

DR  
DR Byen  
Emil Holms Kanal 20  
0999 København C

Att. Hanne Bolbjerg

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

30. april 2009

Sagsnr: 2009-003348

Lill-Jana Vandmose Larsen  
Fuldmægtig, cand. jur.

lvj@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.: 3373 3335

## **Klage over skjult reklame for Forsvaret i programmet OBS sendt på DR1**

En klager ved navn "Michael" (intet efternavn angivet) har ved e-mail af 29. december 2008 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for Forsvaret i OBS-indslaget sendt på DR1 den 28. december 2008.

Klager anfører følgende:

*"I forbindelse med DR udsendelse OBS som blev sendt 2008-12-28 kl. 1220 viste de et reklamespot omkring hvervning af personel til Forsvaret. Reklamespottet slutter af med at man kan rekvirere bogen "Hvad kan jeg blive - I Forsvaret".*

*Samme reklamespot så jeg i biografen samme eftermiddag.*

*Umiddelbart må der her være tale om reklame - som helt bevidst er placeret i udsendelsen OBS.*

*Kan det være tilladt?"*

### **Beskrivelse**

DR har som bilag til hørings svar af 13. marts 2009 fremsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med OBS-indslaget sendt den 28. december 2008.

Indslaget varer 58 sekunder. Det indledes med et luftbillede over København efterfulgt af hurtigt skiftende billeder af en typisk dansk families morgenrutiner; en mor, der sætter sit barn ind i bilen og kører ud af indkørslen, en ung fyr går ud af hoveddøren og kører på cykel gennem Københavns gader. Der er tale om meget korte klip, som nu skifter til tilsvarende

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

hurtige billeder af en soldat, et undervisnings-/eksamenslokale, en kontrakt, der skrives under, et træningslokale, udbombede bygninger, kampfly, tankvogne, krigsskibe, en kvinde foran en pc, en såret mand på en bære osv.

En fortællerstemme speaker samtidig med de skiftende billeder følgende:

*"Forsvaret er et stort uddannelsessted og en helt ualmindelig arbejdsplads. Hver dag går ca. 25.000 mænd og kvinder i skole og på arbejde for at kæmpe for en fredelig og demokratiske udvikling i verden og i Danmark. Der skal trænes, der skal læses bøger og gøres karriere. Der skal ryddes op og rodes med motorer. Der skal pakkes tasker ud og der skal reddes menneskeliv. Der skal rejses og reflekteres. Der skal tales og tolkes, og der skal ledes og fordeles."*

Kvinden fra bilen i indslaget begyndelse ses tilbage i hjemmet, hvor hun børster tænder foran spejlet. Der skiftes til et nattebillede fra en udenlandsk grænsekontrol. Den unge cyklist fra indledningen kører hjemad gennem Københavns gader, mens mørket falder på, og indslaget afsluttes med et sent aftenbillede over Rådhuspladsen.

Fortællerstemmen fortsætter uafbrudt:

*"Og når dagen er omme tager de fleste hjem, men der er jo også nogen, der må blive og holde vagten. Vi søger helt almindelige mennesker, der har lyst til at arbejde og uddanne sig på en helt ualmindelig arbejdsplads. Se mere på [www.forsvaretsuddannelser](http://www.forsvaretsuddannelser), hvor du også kan bestille bogen "Hvad kan du blive i Forsvaret".*

Den røde bog vises på sort baggrund. Herunder ses Forsvarets logo i hvidt ved siden af teksten: *"Forsvarets Uddannelser. Et springbræt eller et ståsted for livet"* sammen med hjemmesideadressen; [www.forsvaretsuddannelser](http://www.forsvaretsuddannelser).

## **Høringssvar**

DR har i høringssvar af 13. marts 2009 anført følgende:

"(...)

*OBS-indslaget omhandler forsvarets hvervekampagne. Der vedlægges en DVD med det pågældende indslag.*

*Indledningsvis kan DR oplyse, at indslag om samfundsinformation af generel interesse samles og udsendes på DR TV i OBS-udsendelser. Formålet med et OBS-indslag skal være at bringe samfundsinformation af generel interesse for seerne. Samfundsinformation defineres i denne forbindelse som rådgivning om almene livsforhold samt oplysning om borgernes rettigheder og pligter i vort samfund. De samlede kriterier for at få sendt et OBS-indslag i DR findes i DRs regler, der medsendes som bilag.*

*Det konkrete indslag omhandler forsvarets hvervekampagne. I indslaget nævnes blandt andet, at "hver dag går 25.000 mennesker i skole og på arbejde for at kæmpe for en fredelig og demokratisk udvikling i verden og i Danmark". Dette beskriver en del af forsvarets virke og væsentlighed for Danmark, og forsvaret er således en vigtig og central del af det danske samfund, der varetager væsentlige samfundsinteresser. Der er tale om opgaver, som den danske stat har påtaget sig at udføre. Det vil sige, at det drejer sig om en meget basal og bred samfundsmæssig opgave og forpligtelse. At skaffe den fornødne arbejdskraft hertil er en naturlig del af dette arbejde.*

*Derfor falder forsvarets hvervekampagne ind under OBS-reglernes bestemmelse om oplysning om borgernes rettigheder og pligter i vort samfund og opfylder betingelserne for at blive udsendt på DR TV. At der henvises til forsvarets hjemmeside med yderligere oplysninger og information om, hvor man kan bestille bogen "Hvad kan du blive i forsvaret" ændrer ikke ved dette.*

*Forsvaret nævnes flere gange i indslaget, men det indgår som et helt naturligt led i indslaget. I det omfang der foreligger en fremhævelse af forsvaret er der således ikke tale om en uberettiget fremhævelse, og der er derfor heller ikke tale om skjult reklame for forsvaret.*

*(...)"*

### **Radio- og tv-nævnets vurdering**

"Michael" har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame i OBS-indslaget sendt på DR1 den 28. december 2008.

Klager anfører, at der er tale om egentlig reklame og et reklamespot - placeret i udsendelsen OBS - omkring hvervning af personel til Forsvaret.

DR har i høringssvaret anført, at indslaget beskriver en del af forsvarets virke og væsentlighed for Danmark, og at Forsvaret er en vigtig og central del af det danske samfund, der varetager væsentlige samfundsinteresser.

DR er af den opfattelse, at der er tale om en basal og bred samfundsmæssig opgave og forpligtelse, som den danske stat har påtaget sig at udføre, og at det er en naturlig del af dette arbejde at skaffe den fornødne arbejdskraft hertil. DR oplyser, at hvervekampagnen derfor falder ind under OBS-reglernes bestemmelse om oplysning om borgernes rettigheder og pligter i samfundet.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at DRs interne retningslinier for OBS-indslagene er afgørende for, hvorvidt der er tale om skjult reklame. I DRs retningslinier for OBS-indslagene, nævnes det reklamemæssige aspekt kun i punkt 3.2. beskrives således:

*"I forbindelse med eller i OBS indslag må der ikke forekomme nogen form for reklamemæssig udnyttelse. Det gælder både for enkeltpersoner, firmaer, foreninger, organisationer, produkter og andet."*

Vurderingen af, hvorvidt der er tale om skjult reklame, er i henhold til radio- og fjernsynslovgivningen mere nuanceret.

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 lignende, som er direkte afledt af, og som supplerer programmerne, samt public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed, ikke omfattet af reklamebekendtgørelsen.

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.

Radio- og tv-nævnet bemærker, at det pågældende OBS-indslag består af en hvervekampagne for Forsvaret. Der er derfor ubestridt, at Forsvaret er særligt fremhævet i forbindelse hermed.

Det afgørende bliver ifølge kommissionens fortolkningsmeddelelse, om fremhævelsen kan siges at være uberettiget.

Selvom DRs interne retningslinier ikke er afgørende for Radio- og tv-nævnets vurdering af skjult reklame, kan retningslinierne anvendes til at vurdere den redaktionelle begrundelse i forhold til udsendelsens formål.

Ifølge DRs udtalelse og retningslinierne er formålet med OBS-indslagene at bringe indslag om samfundsinformation af generel interesse for seerne. Samfundsinformation defineres i denne forbindelse som rådgivning om almene livsforhold samt oplysning om borgernes rettigheder og pligter i vort samfund.

Radio- og tv-nævnet er enige med DR i, at sætningen:

*"Hver dag går ca. 25.000 mænd og kvinder i skole og på arbejde for at kæmpe for en fredelig og demokratiske udvikling i verden og i Danmark"*

isoleret set indeholder oplysning til borgerne om samfundet; konkret om det danske forsvar. Nævnet finder dog ikke, at indslaget herudover indeholder oplysning om samfundet, ligesom formålet med det konkrete indslag ikke er at oplyse borgerne om Forsvarets virke. Indslagets formål må derimod være at skaffe flere ansøgere til Forsvaret, hvilket understøttes af DRs betegnelse af indslaget som "Forsvarets hvervekampagne". Der er således tale om en jobannonce for Forsvaret.

I indslaget sammenligner Forsvaret sig med andre arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner. Det er tillige Radio- og tv-nævnets opfattelse, at Forsvaret vedrørende hvervning af personel er i konkurrence med andre arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner. Forsvaret har derfor en klar ressourcemæssig interesse i eksponering af en jobannonce på DR.

Radio- og tv-nævnet finder, at Forsvaret derved opnår en uberettiget fremhævelse og fordel i forhold til øvrige danske og evt. udenlandske arbejdspladser og institutioner.

Det forhold, at Forsvaret hører under staten, finder Radio- og tv-nævnet ikke medfører, at fremhævelsen herved bliver berettiget, idet staten ikke skal gives mulighed for at annoncere på ulige og særligt gunstige vilkår i forhold til det private arbejdsmarked.

Radio- og tv-nævnet finder heller ikke, at det offentlige interesse i, at det danske forsvar har tilstrækkeligt personel, er et hensyn, som kan berettigg denne særlige fremhævelse af Forsvaret. Nævnet lægger ved denne vurdering vægt på, at der er en generel interesse i, at alle dele af det danske samfund er velfungerende, uanset om der er tale om den private eller den offentlige sektor, og at et sådant hensyn i så fald ville kunne begrunde enhver form for jobannonce for hårdt belastede områder, f.eks. håndværkere og sundhedssektoren.

Radio- og tv-nævnet finder således ikke, at der foreligger nogen redaktionel begrundelse for at bringe en hvervekampagne for Forsvaret i DRs OBS-indslag, hvorfor fremhævelsen betragtes som uberettiget.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 28. april 2009 truffet følgende

#### **AFGØRELSE:**

Radio- og tv-nævnet finder, at DRs OBS-indslag med hvervekampagne sendt på DR1 den 28. december 2008 indeholder skjult reklame for Forsvaret, jf. §§ 72 og 73, stk. 1, 1. pkt., i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed,

jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007, og § 2, § 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

/Kaspar D. Lindhardt  
sekretariatsleder

**Kopi til:**

Klager "Michael", mailadresse2@gmail.com