret af 22. oktober 2012 fremsendt kopi af to indslag i "Pressen" på P3 sendt henholdsvis den 27. september 2012 og den 28. september 2012 kl. 16-18.

Det påklagede indslag i udsendelsen "Pressen" den 28. september 2012 har en samlet varighed af ca. 3 minutter.

I indslaget bragt den 27. september 2012, som var dagen inden den nye iPhone 5 kom i handlen, befandt P3's reporter Sisse Sejr-Nørgaard sig foran Telia butikken på Strøget i København, hvor der havde dannet sig kø foran butikken.

Sisse Sejr-Nørgaard interviewede de første to personer i køen, Stig og Simon (alene fornavne omtaltes), som mødte op henholdsvis kl. 5.50 og kl. 7.00 for at være blandt de første, der kom i besiddelse af en iPhone 5. Sisse Sejr-Nørgaard interviewede Stig under påskud af at ville bytte sig til hans plads i køen. Hun spurgte til deres motivation for at skulle tilbringe adskillige timer i en kø i regnvejr bare for at købe en mobiltelefon.

Hun prøvede at bytte sig til Stigs plads som nr. 1 i køen ved at tilbyde bl.a. befrielse af 10 kinesiske arbejdere fra en iPhone fabrik i Kina, en nat med Kylie Minogue eller en nat med både Kylie Minogue og P3 vært Tony Scott Jakobsen.

Interviewet afsluttede med, at Stig, som ikke ville bytte plads med Sisse Sejr-Nørgaard, forklarede, at han efter købet af iPhone 5 ikke ville bruge den med det samme for at ringe til folk, men i stedet ville opdatere telefonen natten over til brug næste morgen. Sisse Sejr-Nørgaard betegnede kødannelsen adskillige timer inden åbningen af butikken i regnvejr som "lallende idioti" og Stigs erhvervelse af en iPhone 5 som "køb af verdens dyreste vækkeur", ligesom P3 vært Tony Scott Jakobsen, som fulgte Sisse Sejr-Nørgaards interview fra studiet, afsluttede indslaget med, at det alligevel også var mange timer i regn for at kunne købe en mobiltelefon.

I det påklagede indslag den 28. september 2012 i "Pressen" ringede Tony Scott Jakobsen til Stig, som blev interviewet den 27. september 2912 i køen foran Telia butikken på Strøget. Tony Scott Jakobsen startede indslaget med at fortælle om forsøget med at lokke Stig til at bytte plads i køen. I den forbindelse blev dele af interviewet med Stig fra dagen før gengivet.

Herefter kom Tony Scott Jakobsen med følgende speak:

"Om han så fik fat i telefonen – ja, det gjorde han jo."

Tue Blædel:

"Nå, det var da godt."

Tony Scott Jakobsen:

"Og nu kan vi for første gang, tror jeg, i Danmark Radios historie ringe til en iPhone 5."

[henvendt til medvært Tue Blædel]: *"Har du lige trykket på record på den store båndoptager, fordi at nu der sker det?"*

Tue Blædel:

"Det tror jeg nok – er det på 4G?"

Tony Scott Jakobsen:

"Ja, det er det… jeg siger ikke nummeret højt, fordi det vil være rigtig dumt, men …sådan der… ringer til Stig…. ringer nu."

Stig:

"Ja, det er Stig."

Tony Scott Jakobsen:

"Hej Stig, det er Tony og Tue indenfra radioen."

Stig:

"Ja hej."

Tony Scott Jakobsen:

"Nu nåede vi slet ikke at høre, om den ringede på samme måde som andre telefoner, du var så hurtigt til at tage den."

Stig:

"Jo jo, det gjorde den da."

Tony Scott Jakobsen:

"Jo, gjorde den det? Nåh men ikke i vores ende mener jeg bare. Den nåede ikke engang at sige "duut", før du var på den. Nåh, har du fået telefoneret lidt rundt med den så?"

Stig:

"Ja, jeg har fået leget lidt med den i dag."

Tony Scott Jakobsen:

"Nåh, okay. Hvad har I leget?"

Stig:

"Ja, vi har tjekket lidt hvor hurtigt den er på YouTube og åbnede forskellige spil og sådan lidt forskelligt."

Tony Scott Jakobsen:

"Har du været ude og sådan vise den frem?"

Stig:

"Ja, jeg har været ud hos min søster, som arbejder på Telias hovedkontor ude på Amager og lige vise den frem. Hun var meget interesseret i at se den, og det var hendes kolleger selvfølgelig også, og de glædede sig vildt meget til at få deres egne telefoner."

Tony Scott Jakobsen:

"Jeg vil lige sige først at det er en usædvanlig klar forbindelse, altså det er virkelig en fornøjelse."

Tue Blædel:

"Den er crisp."

Tony Scott Jakobsen:

"Ja, den er virkelig god."

Stig:

"Ja, og så er der et fedt headset, der er med til den nye iPhone."

Tony Scott Jakobsen:

"Nåh, hvad kan det?"

Stig:

"Det er lavet helt om, så det giver endnu bedre lyd. Og når det er du hører musik på din iPhone i headsettet, så er det en suveræn klar lyd, der kommer i det nye headset i […]."

Tony Scott Jakobsen:

"Taler vi på headset nu?"

Stig:

"Det gør vi, ja."

Tony Scott Jakobsen:

"Gør vi det? Fordi det frabyder vi os altid i radiosammenhæng, fordi det lyder ad helvede til, men det kan man jo ikke høre."

Stig:

"Okay. Det er det nye headset."

Tony Scott Jakobsen:

"Jamen Stig, tusind tak for at vi lige måtte ringe og forstyrre."

Stig:

"Jamen, det var da så lidt."

Tony Scott Jakobsen:

"Det var jo en positiv anmeldelse må man sige af den nye telefon."

Tue Blædel:

"Absolut. Stig, du arbejder ikke for Apple, vel?"

Stig:

"Nej, det gør jeg desværre ikke. Jeg er desværre… hvad skal man sige… arbejdssøgende, så hvis der er nogen, der har et rigtig godt receptionistjob eller kontorjob, så er jeg klar på den."

Tony Scott Jakobsen:

"Ja, så sender man bare os en sms, så skal vi nok få Stig i arbejde, ikke. "

Høringssvar

DR har i høringssvar af 22. oktober 2012 bl.a. anført, at telefonen hverken bliver anprist eller på anden måde uberettiget fremhævet i programmerne, og at programmerne fokuserer på hypen, der opstod omkring lancering af iPhone 5 verden rundt på en ironisk og satirisk måde.

Det er også anført, at alene iPhone 5's mest basale funktion, dvs. at kunne ringe til en iPhone 5, samt at kunne føre en forståelig samtale, bliver behandlet i den påklagede udsendelse, og at dette er en funktion, som alle mobiltelefoner har uanset smartphone eller ej, og som forventes at være en absolut selvfølge for en smartphone, der verden rundt har brudt alle salgsrekorder allerede 24 timer efter lanceringen. Det er årsagen til, at ingen andre medier, som har omtalt iPhone 5, har fokuseret på denne funktion ifølge DR.

Det er videre anført, at P3 programmet "Pressen" er et aktualitetsprogram, der dagligt gennemgår dagens vigtigste og mest iøjnefaldende begivenheder og ofte med et satirisk og humoristisk greb, og at lancering af den nye iPhone 5 har været en begivenhed, der verden rundt vakte stor mediebevågenhed, herunder de to pågældende dage, som "Pressen" også valgte at behandle med en ironisk og satirisk tilgang.

Det er endvidere anført, at man valgte at sende P3's reporter Sisse Sejr-Nørgaard den 27. september 2012 ud til at interviewe folk i køen, som ventede i hen ved 18 timer for at være blandt de første, som kunne købe en iPhone 5. Interviewet viser ifølge DR en tydeligt ironisk distance for disse menneskers vilje til at vente timevis i silende regnvejr for at kunne eje en bestemt mobiltelefon lidt tidligere end andre. Sisse Sejr-Nørgaard kalder dette for bl.a. "lallende idioti", ligesom hendes tilbud til en i køen ventende person, Stig, for at få lov til at overtage hans plads i køen tydeligvis er ironiske ment ifølge DR.

Interviewet med Stig skulle ifølge DR understrege det efter "Pressens" mening besynderlige i, at et stort antal mennesker vil ligge så lang tid i kø for at få en ny telefon nogle timer tidligere end andre - en telefon som i Stigs tilfælde ikke engang skulle bruges med det samme, men først næste dag.

Herudover er det anført, at indslaget sendt den 27. september 2012 ikke omhandler iPhone 5, men omhandler de mennesker, der var villige til at gå langt for at få fat i denne telefon, og at der ikke sker uberettiget fremhævelse af selve telefonen, som alene sidst i indslaget bliver omtalt som "verdens dyreste vækkeur", samt at samme ironi fortsætter i udsendelsen af 28. september 2012, der illustrerer det efter "Pressens" mening latterlige i den store hype omkring noget så simpelt som en opgradering af en telefon.

Lytteren får ifølge DR i indslaget ikke andet at vide om selve mobilen end at den kan ringe, hvilket er en selvfølge for en mobiltelefon af hver slags, og at denne telefon har et opgraderet headset, som Stig er glad for.

Herudover bemærkes det, *at* "Pressens" værter ringer til Stig, som ventede i kø i over 18 timer for at købe en iPhone 5 som en af de første personer i Danmark, *at* der sker en fremhævelse af iPhone 5 på den måde, at det oplyses, at man ringer til en iPhone 5, *at* Stig bliver spurgt, hvad han har lavet med sin nyindkøbte iPhone 5, og *at* disse fremhævelser er berettiget i forhold til programmets indhold og formål og ikke har karakter af skjult reklame.

I betragtning af, at iPhone 5 er "verdens mest populære smartphone", illustrerer det indslagets ironi, at værterne ringer til Stig for at finde ud af, om mobilen kan ringe som andre mobiler og roser den tydelige forbindelse. Disse funktioner er en selvfølge for alle mobiltelefoner – smartphone eller ej. Kvaliteten af en telefonforbindelse afhænger især af netværket og den telefonerendes opholdssted, men har mindre at gøre med typen af mobiltelefon.

Sammenholdt med det fokus, som andre medier har valgt i reportager om iPhone 5, herunder design, hardware, skærmopløsning, kamera, Apps mv., fremgår det ifølge DR tydeligt, at "Pressens" fokus på telefonens mest basale funktion er meget ironiske og ikke kan ses som anprisning eller reklame.

Det er DR's opfattelse, at der ikke er sket en uberettiget fremhævelse af IPhone5 i den omtalte udsendelse, og at denne dermed ikke indeholder skjult reklame i strid med reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1. DR har oplyst, at der hverken er modtaget vederlag eller lignende betaling fra Apple i forbindelse med de to indslag.

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 27. februar 2013 behandlet sagen og skal udtale:

Indledningsvis bemærkes, at det af § 2 i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, som ændret ved bekendtgørelse nr. 864 af 23. august 2012 (reklamebekendtgørelsen) fremgår, at reklamer ikke må indgå i DR's programvirksomhed.

I henhold til § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af. 6. oktober 2011, og § 3, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, jf. 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, skal reklamer klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

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

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. At 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 indikere, at der foreligger skjult reklame.

Spørgsmålet er herefter, om der er sket en fremhævelse af Apples telefon iPhone 5.

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

Det påklagede indslag omhandler den nye telefon, iPhone 5, og i indslaget omtales iPhone 5 flere gange. Værterne fokuserer på den mediebevågenhed og bevågenhed blandt potentielle købere, der har været omkring telefonen. Værterne interviewer flere folk i køen, hvor mange har ventet i lang tid, for at kunne købe en telefon, og at det oplyses, at man vil ringe til en iPhone 5, hvorefter den pågældende indehaver af telefonen bliver spurgt om, hvad han har lavet med sin nye telefon. På ovennævnte baggrund finder nævnet, at der er sket en mundtlig fremhævelse af iPhone 5.

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.

Nævnet har ved vurderingen lagt vægt på, at der i indslaget anvendes en ironisk og humoristisk distance i forhold til den store mediebevågenhed og bevågenhed blandt potentielle købere, der har været omkring iPhone 5, herunder med speaken omkring "Verdens dyreste vækkeur".

Nævnet finder, at omtalen af iPhone 5 i udsendelsen 28. september 2012 illustrerer den bevågenhed, der har været forbundet med lanceringen af telefonen og fokuserer på de mange potentielle køberes adfærd i forbindelse med købet af en sådan telefon, herunder hvor langt de vil gå for at realisere dette ønske.

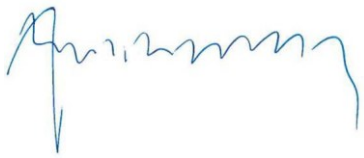
Nævnet finder på den baggrund, at der i udsendelsen ikke er sket promovering eller anprisning af iPhone 5, og at fremhævelsen af iPhone 5, uagtet at navnet iPhone 5 nævnes flere gange i udsendelsen, ikke har en sådan karakter, at det går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget i den konkrete redaktionelle sammenhæng.

Samlet set finder Radio- og tv-nævnet således ikke, at der er tale om skjult reklame for iPhone 5.

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

AFGØRELSE:

Indslaget om iPhone 5 i udsendelsen "Pressen" sendt på P3 den 28. september 2012 kl. 16-18 indeholder ikke skjult reklame for iPhone 5 i strid med § 72 i lov om radio og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, samt § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. 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

/Henrik Bang Nielsen
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager, Freddy Kristensen