

RADIO- OG TV-NÆVNET

Danmarks Radio
Direktionssekretariatet
TV-byen
2860 Søborg

På baggrund af en artikel i fagbladet Journalisten nr. 4 2001, besluttede Radio- og tv-nævnet at tage sagen om en eventuel overtrædelse af reklamebekendtgørelsens §§ 3 og 27 i DR's udsendelse af Melodi Grand Prix fra Herning op.

Af artiklen fremgik det bl.a., at en række indslag i Melodi Grand Prix i Herning indeholdt skjult reklame for firmaer, såsom tøjfirmaet Bestseller, flyselskabet Cimber Air, Messecenter Herning og Herning Kommune, som havde sponsoreret Melodi Grand Prix-udsendelsen gennem Messecenter Herning. Endvidere fremgik det, at firmaet Bestseller, der efter det oplyste ejer Jack & Jones, leverede tøjet til kunstnerne mod at få vist deres varemærke. Det fremgik endelig, at Messecentrets direktør Georg Sørensen mente, at hvis man omregnede den direkte omtale, centret fik ud af Grand Prixet, ville det svare til et tocifret millionbeløb

DR har den 26. april 2001 oplyst, at man for så vidt angår økonomiske bidrag direkte har indgået aftale med Messecenter Herning, lysfirmaet Martin Danmark samt Apollo Fyrværkeri.

RADIO- OG TV-NÆVNET

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

DR har anført, at Messecenter Herning har afholdt udgifter, der sædvanligvis afholdes af en koncertarrangør, f.eks. til lokalerne, bygning af grundscene, billetsalg, sikkerhed, KODA-afgifter, transport af kunstnerne og nogle af DR-medarbejderne til produktionen, booking af hotelværelser og levering af kostumer til kunstnerne i samarbejde med DRs kostume-koordinator. Til gengæld herfor har Messecenter Herning oppebåret samtlige billetindtægter.

DR har endvidere oplyst, at Messecenter Herning har stået for produktionen af de såkaldte postkort, der blev sendt mellem sangene. Det overordnede koncept var en ”turist”-film fra Herning, og oplæg, synopsis og indhold af de enkelte postkort blev godkendt af DR, der havde det redaktionelle ansvar.

Endelig har Messecenter Herning haft mulighed for at indgå aftale med op til tre sponsorer, der ydede et væsentligt bidrag til showet. DR understreger, at reklameskilte m.v. i messehallerne blev overdækket i forbindelse med tv-udsendelsen. De sponsorer, der via Messecentret indirekte ydede bidrag til udsendelsen, var Cimber Air og Vero Moda/Selected.

DR har herudover anført, at man ikke finder, at det er i strid med reglerne, at Cimber Airs navn på et fly i ca. tre sekunder kunne ses i et af postkortene med navnet ”Solisterne”, idet samtlige solister ankom til Herning med fly, og det eneste flyselskab, der flyver indenrigs til Karup (lufthavnen nærmest Herning), er Cimber Air. Det understreges i den

forbindelse, at Cimber Air ikke er blevet lovet nogen form for eksponering i postkortet, samt at der også vises et Lufthansa Fly og en bus fra Herning Turistfart.

Endelig har DR understreget, at Jack & Jones-skiltet vises i under tre sekunder, at der vises billeder fra andre virksomheder, samt at det er nærliggende at vise tøjfirmaer, når man skildrer Hernings erhvervsliv. DR har ikke indgået nogen aftale med Jack & Jones, og efter det for DR oplyste, har Messecenter Herning heller ikke indgået en aftale med firmaet.

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen og skal i henhold til § 32 i bekendtgørelse nr. 1348 af 18. december 2001 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn udtale følgende:

Det følger af reklamebekendtgørelsens § 3, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne. Det er således ikke tilladt i radio og fjernsyn at sende skjulte reklamer. Ved vurderingen af om et program indeholder skjult reklame, tillægges det bl.a. betydning, om der anvendes stærkt rosende eller særlig detaljeret omtale af produkter m.v., om produktet m.v. ved hjælp af kameraføring eksponeres stærkt og langvarigt, og om senderforetagendet har modtaget vederlag eller lignende for visning af produkter m.v.

Indslagene i Melodi Grand Prix falder næppe ind under begrebet skjult reklame, og det forhold, at man vælger at sende de såkaldte postkort

som ”turist”-film fra Herning, ses heller ikke at være i modstrid med reklamereglerne.

Det følger af reklamebekendtgørelsens § 25, at sponsors navn eller mærke skal angives ved programmets begyndelse eller slutning, men at sådanne angivelser derimod ikke må forekomme i programmet. Det fremgår endvidere af bekendtgørelsens § 27, stk. 1, at et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsors eller andres produkter eller tjenesteydelser, navnlig må disse ikke fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

I indslagene vises der bl.a. – i en optagelse fra lufthavnen - en flyvemaskine fra Cimber Air, og der ses en butiksfacade med navnet ”Jack & Jones”, men der er ikke tale om nogen særlig fremhævelse eller længerevarende eksponering af produkter eller virksomheder.

Radio- og tv-nævnet finder herefter ikke, at programmet er i strid med reklamebekendtgørelsen.

Mogens Kockvedgaard
formand

Jette Fievé
nævnsssekretær