KULTUR STYRELSEN

Radio24syv
Vester Farimagsgade 41
1606 København V

Att.: Jørgen Ramskov, CEO og chefdirektør

Radio- og tv-nævnet

22. november 2013

Sagsnr. 2013-009080

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 33 73 33 51

Klage over skjult reklame for Hjem-IS A/S i "Halløj i Betalingsringen" sendt på Radio24syv

Jan Gindrup har ved e-mail af 6. maj 2013 klaget til Radio- og tv-nævnet over skjult reklame for virksomheden Hjem-IS A/S i et indslag i "Halløj i Betalingsringen" sendt på Radio24syv den 6. maj 2013 kl. 14:05.

Klager anfører, at virksomheden Hjem-IS A/S, dennes nye produkter og hjemmeside 'www.hjem-is.dk' nævnes gentagne gange i indslaget og dermed udgør skjult reklame.

Beskrivelse
Radio24syv henviser i høringssvar af 23. maj 2013 til arkivet på stationens hjemmeside, hvorfra en optagelse af programmet "Halløj i Betalingsringen" sendt den 6. maj 2013 kan hentes.

Programmet "Halløj i Betalingsringen" er et satireprogram med en samlet varighed af ca. 55 minutter. Det påklagede indslag begynder ca. 15 minutter inde i programmet og har en varighed af 8,5 minutter.

Indslaget indledes med en egenreklame for programmet, hvorefter den kvindelige vært siger:

"Jeg er faldet over en rigtig, rigtig spændende nyhed den her weekend, Simon. Vi har lige nævnt det, sommeren er på vej, og det betyder nye slags is. Ismarkedet, det skal ligesom lige peppes lidt op, og der går ligesom lidt konkurrence i, hvem kan få fat i isforbrugerne - de isspisende mennesker. Så er der nogen, der relancerer klassikere. Zapp-isen og de der ting, men der er også nogen, der er vakse nok til at finde på en helt ny slags is. Og Simon: Hjem-IS melder sig på banen i år, og de har lavet følgende isnyhed, og jeg læser lige højt. Er du klar? "Too much is just perfect"."

Herefter følger en kort diskussion om valget af en engelsksproget overskrift.

Den kvindelige vært fortsætter:

"Altså det her, det er inde på Hjem-IS-bilens hjemmeside. Eller bare Hjem-IS.dk, tror jeg, det hedder. Jeg starter lige forfra."

Herefter læser den kvindelige vært op:

"Too much is just perfect – skal jeg oversætte det? Er du med? Okay. Prøv årets helt store nyhed: Isen mest til voksne, prik prik prik. Forestil dig 450 milliliter helt fantastisk flødeis af 100 procent ægte fløde, proppet med chokoladestykker, cookie-dej og karamelsauce. Eller hvad med en cremet chokoladeis, fyldt med chokoladestykker og smeltende lækre brownie-stykker? Über cool og nice."

Den mandlige vært bemærker, at valget af adjektiverne über cool og nice ikke passer til målgruppen af voksne forbrugere.

Den kvindelige vært fortsætter herefter med at forklare, at de nye is desuden har meget lange navne:

"Nej, men vi starter med chokoladeisen, ikke? Den hedder: "Über cool chunky funky fresh chocolate crumble to the rumble chocolate chip heavy chocolate brownie chunks ice"."

Den mandlige vært beder den kvindelige vært gentage navnet og siger derefter:

"Det må være en joke."

Den kvindelige vært oplæser navnet på den anden is:

"Total tasteful thriller manilla champion chocolate pieces cookie dough caramel sauce ice"."

De to værter problematiserer produktnavnene på forskellig vis. Navnenes længde og grammatiske korrekthed diskuteres. Ydermere betvivles det hensigtsmæssige i anvendelsen af ordet "ice", der også kan opfattes som slang for narkotika.

Den mandlige vært sammenligner Hjem-IS med isproducenten Ben & Jerry's:

"Arh, den er helt gal, den er helt brændt af. Fred være med dem, de skal, det skal de have, dem der har lavet det her, og at Hjem-IS er gået med til

det, fordi de kunne jo godt, hvis de skulle lancere en serie is, som var så tæt op ad Ben & Jerry's-isen, som jo kører i alle landets 7-Eleven-butikker, som har noget, der hedder "Caramel Sutra", for eksempel, som i sin egen lille komiske, hvad hedder det, sådan bogstavtyper og sådan nogle ting er ret fin og sjov med køer og mange farver. Det her, det… er der billeder af isen?"

Værterne diskuterer, om forbrugerne ud fra isenes navne kan forstå, hvad de indeholder, idet den mandlige vært bl.a. siger:

"Jeg tænker måske, at hvis man ville planke noget så hårdt, så stoppe der, hvor folk stadig kunne huske, hvad det hed. Men jeg ser dog en voldsom, voldsom, voldsom, sådan et krav til forbrugerne af de her is. Det er da vildt, at de skal kunne huske alt det her."

Indslaget afsluttes med følgende bemærkning fra den kvindelige vært:

"Ja det ikke hvem som helst, de voksne mennesker, dem som kan huske, hvad der er i. (…) Så man kan jo starte issæsonen 2013 ved at lytte efter Hjem-IS-bilens klokker og så gå ned og bestille en is med et meget langt navn."

Høringssvar
Radio24syv har i høringssvar af 23. maj 2013 anført, at "Halløj i Betalingsringen" er et dagligt satirisk radioprogram, i hvilket værterne tager store og små begivenheder samt aktuelle sager op i en satirisk form. Endvidere har stationen oplyst, at indslaget om Hjem-IS' nye produktserie blot var ét af tre emner, der blev taget op i det pågældende program.

Endvidere har Radio24syv anført, at der ikke forekommer nogen anprisning af produktserien, idet der gøres grin med produkternes navne, som ifølge Radio24syv er lange og helt uforståelige. Oplæsning af produkternes navne tjener ikke noget markedsføringsformål, men skal alene fungere som introduktion til værternes diskussion af navngivningen. Som en del af denne diskussion indgår omtale af isproducenten Ben & Jerry's samt kioskkæden 7-Eleven som en henkastet sætning, der hverken er ment som en produktanprisning eller som en henvisning til salgssteder.

Endelig har Radio24syv anført, at bemærkningen om at lytte efter klokken, så man kan gå ned og bestille is, hverken skal anses som markedsføring eller tilskyndelse til køb af is.

Det er på den baggrund Radio24syvs opfattelse, at indslaget om Hjem-IS ikke indeholder skjult reklame.

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. 1188 af 23. september 2013, på sit møde den 21. november 2013 behandlet sagen og skal udtale:

Indledningsvis bemærkes, at sagen afgøres efter de på klagetidspunktet gældende regler i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 7. oktober 2011, og 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 ovennævnte lovbekendtgørelse nr. 1188 af 23. september 2013 og i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013.

Radio24syv udøver programvirksomhed på baggrund af programtilladelse til den fjerde FM-kanal. I henhold til § 1, stk. 4, i bekendtgørelse nr. 5 af 5. januar 2011 om udbud af den fjerde FM-kanal, må reklamer ikke indgå i programvirksomheden på denne kanal.

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

Reklamer, der udsendes i strid med reglerne, udgør skjult reklame.

Det fremgår af Radio- og tv-nævnets praksis på området, som er baseret på reglerne herom fastsat i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU, at præsentationer i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser m.v. udgør skjult reklame, når denne fra medietjenesteudbyderen er ment som en reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. Eftersom det kan være svært at afgøre, hvorvidt en given henvisning m.v. er tilsigtet, er det i henhold til Kommissionens fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser" berettiget at anvende kriteriet ”uberettiget fremhævelse” af produkter eller en virksomheds navn, varemærke m.v. I den konkrete vurdering kan der således lægges vægt på, hvorvidt en fremhævelse af en vare eller tjenesteydelse m.v. er berettiget under hensyntagen til udsendelsens redaktionelle indhold.

Direktivets definition af skjult reklame finder efter sin ordlyd udelukkende anvendelse på tv. Kommissionens fortolkningsmeddelelse, herunder indførelsen af begrebet ”uberettiget fremhævelse”, finder ligeledes efter sin ordlyd udelukkende anvendelse på tv. Det er imidlertid Radio- og tv-nævnets

faste praksis, at de samme betragtninger er relevante for vurderingen af eventuel skjult reklame i radio.

Spørgsmålet er derfor, hvorvidt der er sket en fremhævelse af Hjem-IS A/S og de tilhørende produkter.

Indslaget omhandler navngivningen af en ny produktserie fra Hjem-IS A/S. Værterne nævner både Hjem-IS, produktnavnene og hjemmesiden www.-hjem-is.dk i løbet af programmet.

På den baggrund finder Nævnet, at der er sket en fremhævelse af Hjem-IS A/S og deres produkter.

Herefter er spørgsmålet, om fremhævelsen er berettiget under hensyntagen til udsendelsens redaktionelle indhold.

Ifølge det af Radio24syv oplyste, har programmet et rent satirisk formål i forhold til navngivningen af en ny Hjem-IS-produktserie.

Virksomheden Hjem-IS A/S samt produktserien m.v. gøres i det påklagede indslag til genstand for satire. Lytteren oplyses i denne sammenhæng bl.a. om navnene på to produkter samt Hjem-IS' beskrivelse af produktserien. Virksomheden og produktserien omtales kritisk og fra en satirisk vinkel af de to programværter. Radio- og tv-nævnet finder derfor, at omtalen af produkterne m.v. indgår på naturlig vis i indslaget under hensyntagen til programmets redaktionelle indhold og formål. Herunder finder nævnet, at værtens bemærkning i slutningen af indslaget om bestilling af "is med et meget langt navn" må anses som en satirisk bemærkning, som ikke har til formål at opfordre lytterne til købe produkterne.

Den kvindelige vært henviser til hjemmesiden www.hjem-is.dk som forklaring af, hvor de konkrete oplysninger er indhentet. Radio- og tv-nævnet finder, at denne angivelse, som kun forekommer én gang, udgør formidling af en redaktionelt berettiget oplysning med relevans for lytteren.
Hverken omtalen af Hjem-IS A/S eller de konkrete henvisninger til hjemmesiden går derfor ud over, hvad der er berettiget i forhold til indslaget og programmets redaktionelle formål.

Klager har endvidere anført, at der i indslaget optræder en henvisning til et navngivent produkt fra isproducenten Ben & Jerry's med angivelse af, at produktet kan købes i kioskkæden 7-Eleven. Angivelse sker kun én gang i programmet i forbindelse med en sammenligning af de i programmet omtalte isprodukter. Nævnet finder ikke, at denne omtale udgør en fremhævelse, der går ud over, hvad der er berettiget i forhold til det samlede indslags redaktionelle indhold og formål.

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

AFGØRELSE:

Indslaget i programmet "Halløj i Betalingsringen" sendt på Radio24syv den 6. maj 2013 kl. 14:05 indeholder ikke skjult reklame for Hjem-IS A/S eller andre produkter i strid med § 3, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

/Louise Nygaard Andersen
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager Jan Gindrup