

TV 2/Danmark A/S  
Rugaardsvej 25  
5100 Odense C

København den 21. juni 2004

**Skjult reklame for teleselskabet 3 i "Danish Music Awards 2004".**

MEDIESEKRETARIATET

Radio- og tv-nævnet har besluttet at tage sagen op i henhold til § 78, stk. 2, i lov nr. 1052 af 17. december 2002 om radio- og fjernsynsvirksomhed.

VOGNMAGERGADE 10, 1.  
1120 KØBENHAVN K  
TELEFON 33 18 68 68  
FAX 33 18 68 69  
rtv@mediesekretariat.dk  
www.mediesekretariat.dk

TV 2/Danmark A/S har 1. april 2004 indsendt et videobånd med udsendelsen "Danish Music Awards 2004" sendt den 28. februar 2004.

Heraf fremgår det, at det hverken i begyndelsen eller slutningen af udsendelsen er angivet, om programmet har sponsorer.

CVR nr. 11 88 46 52

"Danish Music Awards" er en årlig dansk begivenhed, hvor der uddeles priser til såvel nationale som internationale musikere, der har gjort sig specielt bemærket i løbet af året. Indimellem priserne optræder diverse kunstnere live.

På prisoverrækkelsesstolen er placeret et blå 3-tal, som er logoet for Teleselskabet 3. Stolen er i billedet hver gang, der uddeles en pris, hvilket er ofte og længe.

TV 2/Danmark A/S har i høringsvar af 1. april 2004 oplyst, at "Danish Music Awards 2004" arrangeres af brancheorganisationen for danske fonogramproducenter, foreningen IFPI Danmark, for et indbudt betalende publikum. I år blev begivenheden afholdt i Forum.

TV 2 /Danmark A/S transmitterede begivenheden i henhold til en aftale med Foreningen IFPI Danmark, og TV 2/Danmark A/S havde i den anledning engageret Metronome Productions A/S til at foretage optagelsen.

TV 2/Danmark A/S oplyser, at begivenheden, efter det for TV 2 /Danmark A/S oplyste, blev sponsoreret af Teleselskabet 3, og det beror på aftalen mellem

Foreningen IFPI Danmark og begivenhedssponsorerne, hvorledes teleselskabet 3 eksponeres under begivenheden.

TV 2 /Danmark A/S oplyser, at stationen ingen indflydelse har haft på placeringen af logoet for 3 på prisoverrækkelsesstolen.

TV 2 /Danmark A/S er af den opfattelse, at begivenheden lader sig sammenligne med sportsbegivenheder, hvor tv-stationerne alene erhverver transmissionsrettigheder, eftersom "Danish Music Awards 2004" ikke blev arrangeret af TV 2 /Danmark A/S, og da begivenheden også tidligere er blevet transmitteret af andre danske tv-stationer. Stationen henviser til, at Tuborg i mange år var sponsor for begivenheden, også i de år, hvor producenter af alkohol ikke lovligt kunne sponsorere tv-programmer, uden at dette medførte, at danske tv-stationer var afskåret fra at transmittere begivenheden.

Slutteligt oplyser TV 2 /Danmark A/S, at udsendelsen af produktionen var sponsoreret af Tuborg.

Radio- og tv-nævnet besluttede på sit møde den 5. maj 2004 at stille nogle uddybende spørgsmål til TV 2/Danmark A/S, og stationen har i høringssvar af 9. juni 2004 oplyst, at IFPI tog initiativet til en aftale med TV 2/Danmark A/S om at transmittere Danish Music Awards 2003 og 2004.

Angående planlægningen af showet oplyser TV 2/Danmark A/S at IFPI har udliciteret showets afvikling til eventselskabet Welcome, men at alle beslutninger vedrørende indholdet af Danish Music Awards godkendes af IFPI. Valget af vært sker i samråd med TV 2/Danmark A/S. Derudover er TV 2/Danmark A/S /Metronome Productions A/S i dialog med IFPI/Welcome i et forsøg på at undgå, at eventen afvikles på en måde, der gør det umuligt eller unødvendigt besværligt at tv-transmittere begivenheden.

TV 2/Danmark A/S forklarer, at stationen løbende blev informeret om indholdet, primært gennem Metronome Productions A/S, der forestod tv-produktionen for TV 2/Danmark A/S.

Stationen oplyser yderligere at værten blev valgt af IFPI/Welcome i samråd med TV 2/Danmark A/S og Metronome Productions A/S. TV 2/Danmark A/S forklarer, at man involverer sig i valget af vært, fordi man nødt ser en vært for begivenheden, der identificeres med en af TV 2/Danmark A/S's konkurrenter, og dertil kommer, at det skal være en vært, der har erfaring med tv-mediet og er vant til at "henvende sig" til skiftende kameraer.

TV 2/Danmark A/S oplyser, at IFPI har en række samarbejdspartnere, herunder radiostationen The Voice og musikmagasinet Gaffa. Endelig har IFPI oplyst, at Tuborg som modydelse for nogle fribilletter leverede gratis øl backstage.

TV 2/Danmark A/S afholdt alle omkostningerne til tv-produktionen, inklusiv honorar til værten, men bortset fra værthonoraret oplyser stationen, at man ikke har afholdt omkostninger til arrangementet.

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i radio- og fjernsynsloven behandlet sagen på sit møde den 16. juni og skal **udtale:**

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer jf. § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn. Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne, jf. Reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, 1. pkt. og radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, 1. pkt.

Tv-reklamer, der udsendes i strid med reglerne, er såkaldt skjult reklame.

Ifølge direktiv 89/552 EØF (Fjernsyn uden grænser) 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 reklame-øjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse. En fremhævelse anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod vederlag eller lignende betaling.”

Der er altså tre kumulative betingelser, der skal være opfyldt: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra tv-radiospredningsorganets side, den skal være i reklame-øjemed og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse.

Da skjult reklame er tilsigtet, kan det i praksis være ret vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v. Kommissionen her derfor i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i ovennævnte direktiv i forbindelse med tv-reklamer bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet ”uberettiget fremhævelse” af varer eller en virksomheds varemærke eller navn m.v. Det urimelige kan bl.a. ligge i, at det pågældende logo fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i

udsendelser, disse elementer indsættes i. Hvis et logo fx fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold eller på grund af en påvirkning, som det redaktionelle indhold er blevet udsat for i kommercielt øjemed, tyder det på, at der foreligger skjult reklame.

Prisoverrækkelsesstolen er i billedet hver gang, der uddeles en pris, hvilket er ofte og længe. Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der ved placeringen af logoet for teleselskabet 3 på prisoverrækkelsesstolen sker en fremhævelse af logoet, som er uberettiget i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold, idet et teleselskab ikke har en naturlig og tæt sammenhæng med en musikbegivenhed. Placeringen af logoet er således ikke nødvendig for arrangementets afvikling, men har udelukkende et kommercielt formål.

TV 2/Danmark A/S er af den opfattelse, at stationen ikke kan gøres ansvarlig for lovovertrædelser, der har med arrangementet at gøre, idet TV 2/Danmark A/S rolle i begivenheden kan sammenlignes med sportsbegivenheder, hvor tv-stationer alene erhverver transmissionsrettigheder. TV 2/Danmark A/S er af den opfattelse, at der skal skelnes mellem IFPI Danmark, som er arrangør af begivenheden og dennes sponsorer, teleselskabet 3, og mellem TV 2/Danmark A/S, som blot transmitterer begivenheden og således ikke har haft nogen indflydelse på placeringen af logoet for 3 på prisoverrækkelsesstolen.

Radio- og tv-nævnet finder, at situationen ikke kan sammenlignes med Nævnets praksis om, at tv-stationer lovligt må transmittere sportsskampe, der indeholder bandereklamer, da TV 2/Danmark A/S i nærværende sag har haft indflydelse på arrangementet bl.a. ved at stationen under forberedelsen er blevet løbende informeret om indholdet af showet. TV 2/Danmark A/S ville kunne udøve indflydelse på arrangementet i form af sin samarbejdsaftale med Foreningen IFPI Danmark. Dette står i modsætning til visse sportsbegivenheder, som afholdes uden tv-stationens indflydelse, og som finder sted uanset, om den vises i fjernsynet eller ej.

Det er herefter Radio- og tv-nævnets opfattelse, at TV 2/Danmark A/S ikke blot kan henvise til, at man ikke er arrangør af begivenheden og dermed ikke har indflydelse på fx skjult reklame. TV 2/Danmark A/S bør i sin aftale med arrangøren om at transmittere begivenheden sørge for, at lovens regler om skjult reklame m.v. bliver overholdt.

På baggrund af ovenstående træffer Radio- og tv-nævnet følgende

**AFGØRELSE:**

Udsendelsen ”Danish Music Awards” indeholder skjult reklame og overtræder radio- og fjernsynslovens § 72 og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1.

H. H. Brydesholt  
fg. formand

Christina Sigvardt/  
nævnsekretær