

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

RADIO- OG TV-NÆVNET

København den 16. november 2004

Klage over skjult reklame i "Go'aften Danmark" sendt på TV 2

Jørgen Larsen har ved mail af 2. september 2004 klaget over et indslag om Monrad og Rislund i "Go'aften Danmark", sendt på TV 2/ Danmark A/S den 31. august 2004, der efter hans opfattelse indeholdt skjult reklame, idet komikerparret i forbindelse med et interview i studiet i relation til deres 30 års jubilæum fik mulighed for at omtale deres nyudgivne CD.

TV 2/Danmark A/S har den 23. september afgivet hørings svar vedlagt en kopi af "Go'aften Danmark".

Programmet blev sendt direkte og begynder med et indslag af en varighed på næsten 8 minutter om Monrad og Rislund. Studieværten Hans Pilgaard indleder udsendelsen med en præsentation af komikerparret, hvorefter der vises klip fra Monrad og Rislunds ankomst til en pladereception tidligere på dagen, i anledning af at komikerparret samme dag udkom med en CD i forbindelse med deres jubilæum. I indslaget oplyser en speak, at den nye CD har titlen "Det store triumftog", og at den indeholder 5 CD'ere og 1 DVD med højdepunkter fra deres karriere. Derefter sendes igen direkte fra studiet, hvor Monrad og Rislund bliver interviewet af studieværten. Interviewet omhandler hovedsagelig komikerparrets karriere, der suppleres med nogle små indslag. I studiet hænger en fladskærm der viser coveret af den nye CD.

Midt i interviewet udtaler Rislund: " Vi er her for at glæde og behage, og så skal vi jo til sagen – jeg tænker på vores jubilæumsudgivelse".

Dertil svarer studieværten: " I vil gerne have denne her omtalt –jamen altså skal jeg ikke holde jer tilbage, Jan Monrad, værsgo – det skal ikke være en tale til nationen, men vi kan sagtens overlade stolen til dig for en kort bemærkning, hvis du mener, du har noget at sige".

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet
.dk
www.mediesekretariate
t.dk

CVR nr. 11 88 46 52

J.nr.:

Efter Monrads tale, som ikke omhandler deres CD, bliver stolen overladt til Rislund, med en bemærkning fra studieværten om, at han skal passe på, at det ikke virker for kommercielt, idet seerne i givet fald zapper væk.

Rislund udtaler derefter: "Det er således, at den landsdækkende komikerduo Monrad og Rislund har udgivet et statement – et manifest over deres 30årige virke, som jo viser i hvilket omfang de har været underkendt i hele deres virke, og i hvilket omfang andre og langt mere lødige entertainere og komikere har profeteret deres virke – ført sig frem – på deres bekostning, skummet fløden og scoret kassen og i det hele taget gjort sig til". Der zoomes for en kort bemærkning ind på CD'en under hans tale.

Studieværten: "Nu er det tid til at overtage stolen igen. Det kommer til at virke en anelse selvsmagende, hvis vi fortsætter."

Rislund: "Det tror jeg ikke. Det er forbrugerinformation."

Fire gange i løbet af indslaget vises nogle "fakta-bokse" nederst på skærmen med informationer om Monrad og Rislund. "Fakta-boksene" indeholder følgende oplysninger:

- 1) "I dag udkommer Monrad og Rislunds 30 års jubilæumsudgivelse "Det store triumftog".
- 2) "Det store triumftog" indeholder 5 CD'er med sange og sketches og en DVD".
- 3) "Monrad og Rislunds første single kom i 1974 og hed "Kød på bordet"
- 4) "I dag udkommer Monrad og Rislunds 30 års jubilæumsudgivelse "Det store triumftog".

Den sidste "fakta-boks" står på skærmen i 49 sekunder.

Høring

TV 2/ Danmark A/S oplyser i sit høringssvar af 23. september 2004 følgende:

"Programserien "Go'aften Danmark" produceres af Nordisk Film A/S TV Produktion i entrepris for TV 2/Danmark A/S.

Klagen har været forelagt producenten til udtalelse, og TV 2 /Danmark A/S skal bl.a. på baggrund af oplysninger herfra bemærke følgende:

"Go'aften Danmark" er et magasinprogram, der udsendes direkte alle hverdage, og som tager dagsaktuelle og kulturelle emner op til debat og diskussion. Som led i dækningen af kulturlivet indeholder "Go'aften Danmark" lejlighedsvis indslag om bøger, film, musik, teater, design, livsstil m.v.

Baggrunden for komikerparret Monrad og Rislunds medvirken i programmet den 30. august 2004 var deres 30 års jubilæum, som de i øvrigt selv fejrede med udgivelsen af en ny cd. "Go'aften Danmark" -redaktionen valgte at invitere komikerparret i studiet efter en redaktionel beslutningsproces havde vurderet, at det var relevant og interessant at interviewe komikerparret i anledning af jubilæet, bl.a. med henblik på at få belyst, hvorledes de to komikere havde håndteret et så nært samarbejde gennem en så lang årrække.

TV 2/Danmark A/S må på det skarpeste tage afstand fra, at interviews af udøvende kunstnere i sådanne tilfælde udgør "reklame" i radio- og fjernsynslovgivningens forstand, og at indslag og interviews med pladeaktuelle kunstnere alene kommer i studiet, hvis det ud fra en redaktionel vurdering findes relevant at beskæftige sig med.

Komikerparrets oplysninger om deres nye cd fremkom i forbindelse med, at studieværten på et tidspunkt overlod sin stol først til Jan Monrad og derefter Søren Rislund. Det kan oplyses, at studieværtens overladelse af sin stol til komikerparret ikke indgik som et led i den plan, som "Go'aften Danmark"-redaktionen havde lagt for interviewet. Ideen opstod hos studieværten under interviewet.

Overladelsen af studieværtens stol til de to komikere indebar naturligvis en vis uforudsigelighed, som den ene komiker således benyttede til at fremkomme med oplysninger om deres samarbejde og den netop udgivne cd. Dette var imidlertid ikke en del af det af redaktionen planlagte interview, og direkte udsendelser som den foreliggende indebærer altid en risiko for, at et interviewet ikke udvikler sig som planlagt.

TV 2/Danmark A/S finder tillige, at de to komikers oplysninger om deres cd-udgivelse skete på en så humoristisk og selvironisk måde, at indslaget ikke hermed kom til at fremstå som en egentlig reklame for komikerparrets cd.

TV 2/Danmark A/S skal imidlertid beklage, at Jørgen Larsen har opfattet det således, ligesom TV 2/Danmark A/S betragter indslaget som et enkeltstående tilfælde, som adskiller sig væsentligt fra den måde, hvorpå sådanne indslag normalt foregår.”

Nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 om radio- og fjernsynsvirksomhed, behandlet sagen på sit møde den 10. november 2004 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 reklamebekendtgørelsen. 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, 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 vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v. Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om ”Fjernsyn uden grænser” i forbindelse med tv-reklamer (2004/c 102/02), 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 den pågældende vare

fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i udsendelser, disse elementer indsættes i. Hvis en vare 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.

TV 2/Danmark A/S oplyser i sit høringssvar, at baggrunden for komikerparrets medvirken i programmet var deres 30 års jubilæum, som blev fejret med udgivelsen af den ny CD. Formålet med interviewet med Monrad og Rislund var at få belyst, hvorledes de to komikere gennem en så lang år-række har håndteret et så nært samarbejde.

På baggrund heraf er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at det er naturligt og uundgåeligt, at CD'en vil få en del omtale i løbet af indslaget uden at denne omtale får karakter af skjult reklame, idet der er tale om almindelig, dagsaktuel forbrugerinformation af kulturel karakter.

Nævnet finder således, at episoden, hvor Rislund overtager studieværtens stol for at omtale CD'en, ligger indenfor grænsen for, hvad der er almindelig forbrugerinformation uanset, at der er sket en fremhævelse og fokusering af CD'en. Der er tale om en direkte udsendelse, hvor der skal være plads til spontanitet og kreativitet. Yderligere skal det bemærkes, at uforudsigeligheden som præger en direkte udsendelse, bliver endnu større, når man har et komikerpar som Monrad og Rislund i studiet, der lever af at være humoristiske og dermed også uforudsigelige.

Radio- og tv-nævnet anser heller ikke visningerne af CD coveret for at være skjult reklame, da det indgår i en naturlig kontekst.

Radio- og tv-nævnet finder imidlertid, at fakta-boksenes gentagne indrykninger og informationer om udgivelsen af CD'en går ud over grænsen for lovlig forbrugerinformation. Dels fokuseres der i unødigt grad på udgivelsen af CD'en frem for jubilæet, dels står informationerne - i navnlig den sidste "fakta-boks" - uforholdsmæssigt længe på skærmen. Hertil kommer at "fakta-boksene" ikke er spontant opståede episoder, ligesom der ej heller kan henvises til nogen særlig formildende form for humor i denne hen-seende.

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

AFGØRELSE:

Udsendelsen "Go'aften Danmark" sendt den 23. september 2004 på TV 2 er i strid med § 72, i lov om Radio- og fjernsynsvirksomhed og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1.

Christian Scherfig
formand

/Christina Sigvardt
nævnsekretær