

TV 2 DANMARKS A/S
Teglholms Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

12. juni 2012

Sagsnr: 2012-000068

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over skjult reklame i TV 2' s julekalender "Ludwig og Julemanden"

Christian Schou har den 20. december 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for henholdsvis Skallerup Klit Feriecenter, Coca-Cola, Carlsberg, Frisko og Opel i julekalenderen "Ludwig og Julemanden" sendt i perioden den 1.-24. december 2011 på TV 2.

Christian Schou har anført følgende i klagen:

"...

Jeg vil gerne beklage mig over TV 2 julekalenderen Ludwig og Julemanden som er stop fyldt med reklamer i afsnittene.

Skallerup Klit bliver nævnt i rigtig mange af afsnittene, selvom dette er uden betydning for selve julekalenderen. Skallerup Klit Feriecenter bliver også i et af afsnittene vist.

I afsnit 19 bliver der konstant under samtale mellem familien fokuseret på Coca Cola og Carlsberg kasser. Disse kasser har igen ingen betydning for afsnittet. Det er meget tydeligt i dette afsnit at man virkelig skal bemærke kasserne med sodavand fra Coca Cola.

I enkelte afsnit bliver der fokuseret på Frisko fryser bl.a. hvor ringene er blevet gemt i denne fryser. Hvorfor skulle de lige gemmes i en Frisko fryser??

Alle biler der bliver brugt af familien mv. er Opel.

*Det er lidt sjovt, at alle ting der bliver vist med firma navne er ting som henvender sig til børn og deres familier.
Jeg finder niveauet af reklamer over acceptabelt i en børnejulekalender.*

..."

Beskrivelse

TV 2|DANMARK A/S har som bilag til hørings svar af 29. februar 2012 tilsendt Radio- og tv-nævnet 24 dvd' er med de enkelte afsnit af "Ludwig og Julemanden" sendt i perioden den 1.-24. december 2011 på TV 2.

I det følgende beskrives de relevante afsnit, hvori der forekommer eksponeringer af de af klager påpegede virksomheder.

Skallerup Klit Feriecenter indgår i afsnit 10 af "Ludwig og Julemanden":

I afsnit 10 står to af seriens hovedpersoner, Rebekka og Nicholas, og venter på bussen. Da de stiger ombord på bussen, beder Rebekka om to billetter til Skallerup Klit, hvortil Nicholas spørger: "Skallerup Klit?" "Ja," svarer Rebekka smilende, og bussen begynder at køre.

Senere vises Rebekka og Nicholas i bussen, og Nicholas spørger: "*Nå, så skal vi måske ud og gå en tur i klitterne? Det er bare fordi... jeg er altså ikke den store strandnisse*". Rebekka svarer: "*Bare vent og se*", og lidt efter ses bussen køre ind på området for Skallerup Klit Feriecenter. I højre side af skærbilledets forgrund ses et skilt, hvorpå der står: "Skallerup Klit". Skrifttypen og -farven svarer til Skallerup Klit Feriecenters logoer, der eksempelvis optræder på virksomhedens hjemmeside. Skiltet kan ses i ca. 6 sekunder.

I en scene, der følger kort tid efter i samme afsnit, vises Nicholas i badekåbe med en stak håndklæder i favnen. Han står i et spa-område og vises efterfølgende i forskellige situationer, idet han bl.a. smøres ind i mudder, bader i romersk bad, svømmer i en svømmehal, løfter håndvægte, prøver en vandrutsjebane og er i solarium. Scenerne har en baggrundsmusik med en let og munter tone.

I forbindelse med scenerne, der viser spa-opholdet, ses ingen skilte for "Skallerup Klit" eller lignende, ligesom der ikke vises personale fra Skallerup Klit Feriecenter.

Til sidst i afsnittet oplyses, at "Ludwig og Julemanden" er produceret med støtte fra bl.a. Skallerup Klit.

Coca-Cola/Carlsberg ses bl.a. i afsnit 8, 10 19 og 22:

I afsnit 8 er hovedpersonerne Rebekka, Ludwig, Martine og Nicholas taget på kroen "Den gamle Smedie". Kort efter de er ankommet, kommer kro-ejerens barnebarn, Thomas, hen til Rebekka og Martine. Han holder en flaske Coca-Cola i hver hånd, og siger følgende:

"Hej piger! Jeg giver lige en omgang på min regning. Man kan selvfølgelig også få en Cola, hvis man hellere vil have det?"

Pigerne ser kort på Thomas, hvorefter de går.

I de scener, hvor kameraet fokuserer på Thomas, indgår Coca-Cola flaskerne i billedet i sammenlagt ca. 20 sekunder. Der zoomes ikke ind på flaskerne.

I afsnit 10 opsøger Rebekka Thomas på kroen. Udenfor kroen står seks røde sodavandskasser med et lille hvidt Coca-Cola logo på, som kort kan ses, idet Thomas træder ud af døren til kroen for at tale med Rebecca. Imens Thomas og Rebekka taler sammen, kan sodavandskasserne ikke ses. På et tidspunkt anes kasserne dog i baggrunden, idet Thomas læner sig op af dem.

Da Rebekka går, vender Thomas sig om for at bære sodavandskasserne ind i kroen, og disse ses således igen i billedet. Der zoomes ikke ind på sodavandskasserne.

I afsnit 19 ses moderen Kirsten og drengene Rasmus og Thomas i familiens køkken, hvor de er ved at gøre klar til en "spøgelsesfest". Mens de taler sammen, kan sodavandskasser af mærket Coca-Cola og Carlsberg-øl kasser anes i baggrunden.

I afsnit 22 afholdes "spøgelsesfesten", og der står en større mængde flasker med Coca-Cola og Carlsberg linet op på et bord.

Lillebroderen Rasmus står i "baren" og rækker en flaske Coca-Cola til en mand, som drikker af Cola' en, hvorefter han laver en grimasse. Han holder dog delvist henover Coca-Cola-mærkatet. Herefter spørger han, om Rasmus vil tage livet af ham og stiller Cola' en tilbage på bordet, hvorved opstillingen af Coca-Cola og Carlsberg-flaskerne igen kan ses.

Der forekommer ikke zoom eller anden tæt fokusering på flaskerne. Flaskerne ses dog i alt ca. 15 sekunder og mærkaterne er vendt ud mod kameraet.

Mens de fleste af gæsterne til festen holder neutrale glas i hånden, vises kroejeren flygtigt med en flaske Carlsberg i hånden. Han holder dog delvist og på et tidspunkt helt for Carlsberg-mærkatet.

Frisko ses bl.a. i afsnit 9 og 16:

I afsnit 9 er Martine, Ludwig og Rebekka bl.a. i kroen "Den gamle Smedie" for at tale om de tre kroneringe. Mens de taler, kan i baggrunden anes en fryser påført et Frisko-mærkat. Der zoomes på intet tidspunkt ind på fryseren.

I afsnit 16 forekommer en scene, hvor Thomas leder efter to kroneringe, som ligger gemt i en fryser. Thomas vises, mens han står i krolokalet ved siden af en fryser påført et Frisko-logo, hvori der indgår firmanavnet Frisko. Rummet ses i full-screen, og der zoomes hverken ind på fryseren, Friskos logo eller navnet Frisko. Herefter åbner Thomas fryseren og leder efter de to kroneringe, som børnene har gemt. I denne tættere kameraindstilling kan logoet for Frisko og firmanavnet Frisko ikke ses.

Efterfølgende ses rummet igen i full-screen og fryseren med Frisko-logoet ses atter i baggrunden.

Frisko-logoet ses i sammenlagt ca. 10 sekunder.

Opel optræder bl.a. i afsnit 1, 9, 21 og 22:

I afsnit 1 ankommer familien Glad, som udgør en del af den centrale personkreds i serien, i en sølvgrå bil til Børghlum Kloster og kører ind i gården for at parkere. Mens familien stiger ud, ses bilen fra siden og bagfra, og der kan ikke ses logoer m.v.

Efter familien har tømt bilen, lukker faderen bagklappen til bagagerummet i og krammer moderen. Bilens bagparti med et Opel-logo kan anes i baggrunden i ca. 5 sekunder.

Da familien går fra bilen og ind på Klostret, kan logoet skimtes endnu en gang i baggrunden i ca. 3 sekunder.

Senere kører faderen børnene i skole, og bilen ses, mens den kører ud af klostrets port. Bilens front ses og logoet for Opel kan anes i ca. 5 sekunder.

Herefter vises bilen, imens den kører gennem byen og hen til børnenes skole. Bilen ses herved fra siden og på en vis afstand uden visning af logo.

I afsnit 9 ankommer et ægtepar, som skal se på Børghlum Kloster, i en sort bil. Bilen filmes forfra på en vis afstand, idet den drejer ind på gårdspladsen, og et logo for Opel kan skimtes på bilens front i ca. 3 sekunder.

Bilen bliver parkeret og ægteparret stiger ud. Alt imens ses bilen fra siden uden visning af logo.

Mens ægteparret vises rundt af Ludwig, ankommer børnenes moder til klostret i den sølvgrå bil. Bilens side samt front kan ses og det samme kan logoet for Opel. Bilen og Opel-logoet ses i i alt ca. 5 sekunder.

Herefter forlader ægteparret klostret, og mens de går hen til og stiger ind i deres bil, kan Opel' s logo skimtes to gange ganske kort. Logoet ses i sammenlagt ca. 5 sekunder, dog uden brug af zoom eller lignende.

I afsnit 21 og 22 anvendes ligeledes biler af mærket Opel. Bilernes side og front kan ses, og det samme kan bilmærket. I de scener, hvor mærket kan ses, vises det imidlertid kun i få sekunder og kun svagt i baggrunden.

Høring

TV 2|DANMARK A/S

TV 2|DANMARK A/S har i udtalelse af 29. februar 2012 anført følgende:

"...

Radio- og TV-nævnet har anmodet TV 2|DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende lovligheden af eksponering af diverse produkter i "Ludvig og Julemanden" sendt på TV 2 i perioden 1. – 24. december 2011.

Anledningen er en klage til nævnet fra Christian Schou, som mener, at julekalenderen indeholder skjult reklame for hhv. Skallerup Klit, Coca-Cola, Carlsberg og Frisko. Klageren finder, at de pågældende produkter fremhæves undervejs i kalenderen, uden at det kan forklares med produkternes betydning for historien. Herudover konstaterer han, at "alle biler der bliver brugt af familien mv." er af mærket Opel.

Klageren har kun i et enkelt tilfælde specificeret en konkret eksponering, som efter hans vurdering udgør skjult reklame. Det drejer sig om en scene i afsnit 19, hvor der under en samtale i familien angiveligt fokuseres på Coca-Cola og Carlsberg. For så vidt angår de øvrige forhold, har han blot henvist til julekalenderen som sådan, hvilket i et vist omfang gør det vanskeligt at tage stilling til de konkrete påståede overtrædelser.

TV 2|DANMARK A/S har efter konsultation med produktionsselskabet bag julekalenderen udvalgt et antal scener, som må formodes at have dannet grundlag for klagerens henvendelse. Hvorvidt der herudover indgår se-

kvenser i kalenderen, som efter klagerens opfattelse indeholder skjult reklame, har TV 2|DANMARK A/S i sagens natur ikke mulighed for at forholde sig til.

Skallerup Klit:

Episode 10, 14:45 – 16:58:

Rebekka og Nicholas ses stigende ind i en bus, og Rebekka beder om to billetter til Skallerup Klit. Nicholas siger undrende: "Skallerup Klit?", hvortil Rebekka smiler og svarer ja.

Efter en krydsklipning til Julie og hendes hjælpere, der er ved at gøre hende klar til daten med Nicholas, ses Rebekka og Nicholas siddende i bussen, og Nicholas spørger: "Nå, så skal vi måske ud og gå en tur i klitterne? Det bare fordi – jeg er altså ikke den store strandnisse". Rebekka svarer: "Bare vent og se", og lidt efter ser man bussen standse. I højre side af billedet ses et skilt med "Skallerup Klit", men der fokuseres ikke herpå, og kameraet forbliver i full-screen tilstand, mens Nicholas og Rebekka står ud. Der krydsklippes herefter igen til Julie, der tilsyneladende er i gang med en omfattende skønhedsbehandling.

Som modsvar hertil ser man Nicholas i forskellige spa-situationer: han bliver smurt ind i mudder, bader i et romersk bad, bliver pacet af Rebekka i svømmehallen, løfter håndvægte, og ses til sidst på vej ind i et solarium. Formålet med hans ophold er tydeligvis at få ham gjort "kampklar" til daten med Julie, og under hele forløbet krydsklippes der som nævnt til hendes tilsvarende bestræbelser i det hjemlige badekar. Nicholas' eneste ikke-spa-relaterede aktivitet er en tur i en vandrutschebane, der er med til at understrege hans glade og en smule barnlige karakter. Der ses ingen logoer eller andre kendetegn for Skallerup Klit under Nicholas og Rebekkas ophold, og udover hænderne på den behandler, der giver ham en mudderkur, ser man heller ikke centrets personale.

Scenerne har til formål at illustrere, hvordan Nicholas og Julie hver især gør sig klar til daten, og da holdet bag julekalenderen i forvejen boede på Skallerup Klit Feriecenter, var det oplagt at optage scenerne med Nicholas' wellness-kur netop der.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at Skallerup Klit ikke fremhæves i de pågældende scener, udover hvad der er nødvendigt af hensyn til seernes forståelse af handlingen.

Sponsorkrediteringen i programmets rulletekster af Skallerup Klit dækker både over filmholdets ophold i feriecentret, samt adgangen til at låne spa-faciliteterne til de nævnte optagelser.

Coca Cola / Carlsberg:

Episode 8, Tidskode 15:30 – 17:20:

Scenen foregår i kroen "Den Gamle Smedie", og Thomas, der er kroejerenes barnebarn, kommer hen til Rebekka og Martine og siger: "Hej piger – jeg giver lige en omgang på min regning", mens han holder en Coca-Cola i hver hånd. Hans hånd dækker over det meste af etiketten, og da der ej heller fokuseres på flaskerne, er det ikke videre synligt, at der lige præcis er tale om dette cola-mærke. Pigerne ser udtryksløst på ham, hvorefter han nervøst siger "Man kan selvfølgelig også få en cola, hvis man hellere vil have det, ha ha".

Det fremhæves således hverken i dialogen eller rent visuelt, at det lige netop er Coca-Cola, han tilbyder pigerne. Da Coca-Cola er det mest solgte cola-mærke i Danmark, må det samtidig siges at være naturligt, at man lige netop har valgt at bruge dette mærke i scenen.

Efter denne scene ser man Nicholas, Ludvig, Rebekka og Martine, der holder møde i et baglokale til kroen. Det er tydeligvis en mellemtid mellem et køkken og et lagerrum, og der ses bl.a. et komfur, en sæk kartofler og to røde sodavandskasser med et hvidt Coca-Cola logo på siden. Martine bruger kasserne som fodskammel, og Rebekka støtter sit ene ben på dem. Der er på intet tidspunkt fokus på kasserne, og det er efter TV 2|DANMARK A/S' opfattelse naturligt, at der i et lagerlokale til et udskænkingssted står et par sodavandskasser.

Episode 10, Tidskode 11:53 – 13:36:

Nogle røde sodavandskasser med et lille hvidt Coca-Cola logo står udenfor kroen uden at være i særlig fokus, og Thomas kommer ud ad døren, angiveligt for at flytte kasserne ind. Han bliver afbrudt af Rebekka, som kommer for at spørge ham om noget, og mens de taler sammen, kan man ikke se kasserne. Da Rebekka er gået, vender Thomas sig for at bære kasserne ind i huset, hvilket man ser på så lang afstand, at man ikke kan se hverken indholdet af kasserne eller Coca-Cola logoet.

Episode 19, Tidskode 21:27 – 22:05:

Moderen Kirsten og Rasmus og Thomas ses i familiens køkken, hvor de er ved at gøre klar til den store "spøgelsesfest". Der ligger en masse pynt til festen på køkkenbordet, hvor der også står glas i kasser, ligesom der på gulvet står to høje vogne med bakker med diverse service. Scenen varer i alt ca. 35 sekunder, og i løbet af 4 korte klip kan man bag moderen se, at der bagest i køkkenet står nogle øl- og sodavandskasser med henholdsvis Carlsberg og Coca-Cola på siden. Disse klip varer i alt ca. 6-7 sekunder, og

der fokuseres ikke på kasserne undervejs – faktisk fremstår de uskarpe i flere af klippene, fordi kameraets fokus er indstillet på moderen.

Tilstedeværelsen af de nævnte øl- og sodavandskasser er sammen med de øvrige rekvisitter med til at illustrere, at man forbereder en stor fest.

Herudover ses der Coca-Cola og Carlsberg flasker i andre afsnit, hvor de er brugt i handlingen i forbindelse med krobesøg, fester og lignende. I ingen af tilfældene fokuseres der særligt på flaskerne, ligesom de ikke fremhæves på anden måde. De indgår således naturligt i handlingen som en del af det miljø, der forsøges beskrevet i de pågældende scener.

At der ikke indgår øl- og sodavandskasser fra andre leverandører, skal ikke ses som en tilsigtet fremhævelse af lige netop Carlsberg og Coca-Cola, men skyldes, at det logistisk set var mere formålstjenligt blot at flytte rundt på et mindre antal kasser mellem de scener, hvor disse naturligt indgik i enten handlingen eller interiøret.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at hverken Coca-Cola eller Carlsberg fremhæves unødigt i nogen af de ovenfor nævnte scener.

Det kan herudover oplyses, at produktionen ikke har modtaget nogen form for støtte eller sponsorering fra hverken Carlsberg eller Coca-Cola.

Frisko:

Episode 9, Tidskode 12.14 – 17:35:

Scenen foregår i "Den Gamle Smedie", hvor Martine, Ludvig og Rebekka mødes for at tale om de tre kroneringe. Hvis man ser godt efter ved scenens start, kan man se, at der i baggrunden står en Frisko isfryser. Fryseren indgår som en naturlig del af indretningen for at understrege, at der er tale om en kro, og selvom handlingen finder sted om vinteren, er kroen udstyret med det inventar, der normalt forefindes sådanne steder året rundt.

Episode 16, Tidskode 15:00 – 16:16:

Thomas kommer ind i kroen for at finde sin morfar. Han går lidt rastløs rundt, tænder for stereoanlægget, og får så øje på fryseren med is. Han går hen og åbner den, og roder lidt rundt blandt isene, inden han finder to af de kroneringe, som hele julekalenderen handler om. Logoet på fryseren kan ses i de to klip, hvor man ser rummet i full-screen, men der zoomes ikke på noget tidspunkt ind på logoet. Som ovenfor nævnt indgår fryseren som en del af det naturlige inventar i kroen, og spiller her således rollen som gemmested for de famøse kroneringe, hvorfor det som en del af handlingen er nødvendigt, at man kan se fryseren.

Valget af lige præcis en Frisko-fryser skyldes, at den kunne fås i en størrelse, der var forholdsvis nem at håndtere, og at denne type fryser i øvrigt ses i mange kiosker, cafeer og andre udsækningssteder, hvorfor den naturligt kunne indgå i kroens inventar.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at fryseren ikke fremhæves unødigt.

Det kan herudover oplyses, at fryseren ikke er blevet betalt af Frisko eller på anden måde sponsoreret.

Opel:

Episode 1, Tidskode 04:00 - 04:33:

Familien Glad ankommer til Børglum Kloster og kører ind i gården for at parkere. Man ser den sølvgrå bil bagfra, mens familien stiger ud, men logoet på bagklappen er udenfor kameravinklen. Først da faderen lukker bagklappen, kan man se, at der er tale om en Opel. Logoet er dog kun synligt ad to omgange i forholdsvis korte klip.

Episode 1, Tidskode 16:20 – 17:42:

Faderen kører børnene i skole på deres første skoledag, og bilen ses i klip på turen fra klosteret til skolen for at beskrive vejen fra klosteret og ind til byen. Det er imidlertid kun, da den kører ud af klosterets port, at logoet på bilens front er synligt, og da den ses på lang afstand, vil det formodentlig være de færreste, der overhovedet kan se, at det er en Opel. I de øvrige klip ses bilen fra siden eller indefra.

Episode 9, Tidskode 17:36 – 21:00:

En sort bil kører ind gennem klosterets port, og i et kort glimt, da den drejer ind i gården, kan man se, at det er en Opel. Ejere af bilen, et ægtepar, er kommet for at få en rundvisning på klosteret, der er sat til salg. Bilen ses igen, da parret lidt senere forlader klosteret, men der er ikke fokus på selve bilen. Logoet på bagklappen kan ses i beskåret udgave i to korte glimt, og ellers ses logoet kun, når kameravinklen viser hele gårdspladsen, hvor også familiens egen Opel står, eftersom moderen lige er ankommet i den.

Episode 21, Tidskode 04:55 – 05:15:

Moderen går rundt inde i gården og taler med kroejeren og hans én af hans medarbejdere. Familiens sølvgrå bil er parkeret i baggrunden, men der er ikke særlig fokus på den, og en stor del af tiden dækker kroejeren for bilens front, således at logoet ikke er synligt.

Episode 21, Tidskode 15:30 – 16:55:

Familien skal i kirke, og man ser dem stige ind i bilen inde i klosterets gård. Bilen er kun synlig fra siden, og det er således først, da den kører ud gennem porten, at man kan se dens front med nummerplade og logo. De parkerer foran kirken, men her ses bilen kun fra siden.

Episode 22, Tidskode 03:55 – 05:20:

Moderen og familiens børn er ved at få en historielektion af kirketjeneren foran kirken, da de hører faderen banke på indersiden af kirkens dør. Moderen og børnene løber derhen, og man kan i den forbindelse i kanten af billedet se fronten på familiens bil, der stadig holder parkeret foran kirken. Herudover ses bilen kun kort, da den kører væk fra kirken, men uden at være i nærbillede.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at bilmærket Opel ikke fremhæves undervejs i programmerne, udover hvad der er naturligt i forhold til selve fortællingen. De to nævnte biler er udlånt gratis af Uggerhøj Biler, som også er krediteret i rulleteksterne, men dette er sket uden lovinng om eksponering af bilerne i programmerne. Det er desuden produktions-selskabet selv og altså ikke leverandøren, der har valgt, at det lige netop skulle være disse to biler, der skulle bruges.

Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK A/S' samlede vurdering, at eksponeringerne af de nævnte produkter i "Ludvig og Julemanden" indgår naturligt i handlingen og det miljø, der forsøges beskrevet i kalenderen, ligesom produkterne ikke "fremhæves på særlig måde" i strid med § 29, stk. 1, i Bekendtgørelse om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

..."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, og nr. 4, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 4. juni 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Christian Schou har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for henholdsvis Skallerup Klit Feriecenter, Coca-Cola, Carlsberg, Frisko og Opel i julekalenderen "Ludwig og Julemanden" sendt i perioden den 1.- 24. december 2011 på TV 2.

Skallerup Klit Feriecenter

Skallerup Klit Feriecenter krediteres som sponsor i julekalenderens rulletekster, og denne sponsorkreditering dækker ifølge TV 2 DANMARK A/S dels over filmholdets ophold i feriecentret dels adgangen til at låne spa-faciliteterne til optagelserne i afsnit 10.

Eftersom Skallerup Klit Feriecenter er sponsor, finder sponsoreringsreglerne således anvendelse.

Ved sponsorering af programmer forstås i henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, jf. bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af radio- og fjernsynsprogrammer, herunder tekst-tv-sider, fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- eller fjernsynsprogrammer, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, mærke (logo), image, aktiviteter eller produkter.

I henhold til § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, skal sponsorerede programmer klart identificeres ved, at sponsorens navn, logo eller andet symbol, herunder angivelse af sponsorens produkt, tjenesteydelse eller et kendemærke herfor, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet.

I henhold til radio- og fjernsynslovens § 82, må et sponsoreret program ikke tilskynde til afsætning af sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser og må ikke promovere deres varer eller tjenesteydelser.

Reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, specificerer desuden, at et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser, og disse må navnlig ikke må fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

Indledningsvist skal det vurderes, om der er tale om en angivelse af sponsors navn, logo eller andet symbol i programmet i strid med reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1. 2. pkt.

I nærværende sag henvises der såvel mundtligt som visuelt til Skallerup Klit i programmet. I de scener, der omhandler busturen til Skallerup Klit, nævnes betegnelsen "Skallerup Klit" to gange mundtligt. Senere vises desuden en bus, som kører ind på området for Skallerup Klit Feriecenter, og i

højre side af billedet ses i ca. 6 sekunder et skilt med påskriften "Skallerup Klit". Skriftypen og -farven svarer til Skallerup Klit Feriecenters logoer, der eksempelvis optræder på virksomhedens hjemmeside.

For så vidt angår den mundtlige henvisning, er begrebet "Skallerup Klit" en betegnelse for et område på den jyske vestkyst. Efter Nævnets vurdering er den mundtlige omtale af Skallerup Klit således ikke at sidestille med en angivelse af Feriecentret Skallerup Klit og dermed af sponsor.

På skiltet for Skallerup Klit vises imidlertid sponsors navn med sponsors skrifttype og -farve. Visningen varer i alt ca. 6 sekunder. Skiltet vises i højre side af forgrunden og indtager dermed en for øjet central placering i det samlede billede.

Under hensyntagen til visningens varighed og centrale placering er det Nævnets vurdering, at der i strid med § 27, stk. 1, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen er tale om en angivelse af sponsors logo inde i programmet.

Spørgsmålet er herudover, om der efter en samlet vurdering af de scener, som foregår på Skallerup Klit Feriecenter, tillige er tale om en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, hvorefter et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser, og hvorefter disse navnlig ikke må fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

Efter Radio- og tv-nævnets tidligere praksis skal der ved fortolkningen af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, anlægges de samme synspunkter, som benyttes ved stillingtagen til, om et program indeholder skjult reklame.¹

Spørgsmålet er således, om der foreligger fremhævelser af Skallerup Klit Feriecenter og dets faciliteter m.v., som går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

Et sponsoreret program udelukker ikke en redaktionel berettiget, neutral og saglig omtale af sponsors produkter, hvilket bl.a. fremgår af Radio- og tv-nævnets afgørelse af 1. september 2006, hvor et tema om vinterdæk i TV 2' s vejrudsigt ikke var i strid med reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, selvom programmet var sponsoreret af et dækfirma.

I det foreliggende afsnit indgår ud over de nævnte mundtlige bemærkninger i bussen og visningen af skiltet for Skallerup Klit Feriecenter en række scener, der foregår i forskellige spa-områder.

¹ Jf. Radio- og tv-nævnets afgørelse af 22. december 2006 vedrørende klage over skjult reklame for Oddset i VM-transmission på DR1

For så vidt angår de scener, der omhandler busturen til Skallerup Klit, hvor betegnelsen "Skallerup Klit" nævnes to gange, er der som anført tale om en betegnelse for et område på den jyske vestkyst. Denne omtale kan derfor efter Nævnets vurdering ikke isoleret set anses som en fremhævelse af Skallerup Klit Feriecenter.

Det viste skilt for Skallerup Klit udgør derimod i lyset af den anvendte skrifttype og -farve som anført en henvisning til sponsor.

Kort efter ankomsten følger derudover en række scener, hvor en af hovedpersonerne bruger forskellige faciliteter i Skallerup Klit Feriecenter. Under scenerne er der ikke angivet logoer, skilte m.v., og der forekommer ikke visninger af feriecentrets personale. Gennem de nævnte mundtlige henvisninger og navnlig det viste skilt med feriecentrets navn står det imidlertid klart, at scenerne foregår på Skallerup Klit Feriecenter.

Efter en samlet vurdering er det derfor Radio- og tv-nævnets vurdering, at der er sket en fremhævelse af nogle af de faciliteter, som Skallerup Klit Feriecenter tilbyder.

Spørgsmålet er herefter, om fremhævelsen er uberettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

TV 2 DANMARK A/S oplyser i sit hørings svar, at scenerne på feriecentrets område skal illustrere, hvorledes Nicholas gøres klar til sin date med Julie. Det oplyses derudover, at holdet bag julekalenderen i forvejen boede på Skallerup Klit Feriecenter, hvorfor det var oplagt at optage scenerne med Nicholas' wellness-kur netop der. Endvidere anfører TV 2 DANMARK A/S, at det er stationens samlede vurdering, at Skallerup Klit Feriecenter ikke fremhæves i de pågældende scener, udover hvad der er nødvendigt af hensyn til seernes forståelse af handlingen.

Radio- og tv-nævnet skal bemærke, at den kendsgerning, at filmholdet i forvejen befandt sig på stedet, ikke kan begrunde fremhævelserne af sponsors produkter i forhold til programmets redaktionelle indhold.

Nicholas vises i de omtalte scener, idet han bl.a. smøres ind i mudder, bader i romersk bad, svømmer i svømmehallen, løfter håndvægte, prøver en vandruksjebane og er i solarium. Scenerne har en baggrundsmusik med en let og munter tone, og wellness-opholdet fremstilles gennemgående positivt. På baggrund af de mundtlige bemærkninger i bussen, og navnlig visningen af skiltet ved bussens ankomst, fremstår det klart, at scenerne foregår på Skallerup Klit Feriecenter.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at den positive fremstilling af faciliteterne på Skallerup Klit Feriecenter sammenholdt med oplysningerne om, at der netop er tale om Skallerup Klit Feriecenter, medfører en fremhævelse af sponsors produkter, der går ud over, hvad der er nødvendigt for at formidle handlingen til seeren. Der er dermed tale om en fremhævelse, der går ud over, hvad der kan betegnes som nødvendig og berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

Nævnet finder på denne baggrund tillige, at scenerne vedrørende Skallerup Klit Feriecenter indeholder overtrædelser af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1.

Opel:

For så vidt angår brugen af biler af mærket Opel, er det af TV 2 DANMARK A/S oplyst i hørings svar af 29. februar 2012, at bilerne er udlånt gratis af Uggerhøj Biler, som er krediteret herfor i rulleteksterne, og at brugen af bilerne er sket uden lovning om eksponering af bilerne i programmerne.

Eftersom bilerne er udlånt af sponsor, finder sponsoreringsreglerne ligeledes anvendelse i dette tilfælde.

Spørgsmålet er herefter, om der i scenerne, hvor biler af mærket Opel anvendes, er sket en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, hvorefter sponsors produkter bl.a. ikke må fremhæves på en særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

Ved fortolkningen af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, skal der som ovenfor nævnt anlægges de samme synspunkter, som benyttes ved stilningtagen til, om et program indeholder skjult reklame.

Det skal derfor vurderes, hvorvidt der er sket en fremhævelse af Opel i "Ludwig og Julemanden".

I i alt fire afsnit ses og anvendes biler af mærket Opel. I afsnit 1 ankommer familien Glad til Børglum Kloster i en sølvgrå bil. Mens bilen parkeres på gårdspladsen, vises den fra siden og bagfra. Det er dog ikke synligt, hvilket bilmærke der er tale om. Senere, da familien har tømt bilen, krammer moderen og faderen hinanden foran bilen, og i baggrunden kan bilen og bilmærket Opel anes i ca. 5 sekunder.

Da familien går fra bilen og hen til klostret, anes bilmærket endnu engang ganske flygtigt i baggrunden i ca. 3 sekunder.

Bilmærket kan således sammenlagt ses flygtigt i ca. 8 sekunder i baggrunden. På tilsvarende vis kan bilmærket anes i de tre andre afsnit, hvor der anvendes biler af mærket Opel.

Bilmærket Opel ses kun i ganske få sekunder i løbet af de enkelte afsnit, som hver har en varighed på ca. 25 minutter. Endvidere ses mærket Opel kun i baggrunden, idet kameraet på intet tidspunkt zoomer ind på bilen eller fokuserer på bilmærket.

Eftersom der hverken zoomes ind på bilen eller på bilmærket Opel, og bilerne ikke i øvrigt eksponeres under de enkelte afsnit af julekalenderen, finder Nævnet ikke, at mærket Opel fremstår markant i de enkelte scener, hvor bilerne anvendes.

Det er derfor Nævnets vurdering, at der ikke er sket en fremhævelse af de sponsorerede biler af mærket Opel.

Radio- og tv-nævnet finder på den baggrund ikke, at der med visningen af mærket Opel er sket en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1.

Coca-Cola og Carlsberg:

Der er endvidere blevet klaget over eksponeringer af Coca-Cola og Carlsberg. TV 2 DANMARK A/S har oplyst, at der ikke er modtaget tilskud til programmets produktion hverken fra Coca-Cola eller Carlsberg.

Det skal derfor vurderes, om der foreligger skjult reklame for Coca-Cola og Carlsberg i strid med reglerne herom.

Det følger af § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 3, stk. 1 i reklamebekendtgørelsen, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. Reklamer i fjernsyn må således 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, udgør således skjult reklame.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester som følgende:

"præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i program-

mer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er ment som reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse."

For at udgøre skjult reklame skal fremhævelsen altså opfylde tre kumulative betingelser: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side, den skal være ment som en reklame, 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 mv.

Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser"² i forbindelse med tv-reklamer 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.

Spørgsmålet er således, om der er sket en fremhævelse af henholdsvis Coca-Cola og Carlsberg i de relevante afsnit.

Der forekommer flere visninger af Coca-Cola- og Carlsberg-flasker samt kasser i løbet af de 24 afsnit af julekalenderen. Til disse visninger har TV 2 DANMARK A/S i sit hørings svar af 29. februar 2012 oplyst, at der i de afsnit, hvor flasker med Coca-Cola og Carlsberg er brugt i handlingen i forbindelse med krobesøg, fester og lignende, ikke fokuseres særligt på flaskerne, ligesom de ikke fremhæves på anden måde. Efter TV 2 DANMARK A/S' opfattelse skal det forhold, at der ikke indgår øl- og sodavandskasser samt -flasker fra andre leverandører, ikke ses som en tilsigtet fremhævelse af lige netop Coca-Cola og Carlsberg, men skyldes, at det logistisk set var mere formålstjenligt blot at flytte rundt på et mindre antal kasser mellem de scener, hvor disse naturligt indgår i enten handlingen eller interiøret.

I afsnit 8, 10 og 19 ses både sodavands- og ølflasker samt sodavands- og ølkasser fra henholdsvis Coca-Cola og Carlsberg. Flaskerne og kasserne er

² Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester

imidlertid ikke i fokus og ses kun fra en vis afstand. Endvidere står logoet for Coca-Cola og Carlsberg påført med en ganske lille skriftstørrelse og ses kun delvist, idet skriften enten tildækkes eller filmes fra en fjern vinkel. Det er derfor Nævnets opfattelse, at der i disse afsnit ikke er sket fremhævelse af Coca-Cola og Carlsberg.

For så vidt angår afsnit 22, hvor der afholdes spøgelsesfest, er der imidlertid opstillet et stort antal Coca-Cola- og Carlsberg-flasker på et bord. Mærkaterne er vendt således, at det er tydeligt, at der er tale om netop Coca-Cola og Carlsberg. Flaskerne med Coca-Cola- og Carlsberg-mærkater vises i i alt ca. 15 sekunder i dette afsnit. Selvom der ikke zoomes ind på flaskerne, får visningen på baggrund af flaskernes centrale position i det samlede billede og det store antal flasker en fremtrædende karakter.

Det er på den baggrund Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der er sket en fremhævelse af varemærkerne Coca-Cola og Carlsberg i afsnit 22.

Spørgsmålet er herefter, om fremhævelsen af henholdsvis Coca-Cola og Carlsberg i afsnit 22 går ud over, hvad der kan anses for at være berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

TV 2 DANMARK A/S oplyser i sit høringssvar af 29. februar 2012, at de anvendte sodavands- og ølflasker indgår naturligt i handlingen som en del af det miljø, der beskrives i de pågældende scener.

Efter Nævnets vurdering er det tydeligt, at der i den foreliggende scene netop er tale om Coca-Cola- og Carlsberg-flasker, idet flaskerne som nævnt er centralt placeret i billedet, og mærkaterne er vendt ud mod seeren. Hertil kommer, at der er tale om et stort antal flasker er af samme mærke. Selvom der ikke zoomes ind på flaskerne eller mærkaterne, fremstår Coca-Cola- og Carlsberg-flaskerne således efter Nævnets vurdering fremtrædende i det samlede billede.

Endvidere finder Nævnet ikke, at det, at der alene er opstillet sodavandsflasker af mærket Coca-Cola og ølflasker af mærket Carlsberg virker naturligt i forhold til skildringen af en fest-scene som den foreliggende.

Visningen af flaskerne på bordet indgår således ikke som et naturligt led i den konkrete scene, og det er Nævnets opfattelse, at fremhævelsen dermed får karakter af reklame.

Efter en samlet vurdering finder Nævnet derfor, at fremhævelsen af Coca-Cola og Carlsberg går ud over, hvad der kan anses at være berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold og formål.

Radio- og tv-nævnet finder således, at "Ludwig og Julemanden" i afsnit 22 indeholder uberettigede fremhævelser af Coca-Cola og Carlsberg i strid med reglerne om skjult reklame.

Frisko:

Endelig er der klaget over skjult reklame for Frisko. Efter det af TV 2 DANMARK A/S oplyste indgår flere visninger af en fryser med logo og firmanavn for Frisko i to af julekalenderens afsnit.

I afsnit 9 anes således en fryser i baggrunden, mens børnene sidder og taler sammen på kroen, og i afsnit 16 fungerer fryseren som gemmest ed for to af de tre kroneringe.

TV 2 DANMARK A/S har endvidere oplyst, at fryseren ikke er betalt af Frisko eller på anden måde sponsoreret, hvorfor reglerne om skjult reklame finder anvendelse.

I den forbindelse skal det vurderes, hvorvidt der er sket en fremhævelse af Frisko, og om denne fremhævelse går ud over, hvad der kan anses for at være berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

Imens fryseren i scenen i afsnit 9 efter Radio- og tv-nævnets vurdering næppe bemærkes af seeren, indgår fryseren som en del af handlingen i afsnit 16. I afsnit 16 vises fryseren således i højre side af det samlede skærbillede, uden at der dog forekommer zoom på fryseren eller på logoet.

Da drengen Thomas leder efter de to kroneringe, zoomes ind på fryseren. Logoet for Frisko kan imidlertid ikke ses under denne sekvens. Herefter ses rummet i sin helhed, og det er igen muligt at se fryseren med et Frisko-logo påtrykt.

Frisko-logoet ses i sammenlagt ca. 10 sekunder. Der zoomes imidlertid på intet tidspunkt ind på logoet, og det ses således kun fra en vis afstand. Der forekommer desuden ikke øvrige eksponeringer eller omtale af Frisko i løbet af det pågældende afsnit. Af den grund finder Nævnet, at der ikke er tale om en fremhævelse af Frisko.

Fryseren er derudover en naturlig del af kroens inventar og indgår ligeledes som en del af julekalenderens handling, idet den fungerer som gemmest ed for to af kroneringene. Visningerne af fryseren med logoet for Frisko får på denne baggrund ikke karakter af reklame herfor.

Efter en samlet vurdering er Nævnet derfor af den opfattelse, at der ikke er sket en fremhævelse af varemærket Frisko.

Radio- og tv-nævnet finder således ikke, at "Ludwig og Julemanden" indeholder skjult reklame for Frisko i strid med reglerne herom.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Julekalenderen "Ludwig og Julemanden", sendt i perioden den 1.-24. december 2011 på TV 2, indeholder i afsnit 10 overtrædelser af § 27, stk. 1, 2. pkt., og § 29, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, for så vidt angår angivelser og fremhævelser af sponsoreren, Skallerup Klit.

Endvidere indeholder afsnit 22 skjult reklame i strid med § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, for så vidt angår visningen af Coca-Cola- og Carlsberg-flasker.

Christian Scherfig
formand

/Maria Magelund Madsen
nævnsekretær

Kopi til:

Klager, Christian Schou