

DR
Emil Holms Kanal 20
0999 København C
Att.: Peter Kyhl

København den 2. april 2007

Klage over skjult reklame for iTrip i programmet "Smæk for skillingen" sendt på DR1

Dennis K. Rasmussen har ved mail af 26. september 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af lovstridig skjult reklame for iPod tilbehør i programmet "Smæk for skillingen", sendt den 19. september 2006 på DR1.

Endvidere gør klager gældende, at salget af produktet er ulovligt i Danmark.

Beskrivelse

DR har med sit høringssvar af 16. oktober 2006 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med programmet "Smæk for skillingen" sendt den 19. september 2006 på DR1.

Programmet indeholder en række indslag, som hver især har forskellige titler. I indslaget "Tjekket" foretages en test af 5 produkter, der alle lover frisk ånde. Indslaget "Testpiloten" foretager en test af en selvoppustelig luftmadras kaldet "restform", og i indslaget "Prøvekaninerne" skal et kærestepar teste tre forskellige måder at lære sin kæreste bedre at kende på. Endvidere vises et indslag med titlen "Inkasso", hvor en af programværterne hjælper en forbruger med at få pengene retur for nogle produkter, som forbrugeren har købt hos Leasy, men som ofte går i stykker.

Programmet afsluttes med følgende kommentar, som varer 37 sekunder, fra komikeren Simon Juul:

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

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

"Mit bedste køb er en iTrip, som er en lille radiosender, som du kan sætte til din iPod, dvs. at den kan snakke med din bilradio, og det vil sige, at man kan høre al sin dejlige musik fra sin iPod, som man har købt på internettet på sin bilradio. Og det elsker jeg, fordi jeg kører meget bil og generelt har dansk radio. Så jeg kan bare godt lide denne her, fordi den forskåner mig for det. Og så er den også pæn. Og jeg kan faktisk ikke huske, hvor meget den koster, men den er ikke særlig dyr i forhold til de timer, som man får med god musik, så er det meget bedre."

Under hele speaken filmes Simon Juul, mens han holder iTrippen op ved siden af sit ansigt. ITrippen er lille og sort og det er ikke muligt for seeren at se, om den har påtrykt logo, produktnavn eller firmanavn.

Høring

DR v/ Lars Grarup, direktør for Nye medier & TV, er i høringssvar af 16. oktober 2006 fremkommet med følgende kommentarer til klagen:

"...

*Programmet "Smæk for skillingen" er et forbrugerprogram til de unge, der anmelder en række forskellige produkter. Programmet er anlagt i en meget direkte stil og med en humoristisk tone. Som der står på programmets hjemmeside: "Vi tester, hvad der er værd at bruge penge på, og hvilke fede ting, der kan gøre det lidt sjovere at være ung. I Inkasso tager vi ud og indkasserer dine ting, hvis du bliver snydt." Tonen og stilen i programmet fremgår også af programmets hjemmeside:
<http://www.dr.dk/drl/smaekforskillingen>.*

Programmet tager udgangspunkt i at forbrug grundlæggende er individuelt og subjektivt. Derfor er en del af programmets redaktionelle omdrejningspunkt at få de unge til at teste produkter og tale om dem ud fra deres egen smag og deres eget liv. Det sker gennem forskellige features - en blindtest, et testpanel af tre forskellige kærestepar og en "testpilot" udvalgt blandt seere til at teste et eller flere produkter. Desuden er der hver gang i slutningen af programmet "Kendis-købet". Her fortæller en kendt person om en ting, som personen har købt og er glad for.

I den konkrete udsendelse er der tale om komikeren Simon Juul, bl.a. kendt fra satireprogrammer som "Banjos Likørstue". Han holder sin egen "iTrip" i hånden, og fortæller hvad den kan, og hvordan den fungerer. Det

er en radio-sender, der gør at man kan høre musik fra en iPod på sin bilradio. Dermed kan han høre sin egen musik i bilradioen. Derefter forklarer han, hvorfor han er glad for den. Han kører meget i bil, og hader dansk radio. I denne del omtaler han kun hvad produktet kan, og hvorfor han er glad for den. Han nævner kun produktets navn én gang. Der er ingen rosende vendinger om produktet. Afslutningsvist siger han ironisk og meget humoristisk, at han også synes den er pæn, og at han ikke kan huske, hvad den kostede, men at den ikke var dyr i forhold til, hvad han har fået ud af den.

Simon Juul har selv indkøbt sin iTrip. Der er således hverken direkte eller indirekte ydet tilskud til programmet.

Der er tale om et humoristisk indslag i et forbrugerprogram, hvor en række produkter omtales og testes på forskellig vis. Det er i den kontekst, at Simon Juul omtaler produktet. Hans afsluttende "rosende" omtale af iTrip sker i en klart identificerbar ironisk tone, som seerne også kender fra Simon Juuls offentlige rolle som komiker. Ydermere ligger selve programelementet med at lade kendisser fortælle om køb, de har været glade for, i direkte forlængelse af programmets øvrige redaktionelle tilgang til forbrugerstoffet.

DR mener således ikke der er tale om skjult reklame. Der er ikke tale om en mundtlig eller visuel fremhævelse af produktet, der er tilsigtet i reklame-øjemed og som skulle være egnet til at vildlede offentligheden."

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. 410 af 2. maj 2006 på sit møde den 28. marts 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Dennis K. Rasmussen har ved mail af 26. september 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af lovstridig skjult reklame for iPod tilbehør i programmet "Smæk for skillingen", sendt den 19. september 2006 på DR1.

Indledningsvis bemærkes at vurderingen af, om der foreligger en lovstridig skjult reklame, skal foretages uden skelen til, om iTrip lovligt kan distribueres i Danmark. Nævnet skal dog for en god ordens skyld oplyse, at distribution af iTrip er lovlig i Danmark.

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. 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.

Ifølge direktiv 89/552 EØF, artikel 1 d, der 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 de 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 programmet "Smæk for skillingen" vises en række indslag, hvor unge mennesker bl.a. tester forskellige produkter. Programmet afsluttes med, at komikeren Simon Juul fortæller seerne om sit bedste køb, som er en iTrip. Simon Juul nævner produktnavnet iTrip en enkelt gang ud af en samlet taleid udgørende 37 sekunder. Indslaget handler om iTrips funktion, og hvorfor han er så glad for produktet. Under hele speaken holder Simon Juul produktet op ved siden af sit ansigt. Produktet er imidlertid så småt - og der zoomes ikke ind - hvorfor seeren hverken kan se logo, produkt- eller firmanavn.

iTrip er en FM-sender, som producenten Griffin Technology har udviklet til iPod. Der er således tale om et produkt, der kan henføres til en konkret producent. Nævnet finder, at det forhold, at produktet nævnes ved navn samt omtales i oplysende og rosende vendinger i 37 sekunder samtidig med at det holdes frem for seerne, medfører, at der sker en fremhævelse af produktet.

Det skal herefter vurderes, hvorvidt fremhævelsen er berettiget i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold.

Hertil oplyser DR bl.a. følgende i sit hørings svar:

"...

Desuden er der hver gang i slutningen af programmet "Kendis-købet". Her fortæller en kendt person om en ting, som personen har købt og er glad for.

..."

"Smæk for skillingen" er et forbrugerprogram, hvis formål er at teste og dermed anbefale eller fraråde køb af diverse produkter. Indslaget "kendis-købet", hvor kendte personer fortæller om et køb, som de er glade for, er efter Nævnets opfattelse i god overensstemmelse med programmets formål. Da indslaget handler om et produkt, som personen er glad for, kan det naturligvis ikke undgås af produktet omtales i positive vendinger. Det afgørende for at omtalen ikke bliver skjult reklame er efter Nævnets opfattelse, at omtalen af produktet er forbrugeroplysende og ikke får karakter af reklame for en konkret virksomhed.

I den konkrete sag nævnes produktnavnet kun en enkelt gang, og selvom produktet vises på skærmen i 37 sekunder er det ikke muligt at se logo mv. Resten af speaken er oplysende og kunne i princippet passe på flere andre FM-sendere. Endvidere benyttes en del af tiden på Simon Juuls personlige grunde for, hvorfor det er hans bedste køb.

Nævnet finder derfor, at omtalen og visningen af iTrip i programmet er i overensstemmelse med § 72 i radio- og fjernsynsloven.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Programmet "Smæk for skillingen" sendt den 19. september 2006 på DR1 er ikke i strid med § 72 i radio- og fjernsynsloven.

Christian Scherfig
Formand

/Christina Sigvardt
nævnssekretær