

TV 23  
Østre Strandvej 23  
2670 Greve  
  
Att.: Carsten Larsen

Det Fælles Fjernsynsnavn for  
Københavnsområdet  
Sekretariatet  
Øvrighedskontoret  
1599 København V

København den 3. april 2003

Radio- og tv-nævnets udtalelse om skjult reklame i udsendelserne "Kvinden i mig selv" og "Ansigt til ansigt" fra serien "Lille spejl på væggen"

MEDIE- OG  
TILSKUDSSEKRETARIATET

Radio- og tv-nævnet udtalte den 27. november 2003 om skjult reklame i udsendelsen "Kvinden i mig selv" fra "Lille spejl på væggen", der blev sendt på TV 23: "Lille spejl på væggen" er en udsendelse, der søger at give generel information om brystforstørrende indgreb. Udsendelsen indeholder meget rosende omtale af resultatet af indgrebet, og den påvirkning det har på en ung pige. Den stærkt rosende omtale sammenholdt med de præcise oplysninger om klinikken, hvor indgrebet bliver foretaget, herunder den nøjagtige adresseangivelse, medfører, at der er tale om en overtrædelse af reklamebekendtgørelsen § 3, stk. 1, ifølge hvilken reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra de ordinære udsendelser."

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

Sundhedsstyrelsen har i brev af 23. januar 2003 forespurgt Radio- og tv-nævnet om det er nævnets opfattelse, at der i den nyredigerede udsendelse stadig er tale om skjult reklame, idet der henvises til Radio- og tv-nævnets udtalelse af 27. november 2002.

Producenten af udsendelserne, Claus Sørensen, har med brev af 15. januar 2003 indsendt to bånd med redigerede programmer "Kvinden i mig selv" og "Ansigt til ansigt" (begge fra serien "Lille spejl på væggen"), idet han henviser til Radio- og tv-nævnets afgørelse af 27. november 2003, og håber, at programmerne kan accepteres.

I forbindelse med den fornyede behandling af sagen har producenten af udsendelserne, som Radio- og tv-nævnet ikke tidligere har været i kontakt med, oplyst, at Scandinavian Clinic of Plastic Surgery betaler for produktionen af videoerne, som klinikken anvender til information af de kunder, der ønsker at få foretaget indgreb af den pågældende art. Kanal 23 modtager dog ikke betaling for at vise udsendelserne.

Claus Sørensen sammenligner forholdet med, at de musikvideoer, der vises på alle tv-kanaler, er betalt af pladeselskaberne og stilles til rådighed i forbindelse med lanceringen af nye cd'er.

TV 23 har som kommentar til de nye oplysninger henvist til, at det er almindelig praksis, at tv-stationer viser erhvervsfinansierede programmer – f.eks. når de viser musik-videoer eller filmklip, der stilles til rådighed af henholdsvis pladeselskaber og filmindustrien. TV 23 er af den opfattelse, at kanalen kan sende oplysende programmer – også om sundhedsmæssig virksomhed med udgangspunkt i private klinikker – når bekendtgørelsen om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn overholdes. I den forbindelse henvises der bl.a. til eksempler på, at redaktionelle programmer produceres i et direkte samarbejde med private virksomheder, f.eks. finansnyhederne på TV 2 i samarbejde med Børsen og TV 2 Lorry's "Gå i byen"-indslag i samarbejde med Politiken.

Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 18. marts 2003 i henhold til § 32 i bekendtgørelse nr. 1348 af 18. december 2002 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn ifølge hvilken Radio- og tv-nævnet efter anmodning eller på eget initiativ kan fremkomme med udtalelser i sager om overtrædelse af § 3, behandlet sagen, og skal herefter udtale følgende:

I udsendelsen "Kvinden i mig selv" er der foretaget en række justeringer efter Radio- og tv-nævnets udtalelse af 27. november 2003. De præcise oplysninger med adresseangivelse på klinikken er strøget og en del af den meget rosende omtale er ligeledes klippet væk. Der er dog bevaret en rosende speak, men det er tvivlsomt om denne speak i sig selv udgør en sådan fremhævelse af produktet, at det alene på dette grundlag kunne fastslås, at der er tale om skjult reklame.

Det skal dog understreges, at der er tale om meget rosende omtale og fremhævelse af "produktet", og at skjult reklame ifølge direktiv om fjernsyn uden grænser, 89/552 EØF, artikel 1 d, defineres som: "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 af tv-radiospredningsorganets side i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af dens fremhævelse. En fremhævelse anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod vederlag eller lignende betaling."

Oplysningen om, at Scandinavian Clinic of Surgery i markedsføringsøjemed har finansieret produktionen af videoerne, er et forhold Nævnet tillægger stor betydning i sin samlede vurdering af sagen. Der er ganske vist ikke ydet betaling til stationen for at udsende programmerne, men omvendt har stationen heller ingen udgifter til programmerne. Stationens redaktionelle frihed ligger alene i, at stationen træffer afgørelse om, hvorvidt man vil udsende programmerne, der vederlagsfrit stilles til rådighed, idet Radio- og tv-nævnet lægger til grund, som sagen foreligger oplyst, at TV 23 ikke har nogen reel indflydelse på indholdet af programmerne.

Der er imidlertid intet i vejen for, at en station køber eller modtager – på gunstige vilkår – programmer, hvis indhold, den ikke har haft indflydelse på, når blot stationen frit kan træffe afgørelse om, hvorvidt programmerne skal udsendes. Der er ikke i den foreliggende sag oplysninger, der sandsynliggør, at TV 23 ikke står frit i så henseende.

For så vidt angår producentens og TV 23's henvisning til andre tv-stationers anvendelse af musikvideoer mv. skal Radio- og tv-nævnet understrege, at det forhold, at nogle tv-stationer overtræder loven, ikke kan tjene som undskyldning for andre stationers overtrædelser. Imidlertid er sammenligningen med musikvideoer og filmklip ikke umiddelbar anvendelig. Udsendelserne om de plastickirurgiske indgreb er produceret for den virksomhed, der præsenteres i udsendelserne. Der er tale om udsendelser, der alene handler om det ene produkt, det plastickirurgiske indgreb, som udøveren af indgrebet – dvs. klinikken – har betalt for at få produceret. Til forskel herfra udgør musikvideoer og filmklip ikke i sig selv udsendelser, men indgår normalt i udsendelser, der er produceret af eller for den tv-station, der viser udsendelsen.

Noget tilsvarende gælder for de programmer, som TV 23 omtaler, om TV 2 og TV 2 Lorry's samarbejde med henholdsvis Børsen og Politiken.

Det forhold, at Scandinavian Clinic of Plastic Surgery betaler for produktionen af videoerne, der stilles vederlagsfrit til rådighed for TV 23, sammenholdt med, at der er tale om udsendelser, der ikke forholder sig kritisk, men tværtimod stærkt rosende til det produkt, der vises i udsendelserne, peger på, at der er tale om skjult reklame. Scandinavian Clinic of Plastic Surgery finansierer produktionen af videoerne, fordi de kan anvendes til en form for markedsføring af klinikkens produkter over for enkelte kunder. Det forhold, at videoerne af klinikken selv anvendes til markedsføring fører til en antagelse om, at videoerne har en markedsføringsværdi, når de vises på tv.

Radio- og tv-nævnet finder, at programmernes udformning medfører, at disse ved visning på tv har en markedsføringsmæssig effekt og kommerciel værdi for Scandinavian Clinic of Plastic Surgery. I den forbindelse lægger Nævnet særlig vægt på, at klinikken har betalt for at få produceret programmerne.

Radio- og tv-nævnet finder således, at TV 23 handler i strid med reglerne om skjult reklame i henhold til § 3, stk. 1, i bekendtgørelse om reklame og sponsoring i radio og tv, ifølge hvilken reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra de ordinære udsendelser.

H.H. Brydenholt  
næstformand

/Jette Fievé  
nævnssekretær