

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

Jørgen Larsen
Brønds Alle 42
8700 Horsens

København den 12. august 2004

Klage over skjult reklame i udsendelsen "Go'morgen Danmark"

Jørgen Larsen har ved mail af 2. april 2004 klaget over, at der forekommer skjult reklame i "Go'morgen Danmark", idet programmet bl.a. viser indslag om øl, vin, bøger, film m.v., hvori kun udvalgte mærker, forfattere m.v. omtales.

TV 2 Danmark A/S har med sit hørings svar indsendt et videobånd indeholdende 3 forskellige indslag i "Go'morgen Danmark".

I første indslag anmeldes to film "The Passion of The Christ" og "Terkel i knibe". Filmanmelderen starter med at give et objektivt resumé af "The Passion of The Christ", og i denne forbindelse vises klip fra filmen. Derefter kommer han med sin professionelle og personlige mening om filmen, og til sidst giver han filmen et antal stjerner. Samme fremgangsmåde bruges ved "Terkel i knibe".

Næste indslag omhandler påskebryggen, der fylder 99 år i år. En Oldemand fra danske ølskribenters laug er i studiet for at fortælle om påskebryggens historie. I den forbindelse er der opstillet 8 påskebryg på en række, med øletikkerne vendt mod kameraet. De 8 påskebryg består af én Carlsberg, én Albani, én Tuborg, to Hancock og en bornholmsbryg. Oldemanden starter med at fortælle om påskebryggens oprindelse, hvorefter tv-værten og oldemanden skal smage på den mest solgte øl og den stærkeste øl. Den mest solgte øl er Tuborg "Gylden", og de beskriver den som mørk, skumholdig og klar med en alkohol procent på 5,6. Derefter smager de en Hancock øl, som er den stærkeste, de beskriver den som lysere, hvilket ikke har noget med styrken at gøre, og at det er sprittet i smagen. Tv-værten udtaler, at nu skal der ikke smages på flere, men nu skal seerne se den royale nyhed, som bliver lanceret i forretningerne den 29. marts, men som "Go'morgen Danmark" allerede har i dag. Bryllupsbryggen hedder "Crown", og omtales som en perlende bryllupsbryg, som er brygget i anledning af det kongelige bryllup den 14. maj. Øllen, som ikke står blandt de andre, tages frem og Oldemanden oplyser, at den består af maltbyg fra Schackenborg og humle fra Tasmanien, hvilket er en fantastisk kombination af Danmark og Australien.

MEDIESEKRETARIATET

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

CVR nr. 11 88 46 52

Tv-værten opfordrer Oldermænden til at åbne øllen og stille den frem så seerne også kan få glæde af den, så de kan kende den, når de kommer ud i forretningerne. Oldermænden fortæller, at den fra på fredag er i visse forretninger og restauranter, og den er lys og er tilsat ekstra kultsyre, og den perler ligesom champagne. De smager på den og beskriver den som mild og let og en god sommerøl, som vil være god til 14. maj. Oldermænden oplyser i den forbindelse, at den kun brygges i begrænset omfang, så det er om at købe den, mens den er der. Tv-værten spørger, om det er en god investering, hvis man køber et parti, således at den opnår samler værdi. Oldermænden svarer, at dette kan blive tilfældet, da den jo kun brygges i begrænset oplag. Tv-værten afslutter indslaget med at sige, at "Crown" er på markedet den 29. marts, og at "Go'morgen Danmark" er glade for at have haft verdenspremiere på den her i dag.

Sidste indslag omhandler forfatter og journalist Leif Davidsen, som har 20 års jubilæum, og som for nylig er udkommet med bogen "Fjenden i spejlet". I indslaget fortæller han om starten på sit forfatterskab, hvad der driver ham til at skrive og om, hvordan hans arbejdsmetoder er. Han har skrevet 8 romaner, og afslutter med at fortælle meget kort om sin nye bog. Tv-værten fortæller til slut, at bogen har fået gode anmeldelser.

TV 2 Danmark A/S har i brev af 28. april 2004 oplyst, at "Go'morgen Danmark" produceres af Skandinavisk Film Kompagni A/S i entrepris for TV 2 / Danmark A/S og bl.a. på baggrund af oplysninger herfra skal TV 2 / Danmark A/S bemærke følgende:

TV 2 / Danmark A/S finansierer fuldt ud produktionsomkostningerne til "Go'morgen Danmark", og programmerne modtager derfor ikke sponsorstøtte hverken i form af pengebeløb eller naturalier.

"Go'morgen Danmark" er et dagligt magasinprogram, der tager såvel aktuelle som kulturelle emner op til behandling.

Programmerne indeholder løbende indslag, som afspejler danskernes livsstil på forskellige områder. Indslagene omhandler eksempelvis madlavning, mode, design, biler, boligindretning, øl og vin, ligesom kulturelle emner som fx film og bøger tages op til debat.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "Go'morgen Danmark" ca. hver anden uge indeholder et indslag om vinsmagning. Hver fredag indeholder programmerne indslag om film, mens indslag om øl indgår lejlighedsvis, ikke efter noget fast mønster. Indslag om bøger og andre kulturelle emner indgår herudover jævnlige som en del af programmet.

Indslagene om de pågældende emner tager udgangspunkt i en forbrugervinkel med det formål at give seerne inspiration i dagligdagen med gode råd på forskelli-

ge områder. Vinklen kan bl.a. være at oplyse om, hvorledes man opnår det bedste produkt for prisen.

Emnerne for det enkelte indslag om øl, vin film, bøger m.v. besluttet af "Go'morgen Danmark's" redaktion i forbindelse med en redaktionel beslutningsproces, som er uden forretningsmæssig eller anden i sammenhængen upassende, kommerciel forbindelse med de enkelte fabrikaters producenter.

TV 2 Danmark A/S er derfor at den opfattelse, at der således ikke varetages kommercielle hensyn ved udvælgelsen af de produkter, der omtales i programmerne, idet beslutningen om hvilket produkter, der skal anmeldes eller omtales, alene træffes på baggrund af en konkret vurdering af det pågældende produkts relevans og interesse for danske forbrugere.

Både øl, vin, film og bøger bliver i programmet vurderet efter såvel objektive kriterier som subjektive tilkendegivelser, og bedømmelsen kan være både positiv og negativ. Akkurat som det er tilfældet, når andre tv- og radioudsendelser og dagbladsartikler foretager en redaktionel anmeldelse eller omtale af forskellige produkter.

TV 2 Danmark A/S oplyser endvidere, at der i forbindelse med indslag af denne karakter altid må foretages en redaktionel udvælgelse, og det forhold, at der i et indslag alene anmeldes et nærmere afgrænset udvalg af de mærker, der er på et givet område, er ikke begrundet i kommercielle hensyn, men alene i redaktionelle og praktiske hensyn. Det er eksempelvis ikke muligt i et indslag at anmelde eller omtale alle ølmærker. Det indebærer, at der må foretages en udvælgelse blandt de ølmærker, der forefindes på markedet. I denne udvælgelse foreligger der ingen kommercielle hensyn, idet udvælgelsen sker som led i en redaktionel beslutningsproces ud fra en konkret vurdering af, hvad der kunne være interessant for seerne at få oplysning om. På den baggrund sker der således ikke nogen forfordeling af nogen mærker i forhold til andre.

På baggrund af ovennævnte afviser TV 2 Danmark A/S, at "Go'morgen Danmark" indeholder skjult reklame for øl, vin film og bøger m.v.

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i lov nr. 1052 af 17. december 2002 om radio- og fjernsynsvirksomhed behandlet sagen på sit møde den 11. august 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 bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsering i radio og fjernsyn. Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne, jf. § 4, stk. 1, 1. pkt. i reklamebekendtgørelsen og § 73, stk. 1, 1. pkt. i radio- og fjernsynsloven.

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 ret 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, at ”Go’ morgen Danmark” indeholder et indslag med filmanmeldelser hver fredag.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at indslaget om filmanmeldelserne ikke er at betragte som skjult reklame, idet der er tale om almindelig forbrugerinformation. Filmanmelderen holder filmanmeldelsen på et sagligt og professionelt niveau, og giver i sidste ende en kritik af filmen, som ikke altid er positiv, hvorefter en sådan anmeldelse ikke nødvendigvis er god reklame for filmproducenterne. Det står Nævnet klart, at det ikke fra tv-stationens side er muligt, at omtale alle nye film, men at stationen må foretage et valg om, hvilke film der kan være interessante at omtale.

Hvad angår indslaget om påskebryggens 99 års fødselsdag, finder Radio- og tv-nævnet, at omtalen af de 8 øl er normal forbrugeroplysning, idet Oldermænd blot kommer med faktisk oplysninger om de opstillede øl. Oldermænd og tv-

værten vælger at smage to af øllene, hvis farve, skumning og smag de kommenterer. Dette forekommer som en naturlig del af indslaget uden at virke kommercielt.

Det er dog efter Nævnets opfattelse mere tvivlsomt om omtalen af den nye bryllupsbryg "Crown" går ud over det tilladte.

Præsentationen af "Crown" skiller sig ud i forhold til præsentationen af de andre øl. Tv-værten og Oldermændene fremhæver "Crown" bl.a. ved, at den ikke står blandt de andre øl, men efterfølgende tages frem. Herudover får "Crown" en væsentlig længere og mere dybdegående omtale end de andre øl, og den bliver omtalt i meget rosede vendinger. Tv-værten gør herudover opmærksom på, hvornår den kan købes i butikkerne, og han opfordrer Oldermændene til at åbne øllen og stille den frem, så seerne også kan få glæde af den, så de kan kende den, når de kommer ud i forretningerne. Oldermændene oplyser, at "Crown" kun brygges i begrænset omfang, så det er om at købe den, mens den er der, hvorefter tv-værten spørger, om det er en god investering, hvis man køber et parti, således at den opnår samler værdi.

For at vurdere om der er tale om skjult reklame, skal der tages stilling til, om der sker en uberettiget fremhævelse af "Crown". Der er efter Nævnets opfattelse ingen tvivl om, at der er sket en fremhævelse af øllen, og at den massive omtale umiddelbart har et kommercielt islæt. Imidlertid foretages fremhævelsen i en sammenhæng med en forestående begivenhed nemlig det royale bryllup den 14. maj, hvorfor fremhævelsen anses for berettiget, idet den foretages i en passende kontekst. Øllen lanceres således i et begrænset antal i den ganske korte periode i forbindelse med brylluppet. Historien bag produktet er, at der er tale om en øl, der består af maltbyg fra brudgommens brors slot og humle fra brudens hjem. Yderligere skal det nævnes, at der ikke er noget der tyder på, at TV 2 har fremhævet "Crown" for at promotere Carlsberg. Udfra en samlet vurdering, finder Radio- og tv-nævnet derfor, at omtalen af "Crown" er berettiget.

Nævnet finder ligeledes ikke, at der er tale om skjult reklame i indslaget om forfatteren Leif Davidsen og dennes bog "Fjenden i spejlet", da bogen kun omtales i meget sparsomme vendinger, og der ikke er sket en uberettiget fremhævelse af bogen, på trods af tv-værten anprisning af bogen.

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

AFGØRELSE:

Der forekommer ikke skjult reklame for øllen ”Crown” i TV 2 / Danmark A/S’s ”Go’morgen Danmark”.

Hans Henrik Brydesholt
Fg. formand

/Christina Sigvardt
nævnssekretær