

QUICK-GUIDE

SKJULT REKLAME

RADIO- OG TV-NÆVNET

Introduktion

Denne quick-guide indeholder en beskrivelse af de centrale regler om skjult reklame, og quick-guiden er derfor **ikke udtømmende**. I kan med fordel læse mere om reglerne i **radio- og fjernsynsloven** og i **reklamebekendtgørelsen**.

Reklamer skal altid klart kunne identificeres og skal adskille sig fra almindelige programmer både i indhold og præsentation. Det betyder, at det skal være tydeligt, når der er tale om udsendelse af en reklame, så seeren eller lytteren ikke vildledes og tror, at der er tale om redaktionelt indhold.

Reglerne gælder for både radio- og tv-stationer og on demand tjenester.

Det er uden betydning, om der sker omtale af en kommerciel aktør eller ej. Man kan altså godt lave skjult reklame for en nonprofitorganisation eller lignende.

Reklameforbud for de ikke-kommercielle stationer

Vær opmærksom på, at det er forbudt for ikkekommercielle radio- og tv-stationer at sende reklamer. Der kan derfor ikke indgå nogen form for reklame i disse foretagenders programvirksomhed. Der må heller ikke reklameres på stationernes hjemmesider.

Sponsorering af programmer er dog tilladt for både ikkekommercielle og kommercielle radio- og tv-stationer med undtagelse af DR. Se nærmere herom i vores quick-guide til reglerne om sponsorering.

Reklamers indhold

Selvom det er tilladt for kommercielle radio- og tv-stationer at udsende reklamer, er det ikke tilladt at udsende reklamer for tobaksprodukter eller varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med tobaksrygning. Derudover gælder der særlige regler for udsendelse af reklamer for **lægemidler, sundhedsydelser** og alkohol. For fjernsynsreklamer er der desuden særlige regler reklamer for eksempelvis fagforeninger, politiske partier og politiske budskaber.

Der gælder også særlige regler i forhold beskyttelse af mindreårige, ligesom der findes en række øvrige krav til reklamers indhold.

Skjult reklame

Skjult reklame betyder, at der sker en **uberettiget fremhævelse** af produkter, tjenesteydelser, virksomheder eller lignende i et program, som ikke er redaktionelt begrundet.

Der kan godt være tale om skjult reklame:

- selvom der ikke er indgået en aftale om eksponeringen og
- selvom der ikke er betalt for eksponeringen

Ved vurderingen af, om der er tale om skjult reklame, tager Nævnets vurdering afsæt i, om der er tale om:

- 1) en fremhævelse af en vare, tjenesteydelse, virksomhed mv., og
- 2) om fremhævelsen er redaktionelt berettiget

Hvis der ikke er sket en fremhævelse, kan der altså ikke være tale om skjult reklame.

1) Er der tale om en fremhævelse?

Det første, Nævnet vurderer, er, om der er tale om en fremhævelse af det omtalte produkt, den respektive virksomhed, person m.v.

Ved vurderingen ser Nævnet på, om der sker omtale, visning mv. af det pågældende produkt, virksomhed, person m.v. Nævnet ser bl.a. på, om der anvendes zoom, om der sker mundtlig omtale eller anden form for eksponering.

2) Er fremhævelsen redaktionelt berettiget?

Finder Nævnet, at der er tale om en fremhævelse af det pågældende produkt, virksomhed, person m.v., vurderer Nævnet derefter, om fremhævelsen er redaktionelt berettiget. Hvis ikke, er der tale om en uberettiget fremhævelse.

Der kan være tale om en uberettiget fremhævelse, når en vare optræder

og/eller nævnes gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde, der ikke kan begrundes i det redaktionelle indhold. Dette kan være tilfældet, hvis der zoomes eller fokuseres unødigt længe på et produkt, logo eller lignende. eller hvis eksempelvis priser, navne, hjemmesider mv. gentages unødigt mange gange.

Ligeledes har Radio- og tv-nævnet i tidligere sager fundet, at der var tale om en uberettiget fremhævelse, når en radio- eller tv-vært har anprist de produkter, firmaer m.v., som blev omtalt i indslaget. Det samme gør sig gældende for opfordringer til køb.

Radio- og tv-nævnet har i en række sager fundet, at der var tale om skjult reklame i indslag med et eller flere af følgende karaktertræk:

- Opfordring til køb.
- Anprisninger (rosende omtale)
- Oplysninger, f.eks. telefonnummer, adresser, hjemmesider, som ikke var redaktionelt berettiget
- Fremhævelse, som går udover almindelig forbrugerinformation

Hvis fremhævelsen medfører, at der er risiko for at vildlede seeren/lytteren, er denne uberettiget, ligesom kommercielle interesser ikke må have påvirket det redaktionelle indhold.

Overtrædelse af reglerne

Overtrædelse af reglerne kan straffes med påtale og i visse tilfælde bøde, eventuel tilbagebetaling af tilskud og i grove tilfælde kan jeres tilladelse blive inddraget.

Hvis I er i tvivl

Hvis I er i tvivl om reglerne, så kontakt Radio- og tv-nævnets sekretariat. Sekretariatet kan vejlede og hjælpe jer med at forstå reglerne. Skriv til **rtv@slks.dk**, og du vil blive kontaktet hurtigst muligt.

UDGIVET AF:



PÅ VEGNE AF:
RADIO- OG TV-NÆVNET