

Foreningen TV København
c/o advokat Jørgen Reipuert Christiansen
Zolas Allé 7
2860 Søborg

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

28. januar 2009

Sagsnr: 2008-0132

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over skjult reklame for PRISAS sendt på TV København (Kanal København)

samt

Klage over skjult reklame i forskellige tv-udsendelser sendt på TV København (Kanal København), produceret af DanComTV

Ole Dam har ved e-mail af 29. maj 2008 indgivet følgende klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for PRISAS i et tv-program sendt på TV København (Kanal København) den 28. maj 2008 kl. 21.00, og hyppigt forekommende skjult reklame i udsendelser produceret af DanComTV, der sendes på Kanal København:

"...

Jeg vil gerne klage over Dan-Com TVs udsendelser, konkret som generel.

...

I en udsendelse i går på Kanal København udsendt af Dan-Com TV ca 21-22 var der et indslag med PRISAS som er en ny investeringsrådgiver oprettet af Claus Silfverberg.

Jeg mener at der er tale om skjult reklame eller reklame, der ikke overholder gældende regler.

...

Dan-Com TV har i de seneste par år konstant lavet udsendelser, der overtræder reglerne om reklame, idet indslagene alene har til formål at fremhæve de interviewedes produkter og tjenester. Telefonnummer og internetadresser m.v. på leverandørerne blev løbende gentaget mundtligt og skriftligt.

..."

Beskrivelse

Foreningen TV København har som bilag til høringssvar af 10. juli 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med indslaget om PRISAS sendt på TV København (Kanal København) den 28. maj 2008 samt efter anmodning

af Radio- og tv-nævnet til belysning af klagens anden del 5 CD-R med et antal udsendelser, produceret af DanComTV sendt på TV København (Kanal København).

1. Indslaget om PRISAS

Indslaget om varer i alt 10 minutter og 21 sekunder.

Udsendelsen indledes af Skjold Christensen, der oplyser om Claus W. Silfverbergs 12-års baggrund som "ildsjæl" og forhenværende direktør for Dansk Aktionærforening og at han nu har startet en ny virksomhed. Efterfølgende interviewes Claus W. Silfverberg.

Skjold Christensen siger:

"I 12 år har du været dynamo for aktionærerne i Danmark og så har du lige pludselig fundet ud af, at du vil stoppe. Hvorfor?"

Samtidigt vises et skærmbillede af hjemmesiden PRISAS.dk. Siden vises ca. 5 sekunder. Både firmaets logo foroven, skrevet med store blå bogstaver, og virksomhedsnavnet "Pensionsopsparernes Rådgivnings- og InvesteringsSelskab A/S" fremstår tydelige og kan let afkodes i den tid siden vises.

C.W. Silfverberg siger:

"Jeg stopper jo ikke, jeg fortsætter bare på en anden måde. I 12 år har jeg rådgivet kollektivt vores 19.450 medlemmer i aktionærforeningen, så nu har jeg fundet ud af at vil jeg prøve at gøre det på en anden måde. I stedet for at fortælle via vores blade og kurser om hvordan man gør, så vil jeg gå i in-fight med enkelte familier og enkelte mennesker, som sparer op til deres pension, som er interesseret i at få et meget bedre afkast end de gør i dag."

Imens vises der i ca. 5 sekunder en fremhævet bjælke fornedet med C.W. Silfverbergs navn, internetadressen www.PRISAS.dk samt et telefonnummer.

Derefter fortsætter interviewet med en lang række spørgsmål og svar, herunder følgende:

"...

Skjold Christensen spørger:

"Hvis man ikke ved noget om aktier og man gerne vil lære noget om aktiekurser, hvilken hjemmeside går man så gå ind på og ser samtlige danske aktier?"

C.W. Silfverberg svarer:

"Der findes jo selvfølgelig aktionærforeningens hjemmeside der hedder shareholders.dk., og så findes der også min nye hjemmeside der hedder PRISAS.dk. Der kan man her i februar måned tilmelde sig mit nye ugebrev, og der vil jeg helt nede på jorden i løbet af 20 uger fortælle, hvordan man griber pensionsopsparinger og aktieinvesteringer langsigtet og lønsomt an. Så der kan alle følge med og alle kan tilmelde sig, det er helt gratis."

...

Skjold Christensen spørger:

"Folk, der ikke har investeret i aktier før, eller har hørt noget dårligt om andre der har investeret fx i Kronebanken, hvordan finder de ud af, hvad de skal gøre?"

C.W. Silfverberg svarer:

"Det gør de fx ved at følge med i min føljeton inde på PRISAS.dk. Der er masser af myter omkring aktier. Mit budskab er, at det der med at investere i aktier, det er utroligt nemt at lære. Alle kan finde ud af det. Det er ikke svært og det kan læres på fx Dansk Aktionærforeningens aktieskoler eller ved at følge med i min føljeton. Det er ikke spor svært at lære. Det er bankerne, der påstår det er svært, men det er i realiteten enkelt, alle kan forstå det, det kræver ikke nogen særlig intellekt eller indsigt, så der er mange misforståelser der skal ryddes af vejen."

...

Skjold Christensen spørger:

"Og du forvalter andres penge. Der er et eller andet med at man kan begynde og spare op hos dig?"

C.W. Silfverberg svarer:

"Ja det er klart. Man kan blive kunde hos PRISAS, og så kan vi rådgive omkring hvordan man skal gøre, og vi ser altså gerne alle mulige mennesker, som har fået den første million kroner sparet op. Men på sigt vil vi selvfølgelig prøve at komme længere ned, men for at kunne gøre det skal vi have nogle rådgivnings værktøjer op at stå på nettet. Så måske laver vi en børsnotering inden vi rigtigt stort set faktisk kan komme i gang."

...

Efter en drøftelse, hvor C.W. Silfverberg hævder, at bankernes rådgivning er dyrt pga. bankrådgivernes position som både rådgivere og sælgere samt bankernes dyre tv-reklamer, spørger Skjold Christensen:

"Hvad skal jeg så gøre?"

C.W. Silfverberg svarer:

"Jamen du skal jo skifte over til PRISAS.dk. Du skal over til en formueforvalter, som er mere beskeden. Konceptet går ud på, at du som pensionsopsparer, du som investor kan blive medejer i min virksomhed. Så hvis at PRISAS kommer til at tjene for mange penge, så bliver de kanaliseret tilbage til vores ejere, til vores private investorer. Hele konceptet, hele ideen i konceptet er, at det skal være en forbrugervirksomhed det her, det skal ikke være en virksomhed, hvor der sidder nogle smarte rådgivere og scorer kassen."

Herefter bekræfter C.W. Silfverberg på Skjold Christensens spørgsmål, at man i fremtiden vil kunne starte en pensionsopsparing i PRISAS og han skildrer, hvorledes fremgangsmåden i givet fald vil være, fra indbetaling, styring og investering af opsparede penge til eksempler om mere konkret formuerådgivning for forskellige kundetyper mht. formuesituation, investeringshorisont og risikovillighed.

I alt vises skærmbilledet med PRISAS.dk's hjemmeside 9 gange à 5 sekunder.

Bjælken med C.W. Silfverbergs navn mv. vises i alt 5 gange à 5 sekunder.

2. De øvrige af indsendte TV København indsendte cd-rom

TV København har til oplysning af klagerens anden klagepunkt angående DanComTVs udsendelser efter anmodning af Radio- og tv-nævnet indsendt 5 cd-rom med forskellige udsendelser, produceret af DanComTV for TV København.

a. Den første cd-rom indeholder en udsendelse med titlen "Travlhed i CPH", som varer 24 minutter.

Udsendelsen starter med en ca. 8 sekunder lang visning af Københavns Lufthavns hjemmeside. Herunder står i store, tydeligt læselige bogstaver lufthavnens internetadresse, www.cph.dk, efterfulgt af en visning af udsendelsens titel.

Derefter introducerer Skjold Christensen fra DanComTV udsendelsen, mens der vises en bjælke med hans fornavn, e-mail-adresse og telefonnummer i ca. 5 sekunder. Udsendelsen handler således om travlhed i lufthavnen på en af sommerferiens store rejsedage.

Under udsendelsen vises der billeder af de mange rejsende og interviews med et antal erhvervsdrivende, der har virksomhed i lufthavnen. De erhvervsdrivende beskriver deres virksomheder generelt og deres særlige service under den travle sommerferietid.

De eksponerede virksomheder er:

- Star Tour: Stig Elling beskriver under interviewet med stor detaljeringsgrad og under fremhævelse af tal bl.a. Star Tours salgsservice på internettet, deres personlige service, deres særlige børnevenlige service under både flyrejser og ophold på rejser med StarTour, herunder temaaftener og shows, børneklubber mv. Der vises gentagne gange Stig Ellings navn og Star Tours internetadresse i en bjælke fornedet i ca. 5 sekunder af gangen. Interviewet varer 9 minutter.
- Thomas Cook Airlines Scandinavia: Interviewet med en medarbejder handler om stigende rejsepriser pga. stigende brændstofpriser og den generelle travlhed i lufthavnen, men der tales også om virksomhedens nye navn og søsterselskaber i udlandet, der giver gode forbindelser til billige hoteller mv. i udlandet. Medarbejderen informerer om muligheden for at bestille toldfrie varer hjemmefra, og leder derefter hen til virksomhedens særlige service mht. køb af spiritus mv.. I en bjælke fornedet vises i ca. 5 sekunder af gangen hans og virksomhedens navn. Interviewet varer ca. 5 minutter.
- Sterling: En medarbejder informerer om check in automaterne under fremhævelse af, at Sterling tilbyder denne nemme service. Bagved ses tydeligt et skilt med Sterlings navn på rød baggrund, og der vises hvordan automaterne virker, mens kameraet fokuserer på skærmen med Sterlings røde logo i hjørnet. Interviewet varer 3 minutter og 15 sekunder.
- Københavns Lufthavne: En medarbejder informerer om de travleste dage i lufthavnen, antal rejsende og den forbedrede service på disse dage. Hun nævner lufthavnens tiltag for at håndtere de mange rejsende bedre som check-in automater, bestilling af parkeringspladser og særlig familieservice. Herefter svarer hun på spørgsmål angående reglerne om medbragt væske under flyrejser samt til lufthavnens underholdning til de ventende rejsende som klovne og musikere. Interviewet varer 4 minutter og 20 sekunder.

b. Den anden cd-rom indeholder en udsendelse om sangeren Bjarne Andersen og varer 23 minutter. Udsendelsen indledes af Skjold Christensen med en visning af hans og hans virksomheds navn, e-mail adresse og telefonnummer i en bjælke fornedet. Derefter ses Bjarne Andersen, som præsenterer sig selv og omtaler to kommende koncerter i Danmark.

Der zoomes ind på en plakat, der viser et billede af Bjarne med dato og sted for koncerten, i Dyrehavsbakken i Madam Blå.

Derefter følger en visning af adressen til en anden koncert i Toksværd forsamlingshus, Holmegaard, hvor der også er angivet et telefonnummer til billetbestilling. Visningerne varer ca. 4 sekunder hver.

Udsendelsen handler om Bjarnes liv i USA og hans arbejde i studiet derhjemme. Indimellem vises Bjarnes Andersens navn og internetadresse på en bjælke foruden i ca. 4 sekunder. Også adresse og telefonnummer til billetbestilling til koncerten i Holmegaard vises to gange mere. Også navne og telefonnumre til bestilling af cd'er vises flere gange, den ene i over 10 sekunder.

Afslutningsvis vises også telefonnummeret for billetbestilling for koncerten og Bjarne Andersens internetadresse igen i store bogstaver.

c. Tredje cd-rom indeholder en udsendelse med titlen "Madmagasinet", der varer 23 minutter. Skjold Christensen indleder udsendelsen med ordene:

" Hotel Siemensens Gård i Svaneke, det er et rigtigt lækkert sted. Det er nyrenoveret, de har en fantastisk dygtig kok, og flotte værelser og rigtig god mad."

Imens vises en bjælke med Skjolds navn, produktionsvirksomhedens navn DanComTV, et tlf. nr. og DanComTV's e-mailadresse i ca. 4 sekunder.

Der vises også ganske kort et skærmbillede af hotellets hjemmeside.

Derefter følger et kort interview med hotellets leder, mens en bjælke med hendes og hotellets navn samt telefonnummer vises. Hun beskriver det idylliske hotel på Bornholm og hotellets gode køkken. Der vises billeder af hotellet forfra og en terrasse med spisende gæster.

Herefter interviewes hotellets kok, også med en visning af en bjælke med hans og hotellets navn, samt telefonnummer og hotellets internetadresse. Han fortæller bl.a. om sin uddannelse på et andet restaurant og viser i hotellets køkken, hvordan han tilbereder forskellige retter. Der omtales, hvor mange gæster hotellets restaurant plejer at have og hotellets faglige stolthed angående madens kvalitet. Der tales også om det pressede miljø i et stort køkken og den hårde tone de ansatte imellem.

Under samtalen og fremvisningen i køkkenet vises bjælken med navn, telefonnummer og internetadresse flere gange for ca. 4 sekunder.

Udsendelsen afsluttes med en visning af produktionsfirmaet Dancom TV telefonnummer og e-mail adresse, samt tak til hotellets medarbejdere, under angivelse af hotellets internetadresse.

d. Den fjerde cd-rom indeholder et program med titlen "Dansk top scenen". Programmet varer 14 minutter og 12 sekunder. Skjold Christensen, der står i Dyrehavsbakken, indleder udsendelsen med den bemærkning, at det er udsendelse nr. 83 fra dansk top scenen. Han bemærker at Pierrot er børnenes særlige ven, der kan bestilles til firmafester og børnehavefester.

Derefter vises coveret af en musik-cd med Ole Mørup, som en seer har vundet, og Ole Andersen optræder med sangen på scenen i Dyrehavsbakken.

Efter sangen vises Skjold Christensen foran Restaurant Laura på Dyrehavsbakken, og han nævner, restaurantens " *kæmpe buffet, som ikke er særlig dyr.*" I baggrunden ses restaurantens forside og et skilt, der viser at frokostbuffeten koster 99 kr. På et tidspunkt befinder Skjold Christensen sig inden i Restaurant Laura og viser buffeten frem.

Under udsendelsen vises flere gange en plakat, der oplyser om koncerter i Madam Blå i Dyrehavsbakken, med informationer om de optrædende kunstnere, entre samt tidspunkt og et telefonnummer til billetbestilling.

Der følger mange flere sange, som seere har vundet, og i forbindelse hermed vises altid musik-cd'ernes cover. Indimellem filmes Skjold Christensen kort foran forskellige forlystelser mv. på Dyrehavsbakken.

Udsendelsen afsluttes med en oplistning af de deltagende kunstnere, en visning af alle deres cd-covers og rulletekster med bl.a. henvisninger til sangskriverne, DanComTV og tak til Madam Blå, Dyrehavsbakken.

e. Den femte cd-rom indeholder en udsendelse med titlen "Kulturmagasinet", som varer 11 minutter og 10 sekunder. Udsendelsen begynder med et musikunderlagt intro, hvor der vises titlen Kulturmagasinet.dk. Herefter indleder Jan Eberhardt, der introducerer sig selv som direktør på Teatret bag Kroen, udsendelsen med en beretning bl.a. om teatret generelt, og hvilke teaterstykker der spilles i den kommende sæson. Der vises flere gange en bjælke forneden, der oplyser hans og teaterets navn samt kulturmagasinets hjemmeside i ca. 4 sekunder. Derudover zoomes ind på et facadeskilt med teaterets navn og i baggrunden kan ses plakater med informationer om aktuelle forestillinger.

Derefter følger et interview med Peter Holst-Beck, der er direktør for Gillelejevuen. Interviewet finder sted på restaurant Fyrkroen i Gilleleje. Jan Eberhardt nævner restaurantens navn to gange. Interviewet handler

om Gillelejevuen og kommende forestillinger og kunstnere. Der falder flere bemærkninger om den gode udsigt fra tagterrassen samt at man kan spise på restauranten inden forestillingerne. Der oplyses om tidspunkter for forestillinger mv., men også om at restauranten kan lejes til firmaarrangementer. På et tidspunkt vises et skilt med påskriften: *"Fyrkroen, God dansk mad og Nordsjællands smukkeste havudsigt"* i ca. 3 sekunder. Peter Holst-Beck fortæller om Fyrkroens historie og betydning som Gillelejes varetegn. Indimellem vises billeder af restaurantens tagterrasse og restaurantens forside samt lokalerne indenfor. Peter Holst-Beck oplyser om menuen på bestemte ugedage og prisen herfor. Han oplyser også om, at man kan bestille billetter telefonisk og på hjemmesiden. Flere gange vises en bjælke forneden i billedet, der oplyser hans navn, Gillelejevuens internetadresse og telefonnummer til billetbestilling i ca. 4 sekunder.

Derefter følger et indslag om en teaterforestilling af Teater Hund på Anemoneteatret og et indslag om "Paradisets have", der fremstilles som et børnevenligt udflugtsmål med have, restaurant og klappedyr. Under begge indslag oplyses der internetadresser, telefonnumre mv.

HØRING

Foreningen TV-KØBENHAVN

TV-KØBENHAVN har i høringssvar af 10. juli 2008 bl.a. anført følgende til Ole Dams klage:

"...

På linje med en række andre programleverandører er DanCom leverandør af tv-programmer til TV København. Vi har ikke tidligere modtaget kritik af vore programleverandører og deres programmer.

Vi har gennemgået programmet om PRISAS. Vi finder ikke, at der sker en uberettiget fremhævelse af PRISAS. Vi finder, at der i programmet gives en række konkrete og væsentlige informationer til seere, som må ønske at investere i aktier. Ofte har vi set, at "små" investorer bliver "sorteper" når de går i gang med investering i aktier. Vi finder derfor, at en kritisk information om aktiehandel er relevant, også når det gælder bankernes gebyrpolitik. Vi må dog medgive, at der er enkelte elementer i programmet i form af dækbilleder, som burde være behandlet på en anden måde. Der er anvendt et visitkort, hvilket kan give anledning til misforståelse. ..."

Vi har gennemgået disse punkter med DanCom og præciseret, at fremtidige leverancer ikke må give nogen anledning til kritik.

For så vidt angår klagepunkt 2 må vi medgive, at der er indslag af den omhandlede karakter i indslag modtaget af DanCom. Det er vores opfattelse, at programmer produceret af DanCom ikke væsentligt adskiller sig fra programmer i andre medier, omhandlende iværksættere og virksomhedsportrætter.

..."

I høringsvar af 1. december 2008 har advokat Jørgen Reipuert Christiansen på vegne af Foreningen TV-København derudover oplyst følgende:

" ...

Vi har drøftet Deres henvendelse med programproducenten. Denne har oplyst, at han ikke har fået vederlag fra PRISAS.

Det kan endvidere oplyses, at PRISAS heller ikke har ydet betaling eller lignende til TV København. Vi kan endvidere oplyse, at der heller ikke er ydet lignende fra de virksomheder, som der henvises til i Deres skrivelse.

..."

DanComTV

DanComTV har i udtalelse af 9. juli 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til Ole Dams klage:

" ...

DanComTV har ikke længere sendetilladelse og er i dag programleverandør til bl.a. Kanal København.

Jeg er ked af, at man synes, at min udsendelse om PRISAS er ren reklame, da jeg synes at udsendelsen er sprængfyldt med god og relevant forbrugerinformation om hvordan man investerer sin pensionsopsparing på bedste vis.

Mht. andre programmer som er leveret til Kanal København finder jeg ikke at de er fyldt med skjult reklame.

Der er tale om en række virksomhedsportrætter, hvorfor der naturligvis vil være henvisning til virksomhedens produkter og serviceydelser, som på linje med DR's udsendelser om kroer, kroferier, lokale fiskehandlere og mange andre virksomheds typer.

Jeg forsøger at leve op til de intentioner som det politiske og embedsmandssystemet ønsker, nemlig at få et så driftigt erhvervsliv som muligt i Danmark.

..."

I udtalelse af 1. december 2008 har DanComTV desuden oplyst, at der ikke er blevet ydet betaling til DanComTV fra PRISAS samt fra de virksomheder, der portrætteres i de øvrige her behandlede indslag produceret af DanComTV.

DanComTV anfører blandt andet:

"...

Madmagasinet på Bornholm

Der var en dygtig kok som lavede noget lækker mad som vi fik. Men ingen betaling.

Restaurant Laura Dyrehavsbakken har vi lavet oplæg foran fordi han er en utrolig flink indvandrer der ansætter unge mennesker i sin forretning, bl.a. en af mine veninders, og behandler dem pænt.

Ingen betaling

Travlhed i lufthavnen blev produceret på baggrund af en pressemeddelelse om store rejsedag. Jeg lavede interview med alle. Indbyrdes er de konkurrenter.

Ingen betaling

I den konkrete klage fra Ole Dam, hvor han klager over at Prisas får reklame, har jeg ingen betaling modtaget.

Jeg er i øvrigt meget stolt over at være fremsynet. Hvis Roskilde Bank kunderne havde set mit indslag med Prisas måtte de i dag ikke skulle gå fra hus og hjem.

..."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 26. januar 2009 behandlet sagen, og skal udtale:

Ole Dam har indgivet klage med anbringende om skjult reklame for PRISAS i et tv-program sendt på TV København (Kanal København) den 28. maj 2008 kl. 21.00.

Klager anfører, at der i programmet sker en uberettiget fremhævelse af PRISAS.

Klager påpeger derudover, at DanComTV i de seneste år konstant har lavet udsendelser, der overtræder reglerne om reklame, idet indslagene alene har til formål at fremhæve de interviewedes produkter og tjenester.

Radio- og tv-nævnet skal indledningsvis bemærke, at Nævnets afgørelser vedrørende reklamer i radio og fjernsyn er rettet mod den udsendende radio- eller tv-station. Den foreliggende afgørelse er derfor udelukkende rettet mod tv-stationen Foreningen TV København.

Foreningen TV København har som bilag til høringssvar af 10. juli 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med indslaget om PRISAS sendt på TV København (Kanal København) den 28. maj 2008 kl. 21.00 samt 5 cd-rom med et antal forskellige udsendelser, produceret af DanComTV, sendt på TV København (Kanal København).

I henhold til § 72, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, skal reklamer klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. 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.

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, tyder det på, at der foreligger skjult reklame.

Advokat Jørgen Reipuert Christiansen har på vegne af Foreningen TV-København oplyst, at der ikke er blevet ydet vederlag fra PRISAS eller de i de øvrige her behandlede udsendelser fremstillede erhvervsdrivende hverken til programproducenten DanCom TV eller til TV København.

Programmet om PRISAS fremstår som et virksomhedsportræt med oplysende elementer. Programmet indeholder et langt interview med C.W. Silfverberg, der svarer på spørgsmål angående Dansk Aktionærforening, sin nye rådgivningsvirksomhed PRISAS samt angående aktieinvestering og rådgivning desangående. Lignende gør sig gældende for de øvrige Nævnet forelagde udsendelser.

Spørgsmålet er herefter, om omtalen og eksponeringen af rådgivningsvirksomheden PRISAS og de i de øvrige Nævnet forelagde udsendelser eksponerede virksomheder må betragtes som skjult reklame og dermed er udsendt i strid med reglerne.

1. For så vidt angår udsendelsen om PRISAS finder Nævnet, at der sker en omfattende fremhævelse af rådgivningsvirksomheden PRISAS.

Indledende skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at Nævnet i en tidligere afgørelse af 18. juni 2001 vedrørende virksomhedsportrætter udsendt på DanComTV, som dengang selv var tv-foretagende, fandt, at der forelå skjult reklame. Radio- og tv-nævnet var af den opfattelse, at udsendelserne fremstod som lange reklameudsendelser for de pågældende firmaer. Nævnet lagde bl.a. vægt på gentagne fremhævelser og anprisninger og eksponering af virksomhederne med navn, firma, telefonnummer og internetadresse.

I udsendelsen om PRISAS vises der gentagne gange et skærbillede af hjemmesiden PRISAS.dk i ca. 5 sekunder. Både firmaets logo foroven, skrevet med store blå bogstaver og virksomhedsnavnet "Pensionsopparernes Rådgivnings- og InvesteringsSelskab A/S" fremstår tydelige og kan let afkodes i den tid siden vises. Af en bjælke, der vises gentagne gange i 5 sekunder, fremgår både C.W. Silfverbergs navn, internetadressen www.PRISAS.dk samt et telefonnummer.

Radio- og tv-nævnet henviser i denne sammenhæng til, at TV København i høringsvar af 10. juli 2008 har medgivet, at *"... enkelte elementer i programmet i form af dækbilleder, ... burde være behandlet på en anden måde. Der er anvendt et visitkort, hvilket kan give anledning til misforståelse. ..."*

TV København og DanComTV anfører derudover i de ovenfor refererede høringsvar, at der i programmet gives en række konkrete og væsentlige informationer til seere, som må ønske at investere i aktier, samt at udsendelsen indeholder god og relevant forbrugerinformation om hvordan man investerer sin pensionsopsparing.

Radio- og tv-nævnet skal hertil udtale, at en række spørgsmål i interviewet forekommer stillet med henblik på at give anledning til at fremhæve og anprise PRISAS. Et overvejende antal af svarene er derudover præget af en anprisende fremhævelse af PRISAS.

Som eksempler herpå kan Nævnet anføre følgende udtalelser:

"Man kan blive kunde hos PRISAS, og så kan vi rådgive omkring hvordan man skal gøre, og vi ser altså gerne alle mulige mennesker, som har fået den første million kroner sparet op. Men på sigt vil vi selvfølgelig prøve at komme længere ned, men for at kunne gøre det skal vi have nogle rådgivnings værktøjer op at stå på nettet. Så måske laver vi en børsnotering inden vi rigtigt stort set faktisk kan komme i gang."

(...)

På Skjold Christensens spørgsmål, hvad investorer kan gøre, for at undgå bankernes høje omkostninger, der bevirker dyre rådgivningsomkostninger, svarer C.W. Silfverberg:

"Jamen du skal jo skifte over til PRISAS.dk. Du skal over til en formueforvalter, som er mere beskeden. Konceptet går ud på, at du som pensionsopsparer, du som investor kan blive medejer i min virksomhed. Så hvis at PRISAS kommer til at tjene for mange penge, så bliver de kanaliseret tilbage til vores ejere, til vores private investorer. Hele konceptet, hele ideen i konceptet er, at det skal være en forbrugervirksomhed det her, det skal ikke være en virksomhed, hvor der sidder nogle smarte rådgivere og scorer kassen."

(...)

Samlet set er det Nævnets opfattelse, at en lang række af udtalelserne i udsendelsen om PRISAS ikke er redaktionel berettigede i forhold til

almindelig forbrugerinformation om pensionsopsparinger og aktieinvesteringer.

Nævnet finder på denne baggrund, at der ved visningen af skærbilledet af hjemmesiden PRISAS.dk samt visningen af den bjælke, der oplyser både C.W. Silfverbergs navn, internetadressen www.PRISAS.dk og et telefonnummer, sammenholdt med den anprisende og detaljerede karakter af udtalelserne under interviewet, foretages en uberettiget fremhævelse af PRISAS i strid med reglerne om skjult reklame.

2. I det følgende behandles de øvrige indsendte udsendelser, produceret af DanComTV for TV København.

Radio- og tv-nævnet har gennemgået de øvrige indsendte cd-rom med udsendelser, produceret af DanComTV, sendt på TV København.

Samlet set finder Nævnet, at mange af de ovenfor beskrevne detaljer tillige gør sig gældende i de øvrige forelagte udsendelser.

a. Dette gælder i særlig grad udsendelsen om "Travlhed i CPH", hvor forskellige virksomheder, herunder især Star Tour og Sterling, fremhæves under angivelse af både internetadresser og telefonnumre. Gennem spørgsmål og svar opnås en særlig anprisende fremstilling af virksomhedernes service, rejsetilbud og andre ydelser. Nævnet bemærker, at interviewet med medarbejderen fra Københavns Lufthavne dog kan ses som en undtagelse, da dette interview overvejende indeholder neutral og relevant information om lufthavnens faciliteter og serviceniveau for flyrejsende.

b. Til udsendelsen om Bjarne Andersen bemærker Nævnet, at det i en udsendelse om en kunstner af den foreliggende art er naturligt og uundgåeligt at der omtales udgivne cd'er og kunstnerens koncertaktiviteter, da dette har karakter af almindelig forbrugerinformation. I den konkrete udsendelse finder Nævnet imidlertid, at den gentagne visning af reklameplakater for forestående koncerter under angivelse af telefonnummer til billetbestilling samt telefonnumre til bestilling af cd'er går ud over grænsen for almindelig forbrugerinformation.

c. I begyndelsen af udsendelsen "Madmagasinet" anpriser og fremhæves hotellet under angivelse af internetadresse og telefonnummer, hvilket efter Nævnets opfattelse indebærer den samme form for uberettiget fremhævelse som fundet i de øvrige nævnte udsendelser. Interviewet og fremvisningen af madlavningen i køkkenet indeholder dog også mere neutrale elementer. Samlet set finder Nævnet imidlertid, at også denne udsendelse under henvisning til den anprisende omtale i udsendelsens

begyndelse og de gentagne angivelser af telefonnummer, internetadresse mv. indeholder skjult reklame.

d. Udsendelsen om "Dansk top scenen" indeholder efter Nævnets opfattelse enkelte bemærkninger og fremhævelser, eksempelvis omtalen af Restaurant Laura og visningen af en reklameplakat for koncerter i Madam Blå på Dyrehavsbakken, der har karakter af skjult reklame.

e. Med hensyn til udsendelsen "Kulturmagasinet" finder Nævnet, at der også her forekommer redaktionelt uberettigede fremhævelser af især Restaurant Fyrkroen i Gilleleje, gennem visning af en del billeder og en anprisende omtale under interviewet uden redaktionel berettigelse samt oplysninger om menuer og priser, telefonnumre mv. Lignende gør sig gældende for eksponeringen af udflugtsmålet "Paradisets have".

Nævnet skal derudover bemærke, at også fremhævelsen af tv produktionsvirksomheden DanComTV med navn, e-mail adresse og telefonnummer under en del af udsendelserne indeholder en fremhævelse af denne virksomhed uden redaktionel berettigelse i forhold til udsendelserne, der kan karakteriseres som skjult reklame.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 26. januar 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Programmet om PRISAS, sendt på TV København (Kanal København) den 28. maj 2008, indeholder skjult reklame i strid med § 72, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Programmerne "Travlhed i lufthavnen", "Bjarne Andersen", "Dansk top scenen", "Madmagasinet" og "Kulturmagasinet", produceret af DanComTV og sendt på TV København (Kanal København) indeholder ligeledes skjult reklame i strid med § 72, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

På baggrund af graden og antallet af forekomst af skjulte reklamer i udsendelserne, påtaler Nævnet overtrædelsen og tildeler Foreningen TV København en advarsel.

Nævnets sanktionsmuligheder i tilfælde af fremtidige overtrædelser af radio- og fjernsynslovgivningen er midlertidig eller endelig inddragelse af stationens programtilladelse, jf. § 50, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Kopi til:

Klager Ole Dam