

DR  
TV-Byen  
2860 Søborg

Peter Grosell's Antikvariat  
Læderstræde 15  
1201 København K.

København den 17. juni 2004

**Klage over skjult reklame i udsendelsen "Hvad er det værd?" sendt på DR**

MEDIESEKRETARIATET

Peter Grosell's Antikvariat har i mail af 6. maj 2004 klaget over skjult reklame i DR's udsendelse "Hvad er det værd?". Klager er af den opfattelse, at der forekommer skjult reklame i udsendelsen, når det ved vurderingsindslagene bliver vist, hvilke firmaer eksperterne repræsenterer. Klager mener, at dette forstærkes ved, at repræsentanter fra Bruun Rasmussens Kunstauktioner foretager vurderinger i 3 ud af 4 tilfælde i samme udsendelse. Klager mener, at firmaet herved opnår skjult reklame, idet firmanavnet bliver nævnt adskillige gange i løbet af en udsendelse, uden der betales herfor.

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

DR har med sit høringssvar indsendt to videobånd med udsendelsen "Hvad er det værd?" sendt henholdsvis den 27. april og den 4 maj. 2004.

I udsendelsen sendt den 27. april 2004 vurderes 4 genstande. Ved hver vurdering angives vurderingseksperternes navn og firmanavn med hvide bogstaver nederst på skærmen. Dette vises to gange under den enkelte vurdering, men i meget kort tid. Herudover optræder firmanavnene ikke i udsendelsen heller ikke i rulleteksterne.

Første vurdering foretages af Henrik Münter-Swenden, som kommer fra Museumsbygning Kunstauktioner.

De sidste 3 vurderinger foretages alle af Bruun Rasmussen Kunstauktioner, men firmaet repræsenteres af 3 forskellige personer.

Samme fremgangsmåde benyttes i udsendelsen den 4. maj 2004, men her vurderes kun 3 genstande. Genstandene vurderes af henholdsvis Frederiksberg Auktionshus, Books and Music, Soelberg kunst & Antikvitetshandel.

DR har i høringssvar af 24. maj 2004 oplyst, at samme klager tidligere har klaget over "Hvad er det værd?" til Kulturministeren, der sendte klagen til direkte besvarelse i DR. Klagen omhandlede dels benyttelsen af et konkret auktionsfirma i programserien dels den konkurrenceforvridende effekt denne benyttelse, ifølge klagen, har i forhold til de øvrige aktører på markedet.

DR har vedlagt Peter Grosells brev samt DR's svar til orientering.

DR oplyser, at stationen i forbindelse med den nævnte tidligere klage foretog en optælling af de seneste 15 programmer, og der var i alt 62 vurderingsindslag, foretaget af 11 forskellige firmaer. Af disse 62 indslag blev de 25 (40%) foretaget af eksperter fra Bruun Rasmussen, mens de resterende 37 vurderinger (60%) blev foretaget af eksperter fra andre firmaer. Med til billedet hører desuden, at der blandt eksperterne fra Bruun Rasmussen findes to eksperter, der ved programseriens begyndelse arbejdede i et nu nedlagt auktionshus.

DR konkluderer, at det altså reelt er under halvdelen af vurderingerne, der foretages af eksperter fra Bruun Rasmussens Kunstauktioner.

DR oplyser endvidere, at når Bruun Rasmussens Kunstauktioner alligevel anvendes forholdsvis ofte skyldes det alene, at netop dette firma med tiden har oparbejdet en markant – både kvalitativ – indflydelse på markedet. Det betyder, at såfremt man seriøst ønsker at beskæftige sig med vurdering af brugte effekter/antikviteter, - som i "Hvad er det værd?" – er Bruun Rasmussen umulig at komme uden om.

DR bekræfter, at det er korrekt, at ingen af de medvirkende vurderingseksperter modtager betaling for deres medvirken i programmet. Det skyldes at ydelsen, altså den vurdering som eksperterne leverer i programmet, normalt er gratis.

DR oplyser, at baggrunden herfor er, at hvis en privatperson henvender sig til et auktionshus med en genstand han/hun ønsker at få vurderet, vil den serviceydelse normalt ikke koste penge. Det samme gælder vurderinger hjemme hos privatpersoner. Også den slags vurderinger foretages oftest uden beregning.

DR anfører, at hvis DR betalte auktionshusene for de enkelte vurderinger ville det derfor betyde en udgift for DR, som private ikke skulle betale for.

DR oplyser, at alle de medvirkende vurderingseksperter angives med navn og firmanavn. Årsagen hertil er et ønske om seerservicering og hensynet til de andre medvirkende auktionshuse. Når en ekspert har foretaget en vurdering af en kon-

kret genstand, sker det ofte, at seere – på trods af firmaangivelsen – ringer til et lokalt auktionshus og ønsker at få solgt en beslægtet genstand – til den samme pris, som blev angivet i tv-programmet. I den sammenhæng har eksperterne selv bedt om at få angivet firmanavn, således at hele auktionsbranchen ikke nødvendigvis ”hænger” på en konkret vurdering – foretaget af en bestemt ekspert.

DR oplyser, at stationen har den fulde frihed til helt konkret at vælge netop de medvirkende, der fungerer bedst i programmet ud fra tv-redaktionelle overvejelser. Som en del af denne redaktionelle frihed, må DR også have retten til at fravælge ekspertkilder – uanset disse personers stærke ønske om at måtte medvirke i programmet.

Det er desuden DR's holdning, at netop det forhold, at der i programserien ikke blot optræder én, men flere eksperter fra mange forskellige firmaer – store som små – understøtter seriens troværdighed og programredaktionens oprigtige forsøg på at undgå berettiget anklager om forfordeling af bestemte kilder.

Slutteligt oplyser DR, at stationen ikke har indgået sponsoraftaler i forbindelse med produktionen og udsendelsen af ”Hvad er det værd?”.

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 16. juni 2004 og skal **udtale**:

DR oplyser i sit høringssvar, at stationen ikke har indgået sponsoraftaler i forbindelse med produktionen og udsendelsen af ”Hvad er det værd?”, hvorfor sponserreglerne ikke finder anvendelse.

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. 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, va-

remærke 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 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.

Det faktum, at de medvirkende vurderingsekspertter angives med navn og firmanavn, finder Radio- og tv-nævnet ikke udgør skjult reklame, idet angivelsen er kort og neutral, og da der er tale om en brugbar oplysning til seerne, som ikke virker unaturlig og kommerciel i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold. Der er dermed ikke sket en uberettiget fremhævelse af vurderingsekspertternes firmanavne, selvom en sådan angivelse har en vis kommerciel værdi for firmaerne.

Hvad angår den hyppigere brug af Bruun Rasmussens Kunstauktioner som vurderingsekspert, er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at det, at ca. 40 % af vurderingerne i udsendelserne foretages af Bruun Rasmussens Kunstauktioner, ikke giver anledning til problemer. Grunden hertil er, at Bruun Rasmussens Kunstauktioner er et stort og anerkendt auktionshus, hvorefter det er naturligt, at dette firma vil optræde hyppigere end andre mindre auktionshuse. Nævnet skal dog i denne forbindelse opfordre DR til at være opmærksomme på denne problemstilling, således at stationen fortsat så vidt muligt sørger for en vis alsidighed ved valget af vurderingsekspertter, som allerede gjort i udsendelsen af 4. maj 2004, som ikke indeholdt vurderingsekspertter fra Bruun Rasmussens Kunstauktioner.

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

**AFGØRELSE:**

DR's udsendelse "Hvad er det værd?" er ikke i strid med radio- og fjernsynslovens § 72 og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1.

H. H. Brydenscholt  
fg. formand

Christina Sigvardt/  
nævnssekretær