

TV 2/FYN
Olfert Fischers Vej 31
5220 Odense SØ

København den 28. april 2006

Klage over skjult reklame for IKEA i indslag på TV2/FYN

Tyge Clausen har ved e-mail af 21. december 2005 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med påstand om skjult reklame i et indslag bragt på TV2/FYN den 21. december 2005 i stationens udsendelse kl. 19:30 og i en let forkortet udgave kl. 22:20.

Tyge Clausen anfører følgende i klagen:

"Jeg synes at de indslag, som TV2-Fyn har bragt om en underskriftsindsamling, som firmaet IKEA har iværksat i Odense er utilstedelige.

Jeg mener stationen støtter en enkelt møbelforretning i deres bestræbelser på at blive dominerende på Fyn.

Det kan da ikke være et formål for en alment oplysende Tv-kanal."

TV2/FYN har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med kopi af indslaget, som blev sendt den 21. december 2005 kl. 19:30.

Indslaget indledes med en kort orientering fra studieværten om, at 14.000 fynboer har skrevet under på en underskriftsindsamling til støtte for IKEA's planer om at udvide det eksisterende møbelhus i Odense området.

Efter den korte introduktion klippes til optagelser, som er foretaget tidligere på dagen, hvor indsamlere klædt i tøj med IKEA's logo standser folk på gågaden i Odense for at indhente deres underskrift. En af underskriftsind-

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

samlerne interviewes og tilkendegiver at være blevet mødt med en positiv holdning fra folk på gaden.

I samme klip vises en vox-pop, som TV2/FYN har foretaget på gågaden i Odense, hvor tilfældige personer bliver bedt om at give deres mening om de forestående planer om udvidelsen af varehuset. De adspurgte erklærer alle at være tilhængere af idéen om at udvide varehuset. En af dem bliver spurgt, om ikke varehuset kan blive for stort, hvortil hun svarer nej.

Herefter vises en arkivoptagelse af miljøministeren, mens speakeren forklarer, at Miljøministeriet foreløbig har afvist at give tilladelse til udvidelsen med henvisning til, at der i øjeblikket er nedsat et udvalg, som skal vurdere, hvor store varehuse bør være i fremtiden.

Klipet skifter til billeder fra varehuset og et kort interview med en IKEA medarbejder, der udtrykker sin tilfredshed.

Indslaget afsluttes fra studiet med en bemærkning fra studieværten om, at underskrifterne nu vil blive afleveret til Folketinget.

Høring

TV2/FYN har i hørings svar af 31. januar 2006 meddelt følgende:

"

I indslaget berettes det, at 14.000 fynboer har skrevet under på en henvendelse til miljøministeriet om en udvidelse af IKEA. Det meste af indslaget er optaget i Odenses gågader og kun en mindre del er optaget i IKEA. Endvidere vises der arkivbilleder af miljøministeren.

Der er altså tale om et helt almindeligt journalistisk nyhedsindslag. Det har en oplagt nyhedsværdi, at så mange mennesker erklærer deres støtte til en varehusudvidelse, og at det bekræftes i en vox-pop foretaget akkurat i midtbyens mekka af specialforretninger.

Det afvises, at TV2/FYN dermed støtter IKEA, og at der på nogen måde er tale om reklame.

Nævnet spørger, om IKEA sponsorerer TV2/FYN. Det er ikke tilfældet og har aldrig været det...."

Radio- og tv-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 21. april 2006 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 reklameøjemed 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 sket i reklameøjemed, og den skal kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af fremhævelsen.

Det kan i praksis være vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v. Det kan navnlig være vanskeligt at vurdere, hvornår en henvisning er ”tilsigtet” og dermed skal betragtes som skjult reklame. 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 ved vurderingen af, om der foreligger skjult reklame, 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 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 det på, at der foreligger skjult reklame.

Indslaget fra TV2/FYN er et nyhedsindslag, der har til formål at oplyse om en underskriftsindsamling, som har fundet sted i Odense til fordel for en udvidelse af det lokale IKEA varehus. Hovedparten af indslaget er optaget på gågaden, hvor der rapporteres fra indsamlingen og i den forbindelse foretages interviews med nogle af de personer, der har været involveret i dagens begivenheder. I løbet af indslaget vises kun enkelte neutrale baggrundsbilleder fra varehuset, hvor en medarbejder, der tydeligt angives at være ansat i IKEA, bliver interviewet i butikken om forløbet af indsamlingen. Denne del af indslaget er af meget kort varighed og indeholder ingen positiv omtale af varehuset.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at indslaget ikke indeholder en anprisning af varehuset, men derimod en neutral rapportering om opbakningen til udvidelsen af varehuset. Nævnet deler således TV2/FYNs opfattelse af, at underskriftsindsamlingen har oplagt nyhedsmæssig interesse, også når det tages i betragtning, at nyhedsudsendelsen bringes i et lokalt program, der udelukkende sendes til borgerne i regionen. Indslaget er tilrettelagt og redigeret med anvendelse af sædvanlige journalistiske metoder for nyhedsdækning såsom vox-pop og interviews med involverede personer samt med oplysning om relevant baggrundsinformation. Den begrænsede anvendelse af billederne fra varehuset og indslagets øvrige indhold udgør i den forbindelse en relevant del af nyhedsdækningen.

Samlet set finder Nævnet derfor ikke, at der er tale om en uberettiget fremhævelse af varehuset IKEA, og der foreligger således ikke en overtrædelse af reglerne om skjult reklame.

På denne baggrund træffer Nævnet følgende

AFGØRELSE:

Indslaget om IKEA bragt på TV 2/FYN den 21. december 2005 i deres udsendelser kl. 19:30 og kl. 22:20 er ikke i strid med radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1.

Christian Scherfig
formand

/Jessika Auken
nævnsssekretær