MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

Marie Frank-Nielsen
Fuldmægtig, cand.jur.

mfn@slks.dk
www.slks.dk

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
DK-0999 København

Sendt pr. mail til: jurachef Peter Skov (pets@dr.dk) advokat Susanne Helbo (suhe@dr.dk) & juridisk seniorkonsulent Ulrike Rosenmejer (ulhe@dr.dk)

7. november 2017

Afgørelse vedr. klage over skjult reklame for Streetammo i Sommer Summarum vist på Ramasjang

Sammendrag

Lasse Holm har ved mail af 10. juli 2017 klaget over programmet "Sommer Summarum" på DR's kanal Ramasjang, og i sin klage anført, at der er tale om skjult reklame for "Streetammo".

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at programmet "Sommer Summarum" sendt på Ramasjang d. 6. juli 2017 i tidsrummet 9.00-10.00 ikke indeholder skjult reklame for "Streetammo" i strid med § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen) samt § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven).

Klagen

Klagen vedrører et afsnit af programmet "Sommer Summarum" på Ramasjang, hvor Kristian Gintberg sammen med sin medvært Silja Okking optræder live i et temaprogram om kæledyr.

Kristian Gintberg er iført en sort kasket hvorpå der med hvide bogstaver står "AMMO".

Klager anfører at man ikke kan overse kasketten og at der er tale om skjult reklame. Endvidere anfører klager, at børn skal beskyttes mod skjult reklame.

Samlet set finder klager, at der er sket en overtrædelse af reglerne om skjult reklame, jf. § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen og § 72 i radio- og fjernsynsloven.

Beskrivelse af programmet

Programmet "Sommer Summarum" er et live børneprogram, som varer 59 minutter hvoraf 12 minutter bruges til visning af to korte tegnefilm - af henholdsvis 5 og 7 minutters varighed. Programmets emne er "kæledyr", hvor diverse kæledyr eksempelvis bliver præsenteret og en servicehund viser sine færdigheder.

Værten Kristian Gintberg har under hele udsendelsen den 6. juli 2017 en sort kasket på, hvor der med hvid skrift stod "AMMO". Hverken kasketten eller mærket "Streetammo" omtales i udsendelsen og der zoomes ikke ind på selve kasketten, men den vises dog af og til tæt på, når kameraet fokuserer på værtens ansigt – eksempelvis i interviewsituationer.

Høringssvar

DR oplyser i sit høringssvar af 11. august 2017, at de ikke mener der er tale om skjult reklame for "Streetammo".

Kasketten er værtens privateje og er indkøbt til markedspris. Der foreligger endvidere ingen aftaler mellem "Streetammo" og Kristian Gintberg – ej heller mellem "Streetammo" og DR. Endelig oplyser DR, at kasketten ikke længere kan købes.

Programmet "Sommer Summarum" beskrives af DR som et børneprogram, som hver sommer sendes live fra 5 forskellige steder i Danmark. Der sendes 25 afsnit og hver uge skiftes såvel værter som sted.

Liveudsendelsen danner rammen om programmet, der også indeholder små børnefilm, som vises undervejs i udsendelsen. Programmerne har typisk et hovedemne per afsnit. I det påklagede program var emnet "kæledyr", hvor eksempelvis diverse kæledyr blev præsenteret og en servicehund viste sine færdigheder.

Værten Kristian Gintberg havde under hele udsendelsen den 6. juli 2017 en sort kasket på, hvor der med hvid skrift stod "AMMO". DR bemærker, at kasketten ikke blev omtalt i udsendelsen, ligesom der ikke zoomes ind på selve kasketten, og værtens hoved/ansigt blev ikke vist som close-up. Derudover påpeger DR at værterne altid bærer deres eget tøj, som skal reflektere deres personlighed.

DR henviser i sit høringssvar til AVMS direktivets definition af skjult reklame, og pointerer at de mener det er afgørende for, om der foreligger skjult reklame, at der reklameres for en kommerciel virksomhed eller et produkt.

DR mener ikke, at teksten ”AMMO” i sig selv er nok til at der skabes en reklamemæssig forbindelse til virksomheden ”Streetammo”, idet ordet ”AMMO” har en generel betydning på andre kommercielle foretagender, og at ”AMMO” eller ”ammo” typisk forbindes som forkortelse med ordet ”ammunition”.

Derudover bemærker DR, at skrifttypen på kasketten adskiller sig fra den skrifttype som virksomheden ellers bruger og at virksomheden alene markedsfører sig ved brug af det fulde navn ”Streetammo”. Det er DR’s opfattelse, at navnet ”AMMO” ikke er en visuel præsentation af ”en vareproducents navn eller varemærke”.

Samlet set er det DR’s vurdering, at ”Sommer Summarum” sendt den 6. juli 2017 på ”Ramasjang” ikke indeholder skjult reklame for ”Streetammo” i strid med reklamebekendtgørelsen § 2, stk. 1 og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. DR har imidlertid i fællesskab med værten besluttet, at værten ikke bærer kasketten i fremtidige produktioner.

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, på sit møde den 27. oktober 2017 behandlet sagen og skal udtale:

Det følger af § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, 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 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".

Definitionen indeholder tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, førend der er tale om skjult reklame.

Fremhævelsen skal:

- Være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side
- Være ment som en reklame
- 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 "Sommer Summarum" indeholder en *fremhævelse* af "Streetammo".

Radio- og tv-nævnet finder, at programmet indeholder en fremhævelse af "Streetammo", idet værten Kristian Gintberg er iført kasketten med ordene "AMMO" gennem hele udsendelsen, og at han i sin rolle som vært har en central rolle i udsendelsen.

Det skal derfor vurderes, om denne fremhævelse kan karakteriseres som en *"uberettiget fremhævelse"*, som går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at det i udsendelser som omhandler dagligdagsemner og dagligdagssituationer ikke altid kan undgås, at der vises produkter, der er letgenkendelige og/eller hvor produktets mærke eller logo fremgår af emballagen eller er påført eksempelvis beklædningsgenstande.

[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.

Efter en samlet vurdering er det Radio- og tv-nævnets vurdering, at der i nærværende udsendelse *ikke* er tale om en uberettiget fremhævelse af "Streetammo".

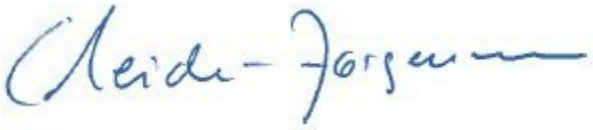
Nævnet lægger i den forbindelse vægt på, at der ikke er tale om en sponsoreret kasket, men at denne derimod er værtens privateje og er med til at vise en personlig stil. At en tv-vært er iklædt beklædningsgenstande med logoer o.lign. går ikke i sig selv ud over, hvad der er redaktionelt berettiget. I det påklagede program forekommer der ikke zoom, mundtlig omtale eller andre særskilte eksponeringer af "Streetammo". Derfor finder Radio- og tv-nævnet *ikke*, at "Sommer Summarum" indeholder skjult reklame for "Streetammo" i strid med reglerne herom.

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

AFGØRELSE

Udsendelsen "Sommer Summarum" vist på Ramasjang den 6. juli 2017 indeholder ikke skjult reklame for "Streetammo" i strid med § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen) og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven).

Med venlig hilsen



Caroline Heide-Jørgensen
formand

Kopi sendt til:
Lasse Holm