STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Jan B. Jans
Specialkonsulent, cand.jur.

jbj@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

25. november 2015

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Klage over skjult reklame for Samsung i indslag på DR1 vedr. kommende udsendelser på DR

Sammendrag

Henrik Tange har ved mail af 21. juli 2015 klaget over en "reklame-spot" produceret af og udsendt af DR som egenreklame for kommende udsendelser på DR. Klager anfører, at indslaget indeholder en uberettiget fremhævelse af elektronikmærket Samsung, fordi et Samsung-logo ses tydeligt på en skærm, der panoreres hen over flere gange i løbet af indslaget.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at DR's indslag ikke indeholder skjult reklame for elektronikmærket Samsung i strid med radio- og fjernsynslovens § 72 og reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører et indslag om DR's egne udsendelser i sommeren 2015.

Egenreklamen blev bl.a. vist den 20. maj 2015, kl. 22.00 på DR1.

Klager anfører, at egenreklamen indeholder skjult reklame, da visningen af Samsungs navn indtager en meget central placering i indslaget.

Beskrivelse af indslaget

DR har som bilag til høringssvar af 17. august 2015 vedlagt en kopi af indslaget, der har en samlet varighed af 31 sekunder.

Indslaget har form af en trailer, som fortæller om sommerens nye programmer. Traileren starter med, at man ser en mand spille kroket i en have. Kameraet kører derfra hen over græsplanen og lander på en lille mosaik af skærme i forskellige størrelser, der er lagt sammen på græsplanen. Der er 7 skærme – en TV skærm af mærket Samsung, to tablets af mærket ASUS, tre Ipads og en Iphone. Kun varemærket på Samsung-skærmen er synlig. Samsung-skærmen er den største og er placeret i midten af mosaikken. I modsætning til de øvrige skærme kan navnet Samsung læses tydeligt det meste af tiden.
Speakeren siger imens:

"Der er helt nye programmer til en helt ny sommer"

Herefter vises en tekst på skærmen med ordene "NY LIVSSTIL". På skærmmosaikken på græsplænen ser man et klip fra et nyt livsstilsprogram. Dette efterfølges af skærmteksten "NYE REJSER", mens der på skærmmosaikken kører klip fra et nyt rejseprogram.

Herefter følger tekst med tilhørende klip i skærmmosaikken for "NY FEST", "NY RADIO", "NY DRAMA", "NY TOUR", "NY REPORTAGE", "NY MAD". Til slut vises teksten "NY SOMMER" efterfulgt af teksten "NYE PROGRAMMER" midt på skærmen henover skærmmosaikken, mens speakeren siger:

"Glæd dig til en helt ny sommer."

Sangen ”Det var sommer” spilles under hele traileren. Klip fra de kommende programmer vises på flere af skærmene samtidigt, således at man kun får det samlede billede ved at se på flere af skærmene samtidig.

Høring

DR oplyser indledningsvis i høringssvar af 17. august 2015, at der ikke foreligger nogen form for aftale mellem DR og Samsung vedrørende det påklagede program.

DR oplyser om indslaget, at man i forbindelse med optagelserne til DR's sommerkampagne har brugt syv skærme, hvorpå man digitalt har

indsat billeder fra de programmer, som man kan se hen over sommeren på DR's kanaler.

Skærmene er både en mobiltelefon (en IPhone), tablets (to ASUS og tre IPads) samt en TV fladskærm (Samsung). Skærmene repræsenterer forskellige mulige apparater, som brugerne kan se DR's programmer på.

Skærmene er ejet af DR og indkøbt længe før, traileren skulle produceres. Skærmene er således ikke sponsoreret, og de virksomheder, der fremstiller skærmene, ved ikke, at skærmene anvendes i traileren.

DR oplyser endvidere, at skærmene er udvalgt efter størrelse, tykkelse og farve, så de for det første præsenterer et samlet billede som skærmmosaik, for det andet kan bruges i den digitale efterbehandling, der er nødvendig for at få et klip til at køre over flere skærme, og endelig, for det tredje, for at de kan vise et varieret billede af de apparater, som man kan se DR's programmer på.

DR oplyser, at traileren er vist 233 gange på DR’s tv-kanaler i perioden 29. juni 2015-28. juli 2015. Navnet Samsung er synligt og læsbart i ca. 17 sekunder af de 31 sekunder, som indslaget varer. DR har i sit høringssvar tilkendegivet, at man anser visningen af Samsung-skærmen for at være en fremhævelse.

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. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven), på sit møde den 23. november 2015 behandlet sagen og skal udtale:

Det følger af § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklame-bekendtgørelsen), 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.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (AVMS-Direktivet) som:

"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".

Definitionen indeholder tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, førend der er tale om skjult reklame. Fremhævelsen skal være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side, den skal være ment som en reklame, og den skal kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art.

Da det i praksis kan være vanskeligt at afgøre, om en fremhævelse fra medietjenesteudbyderens side har været tilsigtet og ment som en reklame, har Kommissionen i sin fortolkningsmeddelelse[1] bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet "uberettiget fremhævelse". En uberettiget fremhævelse kan bl.a. ligge i, at et varemærke, en tjenesteydelse mv. optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde i et program. I den forbindelse skal der tages hensyn til programmets redaktionelle indhold. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold eller fremhævelsen skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at seerne vildledes, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Spørgsmålet er derfor først og fremmest, om der er sket en uberettiget fremhævelse af navnet Samsung i indslaget gennem panoreringen hen over skærmene.

Samsung-skærmen er den største af de viste skærme og har det tydeligste firmanavn. Den er centralt placeret i klippene, og navnet er tydeligt i en stor del af indslaget. På denne baggrund finder Radio og tv-nævnet, at der er tale om en fremhævelse.

Spørgsmålet er herefter, om denne fremhævelse går ud over, hvad der kan siges at være redaktionelt berettiget.

Det angivne formål med indslaget er at illustrere, at DR's programmer kan ses på en række forskellige enheder. Samsung-skærmen er kun

[1] 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser, Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.

en af de forskellige skærme, som vises, og selvom den er den største, og navnet er det mest tydelige, finder nævnet ikke, at fremhævelsen går ud over det tilladelige set i lyset af indslagets formål. Nævnet lægger herved vægt på, at der medens navnet er synligt, sker mange andre ting i billedet, hvilket betyder, at seerens fokus kan være mange andre steder. Nævnet finder ikke, at navnet har en så fremtrædende rolle, at det i den viste sammenhæng kan opfattes som en reklame for produktet. Endvidere ville indslagets idé formodentlig være vanskelig at realisere uden at vise logoer eller firmanavne.

Samlet set finder Radio- og tv-nævnet, at visningen af Samsung-navnet i denne konkrete sammenhæng er redaktionelt berettiget.

Indslaget indeholder dermed ikke skjult reklame for Samsung i strid med reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1.

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

AFGØRELSE

Indslaget på DR1 indeholder ikke skjult reklame for Samsung i strid med § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i reklamebekendt-gørelsen, da visningen af en skærm, hvorpå navnet Samsung tydeligt fremgår, er redaktionelt berettiget.

Mads Bryde Andersen
formand

/f. Jan B. Jans
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager Henrik Tange