

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C
Att.: DR Jura Politik Strategi

Radio- og tv-nævnet

25. marts 2011

Lill-Jana Vandmose Larsen
Specialkonsulent, cand.jur.

lvj@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 33 73 33 35

Klage over skjult reklame for Apple iPad sendt på DR Update

Jørgen Larsen har ved e-mail af 8. marts 2010 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Apple iPad sendt på DR1 den 8. marts 2010 kl. ca. 15.40.

Klager anfører følgende:

DR Update sender en nyhed om et dansk band som lægger musik til en reklame for Apple iPad. Under nyheden afspille hele den originale reklame fra start til slut med produktets lanceringsdato og navn. Jeg mener at dette er unødvendigt for formidlingen af budskabet og i strid med reglerne for skjult reklame. I DR Updates natur bliver denne reklame for Apple gentaget ca. hver 4 minut utallige gange.

Beskrivelse

DR har som bilag til hørings svar af 19. marts 2010 fremsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med indslaget DR Update sendt den 8. marts 2010.

Selve nyhedsindslaget varer ca. 7 minutter, og det påklagede indslag varer 1 minut og 7 sekunder. Under indslaget ses selve reklamen for iPad, mens musikken, der hører til reklamen, spiller i baggrunden. Værten speaker henover reklamen:

"...Og vi bliver ved Oscarfesten, for hver eneste gang transmissionen blev afbrudt af reklamer, så kunne de amerikanske tv-seere høre det danske band: "The Blue Van".

Brønderslevbandet er nemlig blevet udvalgt til at lægge musik til reklamen for Apples nye iPad, og så bliver man hørt. Apple er nemlig kendt for at sætte meget fokus på lyden på deres reklamer. Der bliver nemlig ikke talt ind over musikken, som får lov til at stå helt rent. Så de fire Brønderslevdrengene i bandet er temmelig sikre på, at deres sang: "There Goes my Love" vil blive downloadet mange gange i det kommende år, hvor re-

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

klamen kører. Det siger guitarrist og keyboardspiller Søren Christensen, men han har ikke holdt øje med salgstallet hér dag ét efter Oscar.”

Hørings svar

DR har i hørings svar af 19. april 2010 anført følgende kommentarer til klagen:

”Den 8. marts 2010 bragte DR Update det påklagede nyhedsindslag om, at det danske band ”The Blue Van” er gået fra at være relativt ukendt til at være verdenskendt, idet Apple har valgt at bruge bandets sang ” There Goes My Love” i en tv-reklame for den nye iPad.

Indslaget har en varighed af ca. 1 minut og 7 sekunder.

På billedsiden indledes indslaget med at vise værten, der befinder sig i Update studiet. Indslagets overskrift er ”iPad – Brønderslevband i Apple-Hit”. Herefter vises reklamen for iPad, mens værten speaker henover, og mens sangen ”There Goes My Love” spiller i baggrunden. Derefter vises klip fra ”The Blue Vans” optræden i forbindelse med Danmarks Indsamlingen 2010.”

DR skriver endvidere:

”Det er i sig selv en stor bedrift, særligt for et ukendt band, at få sin musik spillet i en tv-reklame for selveste Apple, der har store markedsføringsbudgetter. Eksposeringen for ”The Blue Van” var imidlertid endnu mere massiv i og med, at tv-reklamen blev bragt flere gange i reklamepauserne under Oscar-uddelingen på amerikansk fjernsyn og dermed blev set af mange millioner amerikanere.

Dette resulterede i, at reklamen og dermed også sangen ”There Goes My Love” efterfølgende blevet set/hørt på Youtube.com over 2 millioner gange af internetbrugere over hele verdenen. I indslaget fortæller bandmedlemmet Søren Christensen, at de modtager mange henvendelser fra udlandet, som vil vide mere om bandet.

DR Update indslaget blev sendt dagen efter Oscar-uddelingen, og da det hører til sjældenhederne, at et dansk band får en eksposering i det omfang, er der efter DRs opfattelse ikke tvivl om, at dette var en nyhed, der både var aktuel, relevant og interessant for danskerne.

Det er et redaktionelt valg fra DRs side at vise reklamen i indslaget, idet reklamen netop er grunden til bandets pludselige succes. Herudover øn-

skede DR at vise den helt centrale rolle, som sangen "There Goes My Love" har i reklamen.

Mens reklamen vises, og "There Goes My Love" spilles i baggrunden, fortæller DRs nyhedsvært om bandet og dets succeshistorie. Selve produktet, der reklameres for, er af underordnet betydning for indslaget, og fokus er konstant rettet mod bandet og musikken og ikke på produktet iPad. Reklamen udgør under 40 % af indslagets billedside.

Omdrejningspunktet i indslaget er bandets succes og ikke Apple eller produktet iPad, som på intet tidspunkt anprises hverken mundtligt eller på skrift. Apple kommenteres derfor ikke udenfor indslagets kontekst.

I det resterende del af indslaget vises billeder fra Danmarks Indsamlingen, hvor bandet optrådte samt billeder med DRs vært i Update studiet.

Indslaget afsluttes med følgende bemærkning fra bandmedlemmet Søren Christensen:

"...Og ironisk nok, så er strømforsyningen faktisk brændt sammen til min Apple computer hér til morgen. Jeg ved ikke – det er jo fuldstændig ironisk, når man reklamerer for deres produkter, så bryder det sammen."

Denne bemærkning, som er en klar kritik af Apples produkt, underbygger, at indslagets fokus og formål ikke er at promovere Apple og dennes produkter.

Jørgen Larsen lægger i sin klage bl.a. vægt på, at det pågældende indslag bliver vist flere gange.

Det er korrekt, at DR Update sendes i sløjfer, der løbende opdateres. Indslaget vises således flere gange i løbet af dagen, hvilket dog ikke bør influere på afgørelsen af, om det konkrete indslag indeholder skjult reklame. Det afgørende for vurderingen må være en konkret vurdering af det enkelte indslag isoleret set.

På baggrund af ovenstående er det DRs opfattelse, at der ikke er sket en uberettiget fremhævelse af hverken Apple eller iPad i DR Update sendt den 8. marts 2010, og at indslaget derfor ikke indeholder skjult reklame."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Jørgen Larsen har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame i programmet DR Update sendt på DR1 den 8. marts 2010.

Klager anfører, at der i programmet DR Update gøres skjult reklame for Apples iPad, idet hele den originale reklame for Apples iPad vises fra start til slut i indslaget. Produktets navn og lanceringsdato nævnes også i indslaget.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer, jf. § 72 i lov om radio og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010 og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar 2010 om reklame og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber. Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne, jf. reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, 1. pkt. og radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, 1. pkt.

Tv-reklamer, der udsendes i strid med reglerne, er såkaldt skjult reklame. I øvrigt bemærkes, at reklamer ikke må indgå i DRs programvirksomhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 2.

Skjult reklame betegnes i artikel 1j i direktiv 2010/13/EU som "skjult audiovisuel kommerciel kommunikation" og defineres i bestemmelsen således:

"...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/ment fra medietjenesteudbyderens side, den skal være i reklameøjemed, og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse.

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 i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser" i forbindelse med tv-reklamer (2004/C 102/02) 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. Hvis 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 dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at der i indslaget "DR Update" er sket en fremhævelse af Apples iPad, idet indslaget viser hele reklamen for denne samt gør opmærksom på lanceringsdato og navn på varen, som fremstår til sidst i reklamen som tekst. Spørgsmålet er imidlertid, om fremhævelsen går ud over, hvad der kan anses for at være berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold og dermed har karakter af skjult reklame i strid med reglerne herom.

DR har i sit høringssvar anført, at det efter DRs opfattelse i høj grad er en nyhed, at et dansk band får en eksponering af den størrelse som det ses i Apple-reklamen og fremhæver, at bandet har modtaget mange henvendelser fra udlandet, som vil vide mere om bandet. DR er af den opfattelse, at fordi denne succes netop skyldes reklamen må det anses for aktuelt og interessant for danskerne, at et så ukendt band får sin musik spillet i en tv-reklame for selveste Apple. DR anfører desuden, at det var et redaktionelt valg fra DRs side at vise hele reklamen, da reklamen netop er skyld i bandets pludselige succes og bemærker, at fokus i indslaget konstant er rettet mod bandet og musikken og ikke på produktet iPad. Omdrejningspunktet i indslaget er derfor bandets succes og ikke Apple eller iPad, hvilket ifølge DR også underbygges af, at et af bandmedlemmerne under indslaget kommer med en bemærkning, som er en kritik af Apples produkt.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse - i overensstemmelse med det af DR anførte -, at det centrale budskab i nyhedsindslaget er det danske band og dettes pludselige succes.

Nævnet finder ikke, at formidlingen af dette budskab nødvendiggør en visning af hele Apples reklame for produktet iPad. Det lægges ved denne vurdering særlig vægt på, at reklamen vises i sin fulde længde samt i fuld billedstørrelse. Nævnet finder endvidere, at en billedside, der udgør hele 40 % af det samlede nyhedsindslags billedside, må betragtes som værende forholdsvis væsentlig og omfangsrig. Heller ikke relativt set kan reklamens

omfang således i forhold til det samlede nyhedsindslag betragtes som redaktionelt begrundet.

Hertil kommer, at speakeren taler ind over den musik, som netop er en afgørende del af den redaktionelle begrundelse for at bringe reklamen, dvs. det danske bands musik. Seeren oplevet således primært reklamens billedside og ikke den for budskabet langt mere relevante lydside.

Uagtet nyhedsindslagets budskab om det danske bands succes, finder Radio- og tv-nævnet derfor samlet set ikke, at omfanget af eksponeringen af Apples iPad kan betragtes som redaktionelt begrundet, hvorfor der er tale om en unødvendig og uberettiget fremhævelse af produktet Apples iPad i strid med reglerne om skjult reklame.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 5. april 2011 truffet følgende

AFGØRELSE:

Indslaget "DR Update" sendt den 8. marts 2010 indeholder skjult reklame i strid med radio- og fjernsynslovens § 72, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010 om radio- og fjernsynsvirksomhed, og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1, jf. bekendtgørelse nr. 105 af 28. januar 2010 om reklame og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig
formand

/Lill-Jana Vandmose Larsen
specialkonsulent

Kopi sendt til:
Klager Jørgen Larsen