

DR  
TV-BYEN  
2860 Søborg

København den 13. januar 2006

**Klage over skjult reklame for Politikens "At Tænke Sig 2004" i  
Deadline på DR2**

Svend Aage Hansen har ved brev af 16. januar 2005 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over skjult reklame i programmet "Deadline" på DR2 sendt den 23. december 2004 klokken 22.30.

Svend Aage Hansen begrundet klagen med, at omtalen og visningen af bogen "ATS 2004" gik over grænsen for almindelig forbrugeroplysning.

DR har tilsendt Radio- og tv-nævnet en vhs-kopi af Deadline, som blev sendt på DR 2 den 23. december 2004 klokken 22.30.

Værten indleder med følgende:

*"Panik, panik, panik...Julegaverne er i hus –men hvad med mandelgaven? Hvem sørger for mandelgaven? Og hvad skal man dog finde på? Deadline gi'r et tip med hjælp fra At Tænke Sigs Erling Brokkendorf og Fru Elvira Mortensen.*

*Og mer' panik: Socialdemokraterne og de radikale lancerer ny udlændingepolitik, som skal vise hvor enige de to partier er hér lige før et valg –måske –banker på. Vurdering følger lige om lidt."*

Herefter vises forskellige nyhedsindslag.

Som oplæg til indslaget om "ATS" siger værten:

**Mediesekretariatet**

Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon 3318 6868  
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk  
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank  
Reg.nr. 8109  
Konto nr. 1002 295

*" De sidste julegave er i hus –de fleste af os ånder lettet op –og kommer så i tanke om mandelgaven...Hvem var det nu, der sku' sørge for mandelgaven??? Panik, panik, panik...*

*Men der er håb forude –velassorterede kiosker på al landets jernbanestationer har måske åbent i morgen – og dér sku' der være gode chancer for at få fat i en mandelgave, som har selveste statsministerens bevågenhed."*

Derefter vises kort et udklip af en "ATS" avisartikel, efterfulgt af et udsnit fra Statsminister Anders Fogh Rasmussens tale i forbindelse med "ATS" 70 års jubilæum 11. marts 2002. Indslaget med Statsministeren afbrydes kort af et blåt skilt med en hvid cirkel, hvori teksten "ATS" er skrevet med store hvide bogstaver.

Efter indslaget med Statsministeren vendes tilbage i studiet, hvor værten Kurt Strand har besøg af de to journalister fra Politiken, der står bag "ATS". Værten viser i den forbindelse kort bogen "ATS 2004" frem foran kameraet.

Indslaget handler om, hvordan "ATS" er blevet til og historien bag karaktererne Erling Brokkendorf og Elvira Mortensen.

Samtidig hermed læser Journalisterne Ole Rasmussen og Gorm Vølver op fra "ATS", som henholdsvis Erling Brokkendorf og Elvira Mortensen.

Det fremgår af indslaget, at karakteren Elvira Mortensen "døde" i løbet af året, og at Politiken derfor udover "ATS 2004" også har udgivet en mindebog om samme. I den forbindelse holder studieværten kortvarigt de to bøger frem foran kameraet.

Indslaget om "ATS" varer ca. 8 minutter og 30 sekunder, og afsluttes med at værten takker journalisterne for at have givet et indblik i, hvordan "ATS" bliver til.

## **Høring**

DR har i høringsvar af 8. februar 2005 følgende kommentarer:

" ....

*DR finder klagen ubeføjet.*

*Deadline er DR 2's daglige nyheds- og debatprogram. Programmet rummer en nyhedsopdatering, en nyhedsanalyse, en debat eller interview om et politisk/økonomisk aktuelt emne og som regel også et interview om nye kulturelle manifestationer som f.eks. bøger, film, musik eller udstillinger. Konceptuelt bygger programmet på en "viewspaper-tradition", som den blandt andet praktiseres i Weekendavisen, hvor skribenterne – i Deadline værterne - har større personligt spillerum, end det er normen i andre journalistiske programmer.*

*Der er således intet usædvanligt i at forfattere, komponister eller instruktører optræder i programmet i forbindelse med nyudgivelser. Der er heller intet usædvanligt i, at programmet som led i den journalistiske formidling giver seerne mulighed for at danne sig et indtryk af et kunstværk ved at tilbyde "smagsprøver" i form af klip eller oplæste uddrag.*

*Det siger sig selv at, at Deadline med 363 årlige udsendelser umuligt kan omtale alle kulturelle udgivelser ligeligt. Der foregår en redaktionel udvælgelse af nogle få værker. Udvalget sker med andre ord ikke i reklameøjemed men ud fra redaktionelle overvejelser og skøn. Den konkrete udgivelse "ATS 2004" rummer en samfundsrelevant politisk satire, der falder i rigtig god tråd med Deadlines kulturelle og politiske univers.*

*Indslaget efterfølger i øvrigt et tidligere indslag, hvor to anmeldere fra henholdsvis Politiken og Weekendavisen anbefaler de udgivelser, som de anser som årets bedste bogudgivelser. Som journalistisk krog til indslaget siger værten i introduktionen til programmet.*

*"Panik, panik, panik..."*

*....*

*Og der sku' være gode chancer for at få fat i en mandelgave, som har selveste statsministerens bevågenhed."*

*Den journalistiske krog er en velkendt metode, der aktualiserer og engagerer seerne ved at knytte an til en situation tæt på seernes liv. Der er samtidig tale om kvalitativ forbrugerinformation om et værk, der omtales som led i Deadlines journalistiske profil, hvilet svarer til de redaktionelle bog anbefalinger, som mange aviser fremsætter i december måned.*

*Et forbud mod sådanne omtaler ville have vidtrækkende konsekvenser for DRs udsendelsesvirksomhed. Filmprogrammer måtte i konsekvens her af ikke opfordre seerne til at se en bestemt film. Diskussioner om bøger måtte ikke rumme opfordringer til at læse bestemte bøger.*

*Ifølge direktiv 89/522 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."*

*Ifølge definitionen indeholder direktivet ikke et absolut forbud mod enhver mundtlig eller visuel henvisning til varer eller tjenesteydelser eller til en vareproducents eller en tjenesteydelsesleverandørs varemærke eller navn. Denne mulighed for at omtale bestemte bøger, film eller varemærker udgør i øvrigt en integreret del af ytringsfriheden.*

*Kommissionen mener, at det kan være nødvendigt at operere med begrebet "uberettiget fremhævelse" af en vare eller en tjenesteydelse eller af en virksomheds varemærke eller navn. Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange uden særlig begrundelse eller fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i de udsendelser, disse elementer indsættes i (tv-aviser, nyhedsmagasiner, spillefilm, osv.). Hvis en vare f.eks. 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 dette på, at der foreligger skjult reklame, fastslår kommissionen.*

*Eftersom*

- Deadlines omtale tjener et sædvanligt redaktionelt formål.*
- Deadlines omtale ikke er sket i reklameøjemed.*
- Deadlines ikke har modtaget vederlag.*
- Deadline ikke har givet denne bog en usædvanlig eller uberettiget fremhævelse.*
- Deadline ikke har vildledt seerne*

*Finder DR klagen ubeføjet og opfordrer nævnet til at afvise klagen."*

## Nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 behandlet sagen på sit møde den 10. januar 2005 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 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 redaktio-

nelle 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.”

Indslaget omhandler bogen ”ATS 2004”, som indeholder Politikens samlede bagsideværker for 2004, og tilblivelsen heraf. I den forbindelse får bogen en del omtale, og bogen vises nogle gange i løbet af udsendelsen. Endvidere vises teksten ”ATS” en enkelt gang af meget kort varighed. Bogen bliver imidlertid ikke omtalt særskilt i rosende vendinger, og der bliver ikke fokuseret langvarigt på hverken bogomslaget eller på ”ATS”. Indledningen til indslaget anfører dog indirekte, at ”ATS 2004” er en god mandelgave.

DR oplyser i sit hørings svar, at udvælgelsen af ”ATS” ikke er sket i reklameøjemed, men ud fra redaktionelle overvejelser og skøn. Den konkrete udgivelse ”ATS 2004” rummer efter DRs opfattelse en samfundsrelevant politisk satire, der falder i god tråd med Deadlines kulturelle og politiske univers.

Endvidere forklarer DR indledningen til indslaget med, at der er en journalistisk krog, der som en velkendt metode, aktualiserer og engagerer seerne ved at knytte an til en situation tæt på seernes liv. DR mener samtidig at der er tale om kvalitativ forbrugerinformation om et værk, der omtales som led i Deadlines journalistiske profil, hvilet svarer til de redaktionelle boganbefalinger, som mange aviser fremsætter i december måned.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at det er naturligt og uundgåeligt, at bogen vil få en del omtale i løbet af indslaget uden, at denne omtale nødvendigvis får karakter af skjult reklame. I sit indhold er der endvidere tale om almindelig, dagsaktuel forbrugerinformation af kulturel karakter.

Indledningen, som indirekte anbefaler ”ATS 2004” som en god mandelgave, er efter Nævnets opfattelse en humoristisk måde at indlede indslaget på.

Radio- og tv-nævnet finder ud fra en samlet vurdering, at omtalen af ”ATS 2004” findes naturlig og berettiget i forhold til udsendelsens redaktionelle

indhold, og dermed ligger inden for grænsen for almindelig forbrugerinformation.

Bogomslaget vises et par gange, uden at der fokuseres unødigt længe på dette, hvilket efter Nævnets opfattelse er berettiget i forhold til at indslaget handler om bogen.

Endelig vises teksten "ATS" med store hvide bogstaver på en blå baggrund en enkelt gang midt i Statsministerens tale. Visningen er af kort varighed, men er imidlertid meget iøjnefaldende. Visningen af "ATS" er efter Radio- og tv-nævnets opfattelse umotiveret og unødvendig i den konkrete redaktionelle sammenhæng. Nævnet finder derfor, at der er tale om skjult reklame.

Afslutningsvis skal det konkluderes, at indslaget bortset fra visningen af "ATS" under Statsministerens tale, ikke indeholder skjult reklame. Som ovenfor anført er der tale om et meget kort klip, men der er ikke desto mindre tale om en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens bestemmelse om skjult reklame.

På baggrund heraf træffer Nævnet følgende

#### **AFGØRELSE:**

Der er skjult reklame for "ATS" i Deadline sendt på DR 2 den 23. december 2004 kl. 22.30 på grund af visningen af teksten "ATS" under Statsministerens tale, og at programmet derfor er i strid med radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1.

Christian Scherfig  
Formand

/Christina Sigvardt  
nævnsssekretær