

DR
TV-Byen
2860 Søborg

København den 3. marts 2004

Skjult reklame i Søndagsmagasinet

På baggrund af klage af 11. januar 2004 fra Peder Meyhoff om skjult reklame for Coca-Cola og Marsbar i et indslag i Søndagsmagasinet sendt den 11. januar 2004, har Radio- og tv-nævnet besluttet at tage sagen op, og anmodet DR om en redegørelse, herunder oplysninger om, hvorvidt Coca-Cola eller Marsbar har sponsoreret udsendelsen, og om udsendelsen har andre sponsorer.

DR har med sit høringssvar indsendt et videobånd med søndagsmagasinet sendt den 11. januar 2004.

Udsendelsen handler om Jens Martin Knudsen, som er forsker i planten Mars. Indslaget rapporterer om Haurum, hvor Jens Martin Knudsen er vokset op, for at interviewe flere af hans gamle venner. Rapporteren kører i bil til Haurum, som ligger i Østjylland, og til turen køber han to Marsbar og en halv liter Coca-Cola på en tankstation. Man ser rapporteren tage en Coca-Cola i køleskabet og to Marsbars, hvorefter varerne lægges på disken.

Senere i udsendelsen deler rapporteren en Marsbar med en præst, som han interviewer.

Indslaget afsluttes med at rapporteren kører væk i sin bil, og man ser et tomt marspapir liggende efterladt i sneen. Der zoomes ind på papiret, hvorefter indslaget slutter.

DR har i brev af 12. februar 2004 oplyst, at det er korrekt, at der i indslaget om planten Mars og professor Jens Martin Knudsen indgår billeder af en Marsbar og af en Cola. Stationen oplyser, at indslaget er produceret som en slags "roadmovie", hvor Søndagsmagasinet tager til Haurum i Østjylland for at finde svar på livets store spørgsmål herunder om, der er liv på Mars. Stationen oplyser endvidere, at Mars-forskeren, Jens Martin Knudsen, stammer fra byen Haurum og, det er derfor, denne by danner rammen om indslaget.

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

Stationen oplyser yderligere, at rapporteren, for at ruste sig til turen, bevæbner sig med en Cola og to Marsbar, fordi man jo skal have noget brændstof med, når man skal ud på en længere rejse. At det lige er en Coca-Cola beror på en tilfældighed, det er noget masseproduceret noget man tager med i farten. De to Marsbarer er, som navnet antyder, valgt fordi temaet er Mars. Marsbarerne bliver senere delt med præsten i Haurum i en snak om det uendelige, hvor interviewet mere skal virke som en hyggestund end et ”klassisk” interview.

Søndagsmagasinet oplyser, at man ikke har modtaget sponsormidler fra nogen producenter eller distributører af de nævnte produkter og at Søndagsmagasinet ikke benytter sig af sponsorer på nogen måde.

I det konkrete tilfælde er der alene tale om et fortælleteknisk valg, som man kan vælge at lide eller lade være.

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 26. februar 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. reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, og radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1.

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.”

I det omhandlede indslag vises Marsbarerne 3 gange. Første gang på tankstationen, hvor kameraet zoomer tæt ind på Marsbarerne, så seerne ikke er i tvivl om, hvilket mærke der er købt. Senere deler rapporteren en Marsbar med præsten, men det er kun muligt at vide, at det er en Marsbar de deler, fordi seeren har set købet af Marsbaren. Endeligt zoomer kameraet tæt ind på det tomme Marsbar papir, der ligger efterladt i sneen. På baggrund heraf er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der er sket en visuel fremhævelse af Marsbarene.

Spørgsmålet er herefter, om fremhævelsen er tilsigtet fra DR's side i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse.

Ifølge DR's høringssvar er indkøbet af de to Marsbars bevidst, idet indslaget tema er planten Mars. Fremhævelsen af Marsbarene er derfor tilsigtet fra DR's side. Det er dog tvivlsomt, om fremhævelsen er tilsigtet fra DR i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse. Søndagsmagasinet benytter ikke sponsorer, hvorefter DR ikke får nogen økonomisk gevinst ud af at benytte Marsbars i programmet. På den anden side er brugen af Marsbar ikke nødvendig for at formidle udsendelsens budskab/historie. Imidlertid er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der bør gives stationerne et vist spillerum for kreativitet og humor. På baggrund heraf er det ud fra en samlet konkret vurdering Nævnets opfattelse, at brugen af Marsbar i udsendelsen ikke er i strid med reklamereglerne.

Udover de to Marsbarer købte rapporteren en halv liter Coca-Cola til turen. Man ser rapporteren tage en Coca-Cola fra køleskabet og sætte den på disken. Herudover vises Colaen ikke i indslaget. DR oplyser, at købet af Coca-Cola beror på en tilfældighed, idet det er en masseproduceret drik, som er noget man tager med i farten. Radio- og tv-nævnets opfattelse er, at der ikke er sket en fremhævelse af Colaen der er ud over det sædvanlige, idet der ikke er tale om, at Colaen eksponeres stærkt og langvarigt ved hjælp af kameraføring.

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

AFGØRELSE:

Der er i DR's Søndagsmagasin ikke sket en overtrædelse af § 72, i radio- og fjernsynsloven og reklamebekendtgørelsens § 3, stk.1.

H. H. Brydenscholt
fg. formand

/Christina Sigvardt
nævnsekretær