

DR
TV-Byen
2860 Søborg

Emil Eiberg-Jensen
Slotsgade 11, 2. mf.
2200 København N

København den 27 marts 2002

Skjult reklame i programmet "HåndboldOnsdag" udsendt på DR 1

Emil Eiberg-Jensen har i brev modtaget i Kulturministeriet den 24. januar 2002 klaget over skjult reklame for TDC og TELE 2 i DR's program HåndboldOnsdag i forbindelse med en bilkonkurrence.

DR har indsendt et videobånd, der viser indslaget om bilkonkurrencen fra den 23. januar 2002.

Konkurrenceindslaget vises efter første halvleg i pausen i en herrehåndboldkamp. Af selve indslaget fremgår det, at man kan vinde en Peugeot til 165.000 kr. samt et Samsung anlæg med et 28 tommer TV og tilhørende DVD afspiller, hvis man kan besvare nogle spørgsmål.

Mens der speakes vises præmierne og nogle kendte håndboldspillere m/k. Under hele præsentationen står i bunden af billedet, med store tal, det telefonnummer man skal ringe på for at kunne deltage i konkurrencen. Med småt fremgår det, at kun seere med TDC og TELE 2 fastnet kan deltage.

I den afsluttende tekst krediteres Peugeot og Samsung som præmiesponsorer.

Klageren henviser til, at DR er en licensfinansieret public servicekanal, der ikke må reklamere. Klageren mener, der er tale om skjult reklame, fordi DR kræver, at de seere der ønsker at deltage i konkurrencen skal have abonnement hos TDC eller TELE 2. DR giver herved indirekte reklame til TDC og TELE 2.

Klageren henviser videre til, at DR på DR's hjemmeside fra i hvert fald den 24. januar 2001 – udover konkurrencen om en bil – også er begyndt at køre daglige konkurrenceindslag om billetter til Melodi Grand Prix-forestillingen i cirkusbygningen og i Estland. Her har alene seere med abonnement hos TDC og TELE 2 adgang til at deltage.

Klageren finder ikke, at tekniske hensyn er et holdbart argument for at udelukke andre telefonselskaber. Klageren henviser til, at alle telefonserviceselskaber er i

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

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

stand til at opkræve en konkurrenceafgift, samt at alle telefonserviceselskaber ligeledes kan finde identiteten på en abonnent, hvis vedkommende bedes om at indtaste sit telefonnummer ved kontakt til konkurrencens telefon.

Klageren er endelig i tvivl om, hvorvidt Kulturministeriets institutioner, herunder Radio- og tv-nævnet, har hjemmel til at behandle alle sagens aspekter, samt om Radio- og tv-nævnets medlemmers habilitet ved bedømmelse af klagen.

DR oplyser henholdsvis den 12. og den 25. februar 2002, at DR i nogle af sine programmer tilbyder seerne en mulighed for at deltage i en konkurrence. Når kun abonnenter hos TDC og TELE 2 fastnet kan deltage, skyldes det, at teleselskaberne – på nær de to nævnte – ikke vil investere de nødvendige midler i at kunne levere denne service over for deres kunder.

DR finder ikke, at der på nogen måde er tale om reklame for TDC eller TELE 2, men der er alene tale om information til seerne om, hvordan de kan deltage i konkurrencen. Endvidere er det ikke TDC eller TELE 2, der betaler for bilen. DR oplyser i afslutningskrediteringen, hvem der er præmiesponsor for de effekter, der udloddes i programmet. DR mener derfor at overholde reglerne vedrørende sponsorering af præmier i konkurrencer i tv-programmer.

DR understreger, at det er omkring 93% af befolkningen, der via deres fastnet telefon kan deltage via TDC eller TELE 2.

DR præciserer endelig, at man ikke via hjemmesiden www.dr.dk kan deltage i konkurrencen i forbindelse med det danske Melodi Grand Prix. Der er alene tale om information om selve konkurrencen og vilkår herfor.

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 32 i bekendtgørelse nr. 1348 af 18. december 2000 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn behandlet sagen på sit møde den 19. marts 2002 og skal udtale følgende:

Nævnet kan i henhold til reklamebekendtgørelsens § 32 efter anmodning eller på eget initiativ fremkomme med udtalelser om, hvorvidt der i et program er tale om skjult reklame, jf. § 3 og § 27. Ingen af Nævnets medlemmer er inhabile i den konkrete sag.

Ifølge direktiv 89/552 EØF, artikel 1 d, er definitionen på skjult reklame: "mundtlig eller visuel fremhævelse af varer eller tjenesteydelser eller af en vareproducents eller en tjenesteydelsesleverandørs navn, varemærke eller aktiviteter i programmer, når fremhævelsen er tilsigtet fra tv-radiospredningsorganets side i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af dens fremhævelse".

Det er Nævnets opfattelse, at indslaget ikke indeholder skjult reklame for TDC eller TELE 2. Det forhold, at DR i forbindelse med konkurrencen oplyser, at kun

seere med TDC og TELE 2 fastnet kan deltage, er en nødvendig og korrekt oplysning, der skyldes de faktiske forhold for teleområdet, som DR ikke har indflydelse på.

Mogens Kockvedgaard
formand

/Birgitte Groth
nævnsekretær