

DR  
TV-BYEN  
2860 Søborg  
Att.: Peter Kyhl

København den 21. juni 2006

### **Eventuel skjult reklame for Apples iPod i DR's egenreklamer for video podcast**

Foranlediget af omtale i dagspressen har Radio- og tv-nævnet i henhold til § 78, stk. 2, i lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 om radio- og fjernsynsvirksomhed, besluttet at tage ovennævnte sag op af egen drift. Sagen drejer sig om, at DR i sine egenreklamer for video podcast, udsendt i henholdsvis DR radio og på DR tv, henviser til Apples video iPod, hvilket kan være i strid med bestemmelsen om skjult reklame.

### **Beskrivelse**

DR har med sit hørings svar af 3. april 2006 tilsendt Nævnet en dvd med to egenreklamer udsendt på DR tv og fire egenreklamer udsendt i DR radio.

Egenreklamerne minder meget om hinanden, hvorfor Nævnet i det følgende kun har beskrevet én egenreklame udsendt på DR tv og én udsendt i DR radio.

### **Tv-spots**

På billedsiden vises en dirigent, som dirigerer en Mozart-symfoni, der høres som baggrundsmusik under hele egenreklamen. Billedet zoomes langsomt ud, og det fremgår, at filmklippet med dirigenten afspilles og vises på en video iPod, som holdes i en mandehånd. Billedet zoomes yderligere ud, og det ses, at det er en ung mand, som holder video iPod'en i hånden, mens han ser og hører en Mozart-symfoni. IPoden ses tydeligt i billedet. Samtidig med billedsiden udtaler en speak:

### **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

*"DR fejrer Mozarts 250 års fødselsdag. Derfor kan du nu downloade ni af Mozarts symfonier direkte til din computer eller iPod. Få Mozarts bedste symfonier på DR.dk/mozart250 og få mere ud af DR."*

Uddrag af speaken suppleres med tekst på skærmen. Ipod angives imidlertid ikke med tekst.

### **Radio-spots**

Mandlig speak:

*"Her sidder Ditte i InterCity toget på vej til Ålborg, hvor hun har et vigtigt møde kl. 10."*

Togstewardessen siger i højtaleren:

*"Det er togstewardessen. Om et øjeblik kommer jeg gennem toget med salgsvognen."*

Mandlig speak:

*"Hun er opslugt af at se Deadline 2. sektion på sin video iPod."*

Togstewardessen:

*"Ønsker De at handle?" og gentager "Ønsker De at handle?"*

Ditte:

*"Hov stop. Kan jeg ikke nå at få en kop kaffe med"*

Togstewardessen:

*"ja, nu skal jeg være der"*

Mandlig speak:

*"Der var det vist lige før Ditte gik glip af sin morgenkaffe."*

Kvindelig speak:

*"Nu kan du hver uge downloade fire stærke magasinprogrammer fra DR 1 og DR 2 og se dem på din video iPod eller computer, når du har tid. Morgenkaffe eller ej. Hent DR's video podcast på DR.dk/podcast og få mere ud af DR."*

## **Høring**

DR v/Generaldirektør Kenneth Plummer er i høringsbrev af 3. april 2006 fremkommet med følgende kommentarer:

*"...*

*Korrekt anvendelse af stærke varemærker er vanskelig. Når DR kaldte dem "video-ipods", var det ikke for at reklamere for et Appels produkt, men alene fordi iPoden er den mest udbredte bærbare videoafspiller, som derfor også vækker størst genkendelse hos folk. Men set i lyset af blandt andet nævnets henvendelse har DR med virkning fra 24. marts ændret sine spots om podcast således at DR fremover bruger begrebet "bærbare videoafspillere" i markedsføringen af sine video-podcasttilbud.*

*DR udsendte en pressemeddelelse herom der vedlægges til orientering.*

*Der vedlægges endvidere en DVD med radio- og tvspots om podcast"*

I pressemeddelelsen af 24. marts 2006 har DR oplyst følgende:

*"DR har besluttet fremover at bruge begrebet "bærbare videoafspillere i markedsføringen af sine video-podcasttilbud. I den seneste tid har DR ellers i spot i radio og tv omtalt de bærbare videoafspillere som "video-ipods", men det er faldet en række andre producenter af afspillerne for brystet, ligesom Forbrugerrådet også har været kritisk.*

*"Grunden til, at vi har kaldt dem "video-ipods", har været den simple, at det er den mest udbredte bærbare videoafspiller, som derfor også vækker størst genkendelse hos folk. Men nu er der kommet en række andre producenter af bærbare videoafspillere på det danske marked. Derfor er det ikke hensigtsmæssigt, at vi omtaler et specifikt produkt," siger DRs direktør for tv om ny medier, Lars Grarup.*

*Han ønsker samtidig at understrege, at DR har valgt et såkaldt åbent videoformat til sine videopodcasts. Det betyder, at de tv-programmer, DR*

*gør tilgængelige som videopodcast, uden tekniske hindringer kan konverteres til andre videoformater.*

*” Der er således intet til hinder for, at DRs videopodcast kan afspilles på alle bærbare videoafspillere. Det modsatte har ellers været antydnet, ” siger Lars Grarup.*

*På netstedet [www.dr.dk/podcast](http://www.dr.dk/podcast) har der ellers været en intens debat mellem brugerne og DR om, hvordan DRs videopodcast kan afspilles på andre bærbare videoafspillere. Her kan nye brugere for øvrigt også finde hjælp til at se DRs videopodcast på forskellige computerplatforme og bærbare videoafspillere.*

*Ved videopodcast kan man downloade tv-programmer til sin computer eller sin bærbare videoafspiller, så man kan se udsendelserne lige præcis, når man har tid og lyst. For øjeblikket sender DR magasinprogrammerne ‘Penge’, ‘Kontant’, ‘Profilen’ og ‘Deadline 2. sektion’ samt ‘Nyheder på tegnesprog’ som videopodcast. Det er tanken, at flere udsendelser skal gøres tilgængelige på denne facon i den kommende tid.*

*...”*

Til brug for Radio- og tv-nævnets behandling af sagen har Nævnet anmodet Dansk Sprognævn om en stillingtagen til, hvorvidt ordet iPod bruges om Apples produkt eller, om iPod er blevet en generel betegnelse for mp3-afspillere. Endvidere anmodede Nævnet Dansk Sprognævn om at tage stilling til, om ordet podcast er en fællesbetegnelse for metoden til at distribuere lyd og levende billeder via Internettet eller, om ordet udelukkende forbindes med distribution via Apples iPod.

Dansk Sprognævn v/Ida Elisabeth Mørch er i brev af 9. juni 2006 fremkommet med følgende redegørelse:

*” ...*

*Begge ord er så nye i dansk, at de ikke har fundet vej ind i de forskellige ordbøger. Det følgende bygger derfor på Sprognævnets vurdering af den aktuelle sprogbrug ud fra det vi har registreret i vores ordsamling, og ud fra hvordan ordene bruges i bl.a. de trykte medier.*

*Så vidt vi kan se, bruges iPod mest om Apples produkt. Ordet iPod er altså ikke blevet en generel betegnelse for mp3-afspillere. Følgende eksempler illustrerer dette:*

*I lørdags kunne man høre om en ny undersøgelse, der fortalte, at hvis man skuede sin iPod (jeg ved ikke, om nye undersøgelser vil afsløre, at det også gælder andre MP3-afspillere, men det kan vel afklares med flere forskningspenge), op på maksimum så ville der (hold fast!) gå ud over hørelsen hos brugeren. (Urban, 16. maj. 2006)*

*Men er en iPod ikke cool?*

*"Nej, den er langt på den anden side af cool. En Iriver (også en mp3-afspiller, red.) er cool, fordi ingen har den. iPod er masse -ikke cool..." (Politiken, 2. maj, 2006)*

*Har du nu husket det hele: penge, kort og...musikken? Mp3-afspilleren har fundet plads i rejsebagagen, samtidig er de blevet så små, at de nemt forsvinder ud af syne. Den gennemtænkte pung, med synlige syninger, er designet til at rumme en iPod Nano, kreditkort samt kontanter, så tingene kan holdes samlet et sted. (Politiken, 6. maj, 2006)*

*Eksemplerne viser at iPod er et mærke på en type mp 3-afspiller som nævnes på linje med andre mp 3-afspillere. Det kan dog ikke udelukkes at nogle bruger ordet iPod om mp 3-afspillere som sådan.*

*Ordet podcast ser til gengæld ud til at have en vis udbredelse som betegnelse for computermediet radioudsendelse i mp 3-format uafhængigt af afspillerens mærke.*

*Danmarks Radio åbner for video-podcast (...) Videopodcast er en videreudvikling af radiopodcast – eller blot podcast – som går ud på, at man downloader radioprogrammer fra internettet og overfører dem til sin mp3-afspiller. Dermed kan man høre dem på løbeturen, på vej til arbejde, eller mens man hænger tøj til tørre i kælderen... (Politiken, 10. feb. 2006)*

*Medielandskabet er under hastig forandring. Internetbaserede medier som podcast og weblogs skyder frem, mens de gamle medier kæmper for at fastholde deres publikum...*

*(Politiken, 10. feb. 2006)*

*Det britiske dagblad, The Guardian, har lanceret et cool ugentligt podcast-talkshow om medier og marked. (...) Det første show, som kan downloades til enhver MP3-*

*afspiller- eller blot høres direkte på nettet – Indeholder et større interview med Internettetguruen Jeff Jarvis og er absolut værd at lytte til. Berlingske Tidende, 28. mar. 2006.*

*Af disse eksempler kan man se at mp 3-afspiller tilsyneladende er det neutrale ord for afspilleren. Og man kan se at podcast ikke nødvendigvis associeres med iPod, men med computere og internettet som sådan – ikke nødvendigvis med Apple.”*

### **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 31. maj 2006 og skal udtale:

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 1, stk. 3, er radio- og fjernsynsforetagenders foromtale af kommende programmer samt omtale af produkter og lign., som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne, samt public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed ikke omfattet af reklamebekendtgørelsen.

DR's radio- og tv-spots for podcast er derfor egenreklame, som skal betragtes som et program. Programvirksomhed er ikke omfattet af reklamebekendtgørelsen, men uidentificeret reklame indeholdt i programvirksomheden er omfattet.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer jf. § 72 i lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 om radio- og fjernsynsvirksomhed og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering 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.

Skjult reklame defineres i artikel 1d i direktiv 89/552 EØF som følgende:

*”mundtlig eller visuel fremhævelse af varer eller tjenesteydelser eller af en vareproducentens eller en tjenesteydelsesleverandørs navn, varemærke eller aktiviteter i programmer, når fremhævelsen er til-*

sigtet 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 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.

I begge tv-spottene zoomes tæt ind på iPoden. Endvidere speakes, at det er muligt at downloade DR's programmer direkte til sin computer eller iPod.

For så vidt angår det ovenfor beskrevne radio-spot, som i øvrigt repræsenterer samme problemstilling som i de tre andre indsendte radio-spots, udtaler en speak, at egenreklamens hovedperson, Ditte, ser deadline 2. sektion på sin video iPod. Endelig udtaler en anden speak, at det er muligt at downloade magasinprogrammer fra DR 1 og DR 2 og se dem på sin video iPod eller computer.

Det er på baggrund heraf Nævnets opfattelse, at der i tv-spottene er sket en såvel visuel som mundtligt fremhævelse af Apples produkt iPod, og at der i radio-spottene er sket en mundtlig fremhævelse af iPod. Spørgsmålet er imidlertid om fremhævelsen er uberettiget i forhold til egenreklamens indhold. Det afgørende for denne vurdering må efter Nævnets opfattelse være, hvorvidt produktnavnet, iPod, er så indarbejdet i det danske sprogbrug, at det kan anses for at være en fællesbetegnelse for produkter af den

pågældende type eller, om en 'almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger' vil forbinde produktnavnet med producenten Apple.

Dansk Sprognævn har taget stilling hertil og udtaler følgende:

*"Så vidt vi kan se, bruges iPod mest om Apples produkt. Ordet iPod er altså ikke blevet en generel betegnelse for mp3-afspillere.*

...

*Eksemplerne viser at iPod er et mærke på en type mp 3-afspiller som nævnes på linje med andre mp 3-afspillere. Det kan dog ikke udelukkes at nogle bruger ordet iPod om mp 3-afspillere som sådan."*

Denne vurdering bestyrkes efter Radio- og tv-nævnets opfattelse af, at DR i sin pressemeddelelse oplyser, at DR's brug af produktnavnet video iPods er *"faldet en række andre producenter af afspillere for brystet"*.

Apples video iPod er således ikke den eneste bærbare videoafspiller på det danske marked, idet der er flere andre producenters produkter, som opfylder samme formål.

I den forbindelse har DR oplyst, at DR *"har valgt et såkaldt åbent videoformat til sine videopodcasts...der er således intet til hinder for, at DRs videopodcast kan afspilles på alle bærbare videoafspillere."*

Det er således ikke kun Apples iPod, men også andre producenters bærbare videoafspillere, der kan afspille DR's video podcast.

Uanset om Apples video iPod skulle være den mest udbredte videoafspiller på det danske marked, er det Nævnets opfattelse, at DR's henvisning i egenreklamerne til iPod kan give seeren det forkerte indtryk, at det kun er denne afspiller, der kan afspille DR's video podcast, og at egenreklamen dermed kan anses for at tilskynde seerne til at anskaffe sig en iPod.

Ud fra en samlet vurdering finder Nævnet herefter DR's henvisning til Apples video iPod i sine egenreklamer for video podcast uberettiget.

Spørgsmålet er herefter om begrebet 'podcast' eller 'videopodcast' er en neutral betegnelse eller om dette begreb indirekte henviser til Apples iPod.

Dansk Sprognævn udtaler følgende herom:

*“Ordet podcast ser til gengæld ud til at have en vis udbredelse som betegnelse for computermediet radioudsendelse i mp 3-format uafhængigt af afspillerens mærke.*

...

*Af disse eksempler kan man se at mp 3-afspiller tilsyneladende er det neutrale ord for afspilleren. Og man kan se at podcast ikke nødvendigvis associeres med iPod, men med computere og internettet som sådan – ikke nødvendigvis med Apple.”*

Da ordet podcast ifølge Dansk Sprognævns opfattelse bruges som en almen betegnelse for metoden til at distribuere lyd og levende billeder via Internettet og dermed ikke nødvendigvis associeres med distribution via Apples iPod, finder Nævnet ikke, at brugen af ordet podcast eller videopodcast er skjult reklame for Apple.

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

#### **AFGØRELSE:**

Der er i DRs egenreklamer for podcast i DR radio og DR tv tale om skjult reklame for Apples produkt iPod i strid med § 72, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Nævnet tager til efterretning, at DR med virkning fra 24. marts har ændret sine spots om podcast således, at DR fremover bruger begrebet ”bærbare videoafspillere” i markedsføringen af sine video-podcasttilbud.

DRs brug af ordet podcast er derimod ikke skjult reklame for Apple.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsekretær