

RADIO- OG TV-NÆVNET

Danmarks Radio
Direktionssekretariatet
TV-byen
2860 Søborg

København den 18. juni 2001

På baggrund af omtale i dagspressen 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 Parken i København op.

Af omtalen fremgik det bl.a., at indslag i Melodi Grand Prix i Parken i København indeholdt skjult reklame for eksempelvis Martin Gruppen, som var en af sponsorene for Melodi Grand Prix udsendelsen.

DR har den 23. juni 2001 oplyst, at følgende virksomheder direkte eller indirekte havde bidraget til programmet, og at de var krediterede i rulleteksten: Martin, TDC, Deloitte & Touche, Rosendahl, DSB, Se & Hør, Lydkompagniet, Made in Video, Kinovox/Sennheiser, Sony, Isabell Kristensen, Rias, Sebastian/Wella, Fyrværkerifabrikken Jylland, Swarovski, Avid, IBM, Kulturministeriet, Danmarks Turistråd og Øresundsbroen.

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

Herudover nævnes i rulleteksten også virksomheder, der er fuldt betalte leverandører samt bidragydere til showet i Parken, men ikke til programmet.

DR anser ikke programmet som værende i strid med bekendtgørelsens regler.

For så vidt angår § 25, stk. 1, om sponsorering gennemgår DR sponsorenes ydelser og eksponering i programmet. Det oplyses, at DR ved showets tilrettelæggelse har lagt til grund, at der ikke på nogen måde anvendes stærkt rosende eller særlig detaljeret omtale af hverken produkter eller lokaliteter. Der er heller ikke tale om, at produkter, logoer, navne eller lokaliteter eksponeres kraftigt eller langvarigt, og endelig har DR ikke modtaget noget vederlag for at vise hverken produkter eller lokaliteter.

DR har oplyst, at man ved tilrettelæggelsen af postkortene har arbejdet ud fra den holdning, at man – i det omfang en af sponsorerne kunne indgå i et tema – ikke ville fravælge dem blot fordi de var sponsorer. Specifikt med hensyn til postkortet, hvor Martin Gruppen indgår, har DR oplyst, at Martin Gruppen ikke har betalt ekstra herfor i relation til de øvrige hovedsponsorer.

Med hensyn til § 27, stk. 1, anfører DR, at medieomtalen især har fokuseret på postkortene. DR valgte at bruge disse postkort til at eksponere et billede af det moderne Danmark og danskerne med vægt på

forskellige stærke brands, produkter og kendingsmærker fra Danmark, fx dansk design, arkitektur og byggeri. Der er ikke betalt for optagelse på lokaliteterne ligesom der heller ikke er betalt for udlån af produkter, der indgår i optagelserne. DR finder ikke, at visning af lokaliteter og produkter udgør en tilskyndelse til køb eller leje eller til øget brug. Det oplyses, at ingen sponsorer eller andre har haft indflydelse på det redaktionelle indhold af postkortene.

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.

Det følger endvidere af reklamebekendtgørelsens § 25, at sponsors navn eller mærke skal angives ved programmets begyndelse eller slutning eller begge steder, men at det ikke må forekomme i programmet. Det følger endelig af § 27, 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.

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.

I postkortet med Martin Gruppen vises en produktionshal på fabrikken. Man ser robotter, der arbejder samt ryggen af flere medarbejdere iført en t-shirt, hvor Martin Gruppens navn og logo er påtrykt. Speakeren fortæller, hvor postkortet er optaget, og at Martin Gruppen leverer de mere end 2000 projektører i Parken.

Medens de øvrige postkort ikke giver anledning til bemærkninger, finder Radio- og tv-nævnet, at postkortet med Martin Gruppen er i strid med reklamebekendtgørelsen, da der er sket en ganske markant eksponering af en sponsors navn, logo, produkt og sponsorydelse. Nævnet agter dog ikke at forfølge sagen yderligere, da overtrædelsen er beskeden set i forhold til udsendelsen som helhed.

Mogens Kockvedgaard
formand

Malene Jais
nævnssekretær