

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att. Steen Rødding Gori

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

19. december 2008

Sagsnr: 2008-0183

Lill-Jana Vandmose Larsen
Fuldmægtig, cand.jur.

lv@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over skjult reklame for Roskilde Festivalen på DR1 og DR2

Niels Nielsen har ved e-mail af 3. juli 2008 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for Roskilde Festivalen på DR1 og DR2 den 2. juli 2008.

Klager anfører, at det er uacceptabelt, at det på DR1 og DR2 er blevet almindeligt at reklamere – evt. mod betaling - for arrangementer mv.; senest i form af daglige reklamer for Roskilde Festivalen.

Niels Nielsen har i klagen anført følgende:

"Det er blevet almindeligt hos begge tv kanaler at reklamere for forskellige arrangementer og billetsalg til koncerter m.v. senest roskilde festival som har daglig reklame. endvidere forskellige film mv formentlig produceret udenfor DR jeg ved ikke om der i den anledning tilflyder returkomision til DR men det er en nærliggende tanke. eftersom DR er reklamefri station er det uacceptabelt hvis det er ment som information om kommende udsendelser må det omhandle alsidig oplysning og ikke produceres som reklame. med deesamme virkemidler som reklamefolk anvender."

Beskrivelse

DR har som bilag til hørings svar af 11. august 2008 fremsendt Radio- og tv-nævnet en CD-R med en kort og en lang version af programtrailerne i forbindelse med foromtalen af Roskildefestivalen sendt på DR1 og DR2 i uge 27.

Trailerne varer hhv. 17 og 33 sek. Begge udgaver består af en orangefarvet enkel baggrund med en lodret (telt-)syning. Herpå står både Roskilde Festivalens logo og DRs logo stået anført side om side i samme format, og en enkelt tekst med hjemmesideadressen dr.dk/roskilde/... afsluttes med skiftende ord som "orange", "lejr", "telt", "avmithoved", "øl",

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

"P3", "snav" "øreprop", "kys", "helebaduljen", "DRrock", "mikrofon", "sæk", "nøgenløb" osv.

De skiftende hjemmesidehenvisninger suppleres af diverse repræsentative lyde fra Roskildefestivalen så som lyden af bas, guitar, pift, kys, lynlås, lyden af flaskeøl (sodavand?), der åbnes, publikumsjubel og tilråb.

Den korte version indeholder herefter speaken:

"Alt om Danmarks største festival på dr.dk/roskilde – dr.dk/roskilde."

Den lange version indeholder samtidig med lydene speak fra en tilsyneladende yngre mand, der med høj lettere skinger stemmeføring udtaler:

"Det er for sindsygt det her; de sover i et telt bygget af ølkasser."

Herefter informerer kvinden fra også den korte version om, at:

"Landets største musikfestival åbner snart, og igen i år dækker Danmarks stærkeste mediehus hele baduljen med over 70 timers direkte tv, radio og webcast. Alt om festivalen på dr.dk/roskilde – dr.dk/roskilde."

Høringssvar:

DR har i høringssvar af 11. august 2008 anført følgende kommentarer:

"(...)

DR skal bemærke følgende.

Roskildefestival er et af Danmarks største kulturarrangementer og er af den grund interessant for DR som Public Service kanal. DR har ligesom tidligere år også i år dækket festivalen på både radio, tv og internet. Dækningen har spændt vidt fra transmission af musikken, kritiske interviews i nyhedsudsendelserne, interviews og stemningsrapporter fra publikum osv.

I ugen op til festivalen sendte DR programtrailere med foromtale af sin dækning. Der blev vist trailere på DR1 og DR2, ligesom der blev sendt radiospots på P3 og P4. Alle trailere havde, som det fremgår af vedlagte cd, til formål at henvise brugerne til DRs website: dr.dk/roskilde, hvorfra man som bruger, kunne finde resten af DRs indslag og programmer.

DRs trailere med foromtale er efter DRs opfattelse i overensstemmelse med radio- og fjernsynslovens § 1, stk. 3 om egenreklame, og det bemærkes, at ingen af trailerne opfordrede danskerne til at besøge festivalen, eller endstige at købe billetter hertil. Trailerens klare budskab er at henvise til DRs website, hverken mere eller mindre.

Med hensyn til spørgsmålet om brugen af virkemidler, er det svært at gennemskue, hvad klageren præcis mener. Virkemidler som musik, lyddesign, voice over, klippehastighed, kameraføring, farvebearbejdning og lyssætning benyttes ikke alene i reklamefilm, men også i spillefilm, dokumentarprogrammer, features – selv nyhedsindslag. Levende billeder må nødvendigvis benytte virkemidler, og ingen er forbeholdt særlige genrer. Brugen af virkemidler indgår som en del af DRs redaktionelle overvejelser omkring foromtaler og dækning af DRs programmer, herunder de pågældende trailere og brugen af sådanne virkemidler gør ikke i sig selv DRs trailere til ulovlig reklame.

DR har som ønsket vedlagt en CD-R med relevante eksempler på de pågældende forhold i forbindelse med foromtalen af Roskilde Festival.”

DRs Steen Rødding Gori har den 5. december 2008 oplyst, at DR ikke har modtaget nogen form for økonomiske ydelser fra Roskilde Festivalen i forbindelse med afviklingen af programtrailerne.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Niels Nielsen har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame i programtrailerne sendt på DR1 og DR2 i ugen op til Roskilde Festivalen.

Klager anfører, at det er uacceptabelt, at det på DR1 og DR2 er blevet almindeligt at reklamere – evt. mod betaling – for arrangementer mv.; senest i form af daglige reklamer for Roskilde Festivalen.

DR har som bilag til hørings svar af 11. august 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en CD-R med en kort (17 sek.) og en lang version (33 sek.) af de påklagede programtrailerne.

I henhold til § 1, stk. 3, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, 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.

DRs programtrailere om DR.dk's dækning af Roskilde Festivalen er derfor egenreklame, som skal betragtes som et program. Programvirksomhed er ikke omfattet af reklamebekendtgørelsen, men uidentificeret reklame indeholdt i programvirksomheden vil være omfattet.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer, jf. § 72 i lov-bekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 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. I øvrigt bemærkes, at reklamer ikke må indgå i DRs programvirksomhed, jf. reklamebekendtgørelsens § 2.

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

"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."

For at udgøre skjult reklame skal fremhævelsen altså opfylde tre kumulative betingelser: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra tv-/radiospredningsorganets side; den skal være i reklameøjemed, 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 en vare eller tjenesteydelse eller en virksomheds varemærke eller navn: Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange eller 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 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, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Nævnet har forståelse for, at farvevalget og lydsporet, herunder den ivrige festdeltagers udsagn om "ølteltet", kan efterlade det indtryk, at det er Roskilde Festivalen frem for DRs hjemmeside, der reklameres for.

Radio- og tv-nævnet er enig med klager i, at begge programtrailere findes at indeholde væsentlige elementer fra Roskildefestivalen, herunder lydspor, baggrundsfarve og logo. Dette er ikke i sig selv ensbetydende med skjult reklame, idet enhver form for egenreklame vil indeholde elementer fra den eller de programmer, der henvises til.

Det afgørende for, om der foreligger skjult reklame, er dog ifølge kommissionens fortolkningsmeddelelse, om fremhævelsen kan siges at være uberettiget.

De to trailere adskiller sig fra hinanden primært på speaken.

Radio- og tv-nævnet finder i denne forbindelse den korte version uproblematisk, idet dennes speak udelukkende henviser til, at alt om "Danmarks største festival" kan findes på DRs hjemmeside; dr.dk/roskilde.

Den længere version indeholder en separat indledende speak, som må formodes at skulle forstås som værende sagt på Roskilde Festivalen. Herudover henviser speakeren til, at "Landets største musikfestival" snart åbner, og at "Danmarks stærkeste mediehus igen i år dækker hele baduljen med over 70 timers direkte tv, radio og webcast." Endelig henvises som i den korte version til DRs hjemmeside; dr.dk/roskilde.

Til trods for, at speaken indeholder festivaldeltagers fascination af et telt bygget af øldåser, finder Radio- og tv-nævnet ikke, at der er tale om en uberettiget fremhævelse.

Nævnet finder, at den faktuelle oplysning om festivalens åbning har en begrundet sammenhæng til DRs dækning af festivalen.

Radio- og tv-nævnet finder tillige DRs anvendelse af de fra Roskilde Festivalen genkendelige elementer i form af lyd, farver og logo redaktionelt begrundet og således ikke uberettiget fremhævet i forhold til trailernes anvendelse af DRs eget logo samt skriftlig og mundtlig henvisninger til DRs hjemmeside.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 16. december 2008 truffet følgende

AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at DRs programtrailere om "dr.dk/roskilde" sendt på DR1 og DR2 i uge 27 indeholder skjult reklame, jf. §§ 72 og 73, stk. 1, 1. pkt., i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007, og § 1, stk. 3, § 3, stk. 1, og § 4, stk. 1, 1. pkt., i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig
formand

/Lill-Jana Vandmose Larsen
nævnsssekretær

Kopi til:
Klager Niels Nielsen