

TV 2/Danmark A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

København den 6. marts 2007

Klage over skjult reklame for Apples iPod i programmet "Letterman – Late Show" sendt på TV 2 Zulu

Torben Holm-Lauritzen har ved mail af 1. august 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for Apples iPod i programmet "Letterman –Late Show" sendt den 31. juli 2006 på TV 2/Zulu.

Torben Holm-Lauritzen anfører følgende i klagen:

"I programmet "Late Show" med David Letterman vist et programindslag, hvor en tilfældig person skulle gætte, hvilket stykke musik der blev afspillet på en iPod. Det er min overbevisning, at der blev reklameret skjult for Apples iPod, idet der hele tre gange blev vist et billede af en iPod: Som trailer til selve programindslaget, før programindslaget og efter programindslaget. Det er min overbevisning, at konkurrencens koncept intet har at gøre med, hvilken specifik MP3-afspiller musikken afspilles på. I øvrigt bruges kun brøkdelen af sekund på at vise den præmie der kan vindes i konkurrencen(en kaffemaskine). Jeg synes derfor, at der er belæg for at tro, at producenterne af Letterman har haft mere øje for nævnte MP3-afspiller end for selve konkurrencen og at der har været tale om skjult reklame."

Beskrivelse

TV 2/Danmark A/S har med sit hørings svar af 14. september 2006 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med programmet "Letterman – Late Show" sendt den 31. juli 2006 på TV 2/Zulu.

Programmet varer ca. 44 minutter.

I programmet leges en leg, der hedder "What's on the iPod?".

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

Det foregår således, at en café-ejer skal lytte til en sang på en iPod og synge med på sangen. En tilfældig udvalgt person fra gaden skal derefter gætte, hvilken sang, han synger. Personen fra gaden kan, hvis der gættes rigtigt, vinde en kaffemaskine.

Ni minutter inde i udsendelsen stilles om til caféen, og værten David Letterman oplyser café-ejeren om, at de i løbet af aftenen skal lege *"What's on the iPod?"*. I den forbindelse vises teksten *"What's on the iPod?"* på skærmen med store bogstaver ledsaget af et billede af en iPod, der spiller sangen *Demon Days* med Gorillaz. Samtidig spiller bandet i studiet en sang med teksten *"What's on the iPod"*. David Letterman beder café-ejeren om at tage sin iPod frem, mens han forklarer reglerne. Café-ejeren tager iPod'en frem og lægger den på et bord. Derefter anmodes han om at gå ud på gaden og finde en deltager. David Letterman oplyser, at han senere i programmet vender tilbage til legen. Igen vises teksten *"What's on the iPod"* på skærmen, et billede af iPod'en og den tilhørende sang spilles.

Ca. 4 minutter senere sendes igen fra caféen, hvor café-ejeren har fundet en deltager. Igen vises teksten *"What's on the iPod"* på skærmen samt et billede af iPod'en også her ledsaget af den tilhørende sang. Præmien vises kortvarigt på skærmen.

En musiker i studiet informerer publikum og seerne om, at café-ejeren skal synge sangen *"Crazy"* af Gnarl's Barkley, uden at personen fra gaden kan høre, hvilken sang, der spilles på iPod'en.

Café-ejeren tager øresneglene i ørerne og begynder at synge. I den forbindelse ses iPod'en i billedet.

Café-ejeren synger meget falsk, hvorfor deltageren ikke kan gætte sangen.

Høring

TV 2/Danmark A/S v/Keld Reinicke har i høringsvar af 14. september 2006 anført følgende kommentarer til Torben Holm-Lauritzens klage:

"TV 2 Zulu A/S skal på baggrund heraf fremkomme med følgende bemærkninger.

Indledningsvis kan det oplyses, at programmet er en del af en færdigproduceret programserie, indkøbt på standardlicensvilkår af CBS Enterprises, en afdeling af CBS Incorporation. TV 2 Zulu A/S har således ikke haft redaktionel indflydelse på programmets indhold endsige modtaget produktions- eller sponsorstøtte i forbindelse med udsendelsen heraf.

Det kan endvidere oplyses, at der hverken forud for eller efter udsendelsen af programmet har været vist en programtrailer indeholdende en Apple iPod.

Det påklagede afsnit af programserien indeholdt et indslag benævnt "What's on the iPod?", hvori en tilfældig forbipasserende person havde indvilliget i at gætte et musiknummer sunget af en anden person, som lyttede til nummeret via en iPod.

Indslaget blev, som det er helt sædvanligt i dramaturgien i et program som det foreliggende, annonceret i programmets indledning, hvori studieværten oplyste, at der senere i programmet ville indgå en konkurrence benævnt "What's on the iPod?".

Studieværtens oplysning blev efterfulgt af en såkaldt teaser, som grafisk og musik illustrerede titlen på konkurrencen, ligesom studieværten i et klip præsenterede den person, som skulle synge musiknummeret for konkurrencedeltageren.

Grafikken og musikken med konkurrencens titel blev gentaget umiddelbart forud for og i selve indslaget med konkurrencen, ligesom Apples iPod forefandt på disken foran den person, som sang musiknummeret for konkurrencedeltageren.

Efter min vurdering indgår iPoden hermed alene som en helt naturlig del af den konkurrence, der annonceres for, og som afvikles i programmet. Der sker således ikke en uberettiget fremhævelse af en iPod i forhold til den redaktionelle kontekst, som den indgår i.

Dertil kommer, at Apples iPod mig bekendt udgør langt størstedelen af de MP3-afspillere, der er solgt i USA, hvorfor betegnelsen ud over at være Apples varemærke udgør et særskilt fænomen og synonym for en transportabel MP3-afspiller. Akkurat som det var tilfældet tidligere, hvor begrebet Walkman blev brugt som en almen betegnelse for en transportabel båndafspiller. uanset det faktisk var fabrikanten Sonys varemærke.

Programmet er som bekendt af amerikansk oprindelse. I amerikansk sprog anvendes udbredte produktnavne ofte som en almen betegnelse for en vare. Amerikanere anvender således også udtrykket "did you tivo it?" som udtryk for, om et givet tv-program er optaget på en harddisk-optager. Tivo er endvidere navnet på en harddisk-optager. Det er således i overensstemmelse med sædvanlig amerikansk sprogbrug at anvende betegnelsen iPod i dette tilfælde.

Det kan endelig oplyses, at indslaget benævnt "What's on the iPod?" ikke er en fast tilbagevendende del af programserien, som TV 2 Zulu A/S p.t. har udsendt Ca. 1500 episoder af. TV 2 Zulu A/S ophører af redaktionelle grunde udsendelsen af programserien ved udgangen af denne måned.

På baggrund af ovennævnte skal jeg på vegne af TV 2 Zulu A/S afvise, at det pågældende program indeholder skjult reklame for Apples iPod og som følge heraf ligeledes afvise, at § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 er overtrådt.

DvD-kopi af programmet vedlægges."

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 27. februar 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Torben Holm-Lauritzen har indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for Apples iPod i programmet "Letterman – Late Show" sendt den 31. juli 2006 på TV 2 Zulu.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer jf. § 72 i lovbekendtgørelse nr. 410 af 2. maj 2006 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.

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 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.

Programmet ”Letterman – Late Show” er et udenlandsk produceret program, som TV 2 Zulu har indkøbt. TV 2 Zulu har derfor ingen indflydelse på produktionen og dermed indholdet af programmet, herunder en eventuel brug af product placement eller visning af skjult reklame.

Det er Nævnets opfattelse, at reglerne om skjult reklame gælder for alle danske radio- og fjernsynsforetagender, uanset om der er tale om egenproducerede programmer eller indkøbte udenlandske programmer.

Nævnet er opmærksom på, at det kan være vanskeligt for radio- og fjernsynsforetagender forinden indkøb af programmer at kontrollere, om disse

indeholder skjult reklame, og at der kan være begrænsninger forbundet med stationernes muligheder for at vise indkøbte programmer fra lande, hvor product placement er lovligt.

Det er imidlertid Nævnets opfattelse, at de danske radio- og tv-foretagender skal sørge for, at også indkøbte programmer overholder den gældende lovgivning om forbud mod skjult reklame. Begrundelsen herfor er blandt andet, at radio- og fjernsynsloven ikke undtager indkøbte programmer jf. § 72. Bestemmelsen er fastsat for at beskytte seerne, og da et stort antal programmer, som vises i dag, er indkøbte, udvandes denne beskyttelse, hvis lovfortolkningen vedrørende indkøbte udenlandske programmer skulle have en mere liberal karakter.

Det skal dog nævnes, at Radio- og tv-nævnet har udviklet en praksis, hvorefter tv-stationerne gives en videre ramme for visning af bannerreklamer og lignende ved fx transmissioner af sportsbegivenheder mv., hvor tv-foretagendet ikke har indflydelse på selve arrangementet. Overdreven eksponering af og indzooming på fx bannerreklamer kan dog stadig udgøre skjult reklame.

I tråd hermed er det Nævnets opfattelse, at vurderingen af, om der er tale om skjult reklame i indkøbte programmer, skal være mindre restriktiv end for egenproduktioner.

I det konkrete program vises en iPod tre gange i stor udgave på skærmen, og produktnavnet indgår i såvel titlen på legen, som i den tilhørende sang. Det derfor Nævnet opfattelse, at der sker en fremhævelse af iPod i programmet. Det skal herefter vurderes, om denne fremhævelse er redaktionelt berettiget.

TV 2 Zulu gør gældende, at navnet iPod i USA er en generel betegnelse for en transportabel mp3-afspiller. Nævnet skal ikke afvise, at dette er korrekt, men med hensyn til ordets betydning i Danmark henvises til Nævnets afgørelse af 21. juni 2006 om skjult reklame for Apples iPod i DR's egenreklamer for video podcast. I denne afgørelse fandt Nævnet, efter rådførelse hos Dansk Sprognævn, at ordet iPod ikke er blevet en generel betegnelse for transportable mp3-afspillere.

Det er Nævnets opfattelse, at legen "What's on the iPod" er humoristisk, men at den massive fremhævelse af netop iPod går ud over hvad, der er redaktionelt berettiget. Nævnet finder, at det er uproblematisk at vise og

benytte en iPod til legen, men at måden hvorpå det er gjort udgør skjult reklame i strid med § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

I programmet "Letterman – Late Show" sendt på TV 2 Zulu forekommer der skjult reklame for Apples iPod i strid med § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Christian Scherfig
Formand

/Christina Sigvardt
Nævnsekretær