

SBS Radio A/S / Radio NOVA A/S
Magstræde 10
1204 København K

Samt

FM6 A/S (Pop FM)

RADIO- OG TV-NÆVNET

Radio og TV

1. juli 2011

Sagsnr: 2011-000881

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand. jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over radioreklamer for VictoriaMilan sendt på Pop FM, NOVA fm og The Voice

Radio- og tv-nævnet har i løbet af januar 2011 modtaget 3 klager over radioreklamer for datingsitet VictoriaMilan. Klagerne er indgivet af Morten Black, Pia Hansen og Simon Thorup og vedrører radio-reklamer sendt på de landsdækkende radiokanaler NOVA fm, The Voice samt på Pop FM i januar 2011. Klagerne har blandt andet henvist til udsendelser den 15. januar 2011 kl. 16:41 på NOVA fm, den 15. januar kl. 13:31 på The Voice bl.a. samt 10. januar 2011 kl. 11 på Pop FM.

Klagerne har anført følgende:

"...

Jeg ønsker at anmelde Nova for overtrædelse af lovgivningen på området der vedrører radio reklamer. Jeg har sendt nedenstående til Nova Fm på deres hjemmeside:

Man burde mene, at reklamer i radioen er underlagt en form for censur, moral og etik. Jeg er en mand på 40 år og der skal en del til at chokerer mig.. Men jeg er dybt rystet over, at Nova ikke har mere moral, end at sende en reklame der direkte OPFORDER til utroskab.

(...)

Vil simpelthen ikke lytte til en radio, som kan accepterer, at unge mennesker og alle i ægteskab bare skal være utro, hvis der er noget der lige 'halter. Hvor er jeres moral..?! Alle ægteskaber får problemer. Men man løser dem. I sender reklamen samme dag, hvor i i jeres nyheder hele dagen fortæller om at 50% bliver skilt og 30% indenfor 3 år.. Skal i hjælpe til med at holde statistikken og gøre den anden halvdel til idiot ved at holde vedkommende for nar..?

..."

(Morten Black)

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

"Opfordring til utroskab gennem en reklame for victoriamilan! Dybt amoralsk og smagsløst. Det kan simpelthen ikke være rigtigt at det må foregå i landsdækkende radio."

(Pia Hansen)

"...

Victoriamilan.dk er et datingbureau for mennesker i parforhold og det udtrykkes tydeligt og klart at i reklamerne at der opfordres til utroskab og at det er en måde at leve livet mens man har det.

At sende reklamer der direkte går efter at underminere bl.a. den mest socialt skabende institution - nemlig familien er et lavmål der ikke er set før i danske reklamer som henvender sig til den brede befolkning.

Jeg bekymrer mig, når mine og andres børn skal mellem numrene af de seneste hits skal lægge øre til at det er i orden at have affærer.

..."

(Simon Thorup)

Radio- og tv-nævnet har endvidere i maj og juni 2011 modtaget yderligere tre klager over reklamer for VictoriaMilan, sendt på de samme radiostationer.

Beskrivelse

FM6 A/S og SBS Radio A/S / Radio NOVA A/S har hver især som bilag til hørings svar af hhv. 3. februar 2011 og 2. februar 2011 fremsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med de tre versioner af radioreklamer for Victoria Milan, som er blevet sendt på Pop FM, The Voice og NOVA fm.

Der er indsendt tre versioner af reklamerne, sendt i januar 2011.

Reklamens første to versioner varer begge 25 sekunder. Speaken er indtalt af hhv. en mande- og kvindestemme i en fortrolig og tillidsvækkende tonefald. Under reklamen høres i baggrunden afslappende musik.

Speaken lyder i begge versioner som følger:

"Er du i et forhold og har tabt gnisten? Er det længe siden, du har fået bekræftelse og opmærksomhed? Og savner du nærheden og tiltrækningen?"

Så prøv Victoria Milan. Det er et helt nyt dating site for dig, der er i et

fast forhold, men som søger en diskret elsker.

Gør livet levende. Ha' en affære.

Victoriamilan.dk."

Reklamens tredje version varer 45 sekunder og består af et kvindeligt speak. I starten af reklamen høres kun stemmen, mens der senere underlægges rolig baggrundsmusik. Kvinden lyder glad og hendes tonefald er indbydende. Stemmen har som i de første to versioner en saglig og tillidsvækkende klang.

Speaken lyder i denne versioner som følger:

" Vi kvinder har den opfattelse, at mænd er de eneste, som har en affære... for de har brug for spændingen, flirten, det ukendte og det usikre.

Men de seneste studier viser faktisk, at vi kvinder er lige så flittige som mænd. Det skulle man ikke tro, vel? Vi er nok bedre til at planlægge og slette sporene...

Selvom man er gift eller samlevende, kan man godt have brug for bekræftelse og for at genvinde troen på, at man er attraktiv og spændende.

Opret en gratis og 100 procent anonym profil på victoriamilan.dk og mød én, der tænder gnisten i dig igen. - Måske udvikler det sig...?

Gør livet levende – Ha' en affære.

Victoriamilan.dk. "

Høringssvar

FM6 A/S har i høringssvar af 3. februar 2011 anført følgende:

"(...)

Under henvisning til Nævnets brev af 20. januar 2011, fremsendes som ønsket i det modtagne høringsbrev vedlagt en kopi af en udtalelse fra annoncøren Victoria Milan dateret den 27. januar 2011. Endvidere vedlægges en udskrift af speaket til de versioner, som har været udsendt på Pop FM. Endelig vedlægges en cd indeholdende de forskellige versioner af reklame-spottene.

De nævnte reklamespots indeholder efter ingen overtrædelser af hverken reklamebekendtgørelsen eller markedsføringsloven. Spottene indeholder ingen opfordringer til ulovlige handlinger. FM6 har valgt ikke at udøve en censur overfor annoncører under forudsætning af, at indholdet af reklamespottene er lovlige.

Denne procedure medfører i nogle tilfælde, at FM6 udsender reklamespots, der indeholder forskellige holdninger og synspunkter, som ikke er i overensstemmelse med hverken FM6 A/S' holdninger eller synspunkter.

(...)"

SBS Radio A/S har i hørings svar af 2. februar 2011 anført følgende:

(...)"

Under henvisning til Nævnets brev af 20. januar 2011, skal jeg indledningsvis oplyse, at denne besvarelse vedrører både Radio NOVA A/S og SBS Radio A/S (The Voice). Jeg vedlægger en kopi af en udtalelse fra annoncøren Victoria Milan dateret den 27. januar 2011. Endvidere vedlægges en udskrift af speaket til de versioner, som har været udsendt på Nova FM og The Voice. Endelig vedlægges en cd indeholdende de forskellige versioner af reklamespottene.

På vegne Radio Nova A/S og SBS Radio A/S skal jeg udtale følgende:

De nævnte reklamespots indeholder efter ingen overtrædelser af hverken reklamebekendtgørelsen eller markedsføringsloven. Spottene indeholder ingen opfordringer til ulovlige handlinger. Radio Nova A/S og SBS Radio A/S har valgt ikke at udøve en censur overfor annoncører under forudsætning af, at indholdet af reklamespottene er lovlige.

Denne procedure medfører i nogle tilfælde, at Radio Nova A/S og SBS Radio A/S udsender reklamespots, der indeholder forskellige holdninger og synspunkter, som ikke er i overensstemmelse med hverken Radio Nova A/S' eller SBS Radio A/S' holdninger eller synspunkter.

(...)"

Annoncøren Victoria Milan har i et hørings svar af 27. januar 2011 anført følgende kommentarer:

"(...)

Datingmarkedet i Danmark har eksplodert de seneste år. I takt med populariteten av sosialemedier som Facebook øker folks bruk av internet som møteplass og kommunikasjonsplattform.

Det finnes flere titalls forskjellige datingtjenester på nett i Danmark som alle henvender seg til forskjellige publikum; dating for single, 40+, homoseksuelle, sexdating, bønder, dating for pene, dating for stygge med mer.

Enmarkedsundersøkelse utført i Danmark 2010 viser at cirka 30-35% av aktive medlemmer på danske datingsider for single i realiteten er i gift eller har samboer men utgir seg for å være singel, og ødelegger dermed for single medlemmer som søker romantikk og en potensiell livspartner.

VictoriaMilan.dk er skandinavias første datingtjeneste på internett for folk i et forhold som søker litt flørt og spenning i hverdagen. På VictoriaMilan.dk kan de møte, kommunisere og flørte med likesinnede fra sitt eget hjem via en computer. Et alternativ til å flørte på byen.

Merkevaren VictoriaMilan.dk eies og driftes av det norskregistrerte aksjeselskapet Digisec Media AS.

VictoriaMilan.dk er en seriøs og profesjonell lovlig internettjeneste som opererer under og respekterer gjeldende lover og regler i Danmark.

Adm.dir og styreleder i Digisec Media AS er Sigurd Vedal.

I januar 2011 blev det avspilt en opplysningskampanje om VictoriaMilan.dk på SBSRadio DK i 3 uker. Digisec Media AS produserte disse spots i samarbeid med Spracph, hvilket er et produksjonsselskap SBSRadio anbefalte. Digisec Media AS er under den oppfatning at kampanjen blev gjennomført ihht til de gjeldende lover i Danmark.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lovbekendtgørelse 1360 af 8. december 2010, på sit møde den 21. juni 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Morten Black, Pia Hansen og Simon Thorup har henvendt sig til Radio- og tv-nævnet med klager over radioreklamer for datingsitet VictoriaMilan, sendt på radiostationerne Pop FM, The Voice samt Nova FM i januar 2011.

Nævnet har endvidere i maj og juni 2011 modtaget yderligere tre klager over radioreklamer for VictoriaMilan, sendt på de samme radiostationer.

Klagerne anfører bl.a., at reklamernes budskab er en opfordring til utroskab. Klagerne henviser blandt andet til, at denne opfordring er strid med kravet om, at reklamer i radio og tv skal være sømmelige og udformet med behørig social ansvarsfølelse. Klagerne giver navnlig udtryk for, at reklamerne virker stødende, idet utroskab bliver fremstillet som løsningen på manglende spænding i tilværelsen. Der udtrykkes endvidere bekymringer for børn, der hører reklamen i radioen. Endvidere henvises til, at reklamerne bliver sendt på landsdækkende radiokanaler, samt at reklamerne indirekte underminerer familien som social institution.

I henhold til på udsendelsestidspunkt gældende § 8, 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, skal reklamer i radio og fjernsyn, som al anden reklame, være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Det fremgår endvidere af reklamebekendtgørelsens § 20, at reklamer ikke må underminere sociale værdier, f.eks. ved at bibringe den opfattelse, at besiddelse, brug eller indtagelse af et produkt i sig selv vil give mindreårige fysiske, sociale eller andre psykologiske fordele frem for andre mindreårige, eller at det ikke at eje, bruge eller indtage et sådant produkt kan have den modsatte virkning.

Der er tale om radioreklamer for en datingtjeneste på internettet, der henvender sig til voksne i parforhold eller ægteskab.

Reklamebekendtgørelsens § 20 hører til reglerne om beskyttelsen af mindreårige. Bestemmelsens anvendelsesområde omfatter kun reklamer henvendt til mindreårige, jf. bekendtgørelsens § 17, stk. 1, 1. pkt. Uanset, at reklamen er sendt på tidspunkter, hvor det kan forventes, at mindreårige lytter til radio, kan reklamerne efter deres karakter og indhold ikke anses som henvendt til børn, og de er derfor ikke omfattet af denne bestemmelses anvendelsesområde.

I henhold til annoncørens udtalelse lægger Radio- og tv-nævnet til grund, at den i reklamerne omhandlede internet-tjeneste VictoriaMilan er lovlig i henhold til gældende dansk ret.

Nævnet skal bemærke, at affærer og utroskab ikke er ulovlige i Danmark, og at det som udgangspunkt derfor ikke er ulovligt at reklamere for en tjeneste af den foreliggende art.

FM6 A/S og SBS Radio A/S / Radio NOVA A/S har i enslydende høringsvar af hhv. 2. og 3. februar 2011 anført, at stationerne har valgt ikke at udøve censur overfor annoncører under forudsætning af, at indholdet i indslagene er lovligt, samt at denne procedure i nogle tilfælde medfører, at der udsendes reklameindslag, som ikke er i overensstemmelse med stationernes holdninger eller synspunkter.

I det følgende tages der således stilling til, hvorvidt reklamerne er sømmelige og udformet med behørig social ansvarsfølelse, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

I de første af de to indsendte versioner af reklamerne anføres:

"Er du i et forhold og har tabt gnisten? Er det længe siden, du har fået bekræftelse og opmærksomhed? Og savner du nærheden og tiltrækningen?"

I den anden version af reklamen indgår blandt andet teksten:

"Selvom man er gift eller samlevende, kan man godt have brug for bekræftelse og for at genvinde troen på, at man er attraktiv og spændende."

Alle versioner af reklamen afsluttes med følgende tekst:

"Gør livet levende – Ha' en affære."

Nævnet skal bemærke, at der ved de i § 8 beskyttede hensyn vedrørende sømmelighed og behørig social ansvarsfølelse er tale om elastiske begreber, der bør anvendes med forsigtighed.

Hertil kommer, at reklamer principielt anses som beskyttede af den kommercielle ytringsfrihed. Herunder hører udover adgangen til at reklamere også indholdet af reklamers udsagn.

Radio- og tv-nævnet henviser til afgørelse af 24. marts 2003 om tv-reklamer for en pornomesse sendt på TV 2/Danmark. Nævnet udtalte her blandt andet, at reklamernes brug af letpåkledte eller nøgne kvinder i forbindelse med en fuldt lovlig messe ikke overskred grænserne for acceptabel anvendelse af erotik i reklamer, idet reklamens billeder var så utydelige, at den ikke kunne anses som usømmelig. Både speak og tekst fremstod tillige som ganske neutrale og indeholdt efter Nævnets opfattelse heller ikke usømmelige elementer.

Der henvises endvidere til afgørelse af 19. marts 2007 om diverse reklameovertrædelser på TV23, hvor Nævnet blandt andet udtalte, at det for

reklamer gælder generelt, at sømmelighedsvurderingen er mere restriktiv end for programindhold, således at reklamer, der sendes om natten mellem pornografiske film, ikke lovligt kan indeholde hardcore pornografi m.v., selvom de omkringliggende programmer lovligt indeholder den slags pornografi.

I afgørelse af 18. juni 2011 om tv-reklamer for Sonofon ("Polle fra Snave") sendt på TV 2 udtalte Nævnet, at Nævnet efter fast praksis accepterer humoristiske og karikerede reklamer, selv om de i visse tilfælde kan virke krænkende eller stødende på dele af seergruppen. De påklagede reklamer overskred imidlertid den kritiske grænse på to måder. Nævnet vurderede, at reklamerne dels kunne opfattes som en accept af mobning – der er en socialt meget kritisabel adfærd – og dels indeholdt indslag af voldspræget karakter. Nævnet fandt derfor, at reklamerne var i strid med dagældende § 7, stk. 1 og 2, idet de ikke var udformede med behørig social ansvarsfølelse og kunne inspirere til voldshandlinger.

Reklamerne i nærværende sag indeholder ingen verbale eller lydæssige elementer og virkemidler, der kan betegnes som anstødelige i henhold til Nævnets ovenfor beskrevne praksis på området.

Efter Nævnets vurdering kan reklamernes udsagn derimod betegnes som provokerende og utraditionelt. Nævnet anerkender tillige, at reklamernes indhold kan virke stødende på nogle lyttere. Reklamerne har endvidere ikke en humoristisk eller karikerende karakter, som mildner reklamernes udsagn og indhold.

Nævnet finder imidlertid, at der i nærværende tilfælde er tale om moralske spørgsmål af personlig art. Nævnet vurderer endvidere, at reklamer skal være af en meget grov karakter for at overtræde grænsen til det usømmelige, og/eller for at føre til, at reklamen ikke kan anses at være udformet med behørig social ansvarsfølelse, når der er tale om indhold, der berører moralske eller andre holdningsmæssige spørgsmål. Nævnet finder ikke, at de foreliggende reklamer er af en sådan karakter, at denne grænse er overskredet.

Efter en samlet vurdering finder Radio- og tv-nævnet ikke, at reklamerne for VictoriaMilan overskrider grænsen til det usømmelige i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1. Nævnet finder endvidere ikke, at reklamerne strider mod bestemmelsens krav om at være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Et medlem af Radio- og tv-nævnet finder imidlertid, at reklamerne overtræder reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, idet medlemmet finder, at der i bedømmelsen af reklamernes sømmelighed og social ansvarsfølelse bør

indgå hensynet til de svage parter, der kan påvirkes af den type affærer, som reklamerne opfordrer til: De bedragede og ikke mindst eventuelle børn i forholdene. Medlemmet er således af den opfattelse, at reklamernes opfordringer til at opsøge hemmelige og dermed bedrageriske affærer ved siden af faste forhold overskrider grænsen for, hvad der kan anses som sømmeligt, og at reklamerne ikke kan anses at være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 21. juni 2011 truffet følgende

AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder, at radioreklamerne for datingsitet VictoriaMilan sendt på radiostationerne Pop FM, NOVA FM og The Voice NOVA FM, sendt bl.a. den 15. januar 2011 kl. 16:41 på NOVA FM, den 15. januar kl. 13:31 på The Voice bl.a. samt 10. januar 2011 kl. 11 på Pop FM, er ikke i strid med § 8, 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.

Nævnets vurdering gælder tillige senere udsendte versioner af tilsvarende karakter af reklamer for VictoriaMilan.

Christian Scherfig
formand

Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Afgørelse / kopi sendt til:

FM6 A/S (Pop FM)

Klagere Morten Black, Pia Hansen og Simon Thorup, samt yderligere 3 klager

Annoncør VictoriaMilan (DigiSec Media A/S)