

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

Att. Reklamejura

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

27. marts 2009

Sagsnr: 2009-004249

Lill-Jana Vandmose Larsen
Fuldmægtig, cand. jur.

lv1@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over skjult reklame for Momondo.com i programmet Go' Morgen Danmark sendt på TV 2

Claus Pedersen har ved e-mail af 16. februar 2009 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af skjult reklame for rejsesøgemaskinen Momondo i programmet Go' Morgen Danmark sendt på TV 2 den 29. januar 2009.

Klager er kommunikationschef hos Travelmarket A/S, en konkurrerende rejsesøgemaskine. Klagen var sendt til Pressenævnet og blev derfra henvist til Radio- og tv-nævnet. I klagen anføres bl.a. følgende:

"Programmet blev vist den 29/1 (se indslaget her: <http://programmer-dyn.tv2.dk/go/seneste/index.php/nodeId-20100086.html>), og er efter vores opfattelse en ren reklame udsendelse for den rejsesøgemaskine de selv ejer en del af, nemlig Momondo. Det fremgik ikke af programmet at TV2 ejer en andel af søgemaskinen.

10. Januar kom det frem at der er vedtaget en redningsplan for TV2, som bl.a., efter EU krav, betyder at TV2 skal frasælge aktiviteter der ikke tilhører virksomhedens kerneforretning. Dette betyder bl.a. at Momondo skal frasælges (<http://www.information.dk/179152>). Programmet d. 29. Januar, virker derfor som om at TV2 forsøger at skabe mest muligt interesse og medieopmærksomhed omkring virksomheden, så de kan afhænde aktierne til den mest fordelagtige pris.

Umiddelbart virker dette til at kunne betegnes som "Adfærd i strid med god presseskik" der siger at "Der bør opretholdes en klar skillelinje mellem annoncering og redaktionel tekst. Tekst og billeder foranlediget af direkte eller indirekte merkantile interesser bør kun bringes, hvis et klart journalistisk kriterium taler for offentliggørelse".

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

Dette kriterium har jeg svært ved at se er opfyldt i dette indslag, specielt når man undlader at tage den største konkurrent med på lige fod med stationens egen.

Ydermere kommer indslaget også med direkte fejlagtige informationer, hvor der i en tekstmeddelelse i udsendelsen påstås at: "Momondo.com og Viviro.com er lige nu de mest populære rejsesites i Danmark". Den påstand virker ikke synderligt velunderbygget. Et simpelt kig på Googles Trends viser at Viviro på ingen måde har trafik der kommer i nærheden af at være én af de mest populære: <http://trends.google.com/websites?q=momondo.com%2C+viviro.com%2C+travelmarket.dk&geo=DK&date=all&sort=0> Faktisk har de slet ikke trafik nok til at blive vist. Hvorimod Momondo og Travelmarket ligger side om side.

Derfor ser det ud til at Viviro udelukkende er medtaget for at have et modargument i en eventuel klagesag som denne, fordi de dermed kan sige at de ikke kun har medtaget Momondo.com i testen. Det er korrekt, men i forhold til Momondo salget så risikerer de intet ved at tage en helt ny side med i testen."

Beskrivelse

TV 2 har i sit hørings svar af 10. marts 2009 sendt Radio- og tv-nævnet et link til den database, hvorfra indslaget den 29. januar 2009 om rejsesøgemaskiner kan downloades.

Indslaget varer 6 minutter og 16 sekunder og indledes med, at studieværten på Go' Morgen Danmark introducerer indslaget med følgende speak:

"Mange af os bruger lige nu de mørke vinteraftener på at planlægge sommerferien, og er man på jagt efter flyrejser, så findes der efterhånden rigtig mange rejsesøgemaskiner på nettet. Men hvilke er bedst og billigst? Godmorgen Anders Buch, det vil du hjælpe os med at afklare. Vi skal altså kigge på de her rejsesøgemaskiner."

Studieværten stiller sig hen ved siden af Anders Buch, som står ved en bærbar computer. De indleder herefter en samtale om de generelle fordele ved at købe flybilletter på nettet, såsom pris og fleksibilitet ved bestillingen samt funktionaliteten ved en rejsesøgemaskine ift. enkelte flyselskaber/rejseselskabers hjemmesider.

Herefter siger studieværten:

"Og Anders lad os prøve at kigge på nogen af de to, æhh, af de søgemaskiner, af de danske søgemaskiner, som er store."

Anders Buch korrigerer hende med følgende:

"Der er sådan set tre. Der er Travelmarket, og så er der Momondo, og så er der Viviro. Og der er meget diskussion om, hvad for en der er bedst, og der er heller ikke noget reelt svar. Det, der er vigtigst, når man bruger tid på det her, det er, at man BRUGER tid på det. Man giver sig selv tid til at sidde og kigge på det. Man giver sig selv tid til også at gå ned og læse det med småt, fordi det er der, man finder detaljerne."

Studieværten siger:

"Lad os prøve at kigge, Anders. Nu har vi lavet et tænkt eksempel"

En grå bjælke i bunden af billedet viser teksten:

"Anders Buch, Hjemmeside-ekspert."

Herefter viser Anders Buch, hvordan man søger en flybillet til og fra Ibiza i juli måned på Momondo.com. Kameraet viser et nærbillede af hjemmesiden, mens han taster søgekriterierne ind. Han klikker på søg og skifter herefter over på Viviro.com og taster en tilsvarende søgning ind, mens Momondo står og søger. De taler videre om, at Viviro er en ny rejsesøgemaskine, som tidligere hed Flybillet.dk og berører kort, hvad forskellen er.

Kameraet fokuserer tidsmæssigt gennem hele indslaget stort set lige lang tid på hjemmesiderne Momondo.com og Viviro.com. Der vises ikke andre hjemmesider end disse to.

Den anden studievært Andres Breinholt er kommet til og spørger til den pris, som "f.eks. Momondo" søger frem, fordi det er hans oplevelse, at den fremsøgte pris ofte viser sig at være anderledes, når man efterfølgende klikker over på flyselskabets hjemmeside.

Anders Buch forklarer, hvordan både Momondo og Viviro lover at alle afgifter er med i prisen, og viser hvordan Momondo giver mulighed for at lave en såkaldt livesøgning, hvilket Viviro gør af sig selv, hvorved man får et mere nøjagtigt øjebliksbillede.

Anders Breinholt oplyser, at eftersom han har et lille barn, vil han gerne have mere oplysning om, hvorvidt søgemaskinerne også tager højde for børnebilletter. Anders Buch svarer:

"Momondo gør faktisk ikke. Men det gør Viviro. Der har du altså mulighed for at kunne gå ind og sige, at jeg skal have en baby, som definitionen mener jeg er under 2 år, eller jeg skal have et barn med. Men jeg vil også sige, at hvis det bliver meget kompliceret, så skal man bruge sit rejsebureau. Det, som de her er gode til, det er frem og tilbageturen. Det er en returbillet fra A til B og tilbage igen."

I bunden af skærmen ses en grå tekstboksen med ordlyden:

"Momondo.com og Viviro.com er lige nu de mest populære rejsesites i Danmark."

Værterne og Anders Buch vender herefter tilbage til skærmen for at vise, hvad Viviro har fundet frem, men da den stadig søger, slår de over på Momondo, som finder en billet til 2.600. kr. med Air Berlin. Umiddelbart efter kommer Viviros søgeresultater frem. Den billigste billetpris her lyder på 3.100 kr. Dette konstaterer studieværterne ved at nævne beløbet, men ingen nævner, at Momondo faktisk fandt en noget billigere billet, hvilket således kræver, at seeren i strømmen af informationer også bed mærke i prisen fundet på Momondo.

Studieværten siger:

"Lad os prøve lige hurtigt at runde de hjemmesider, hvor man også kan få hoteller med. Der er der en, der hedder Tripadvisor."

Anders Buch svarer:

"Tripadvisor er et fantastisk sted! For det er et sted, hvor du har stort set alle hoteller, og på den her side kan man så gå ind og skrive sine anmeldelser og det er der rigtig mange der har gjort. De har rigtig mange millioner anmeldelser. Og det, der er det fede, det er, at der er ofte nogen der går ind og skriver side op og side ned om, jamen der er den der fede sæbe, og for øvrigt prøv den der restaurant, der ligger om hjørnet osv. osv. Det er en helt fantastisk side til ligesom at skabe et overblik over, at nu har man enten fået et hotel, eller man vil vide mere om det."

Anders Breinholt siger som afslutning på indslaget:

"Anders Buch, tusind tak fordi du kom, og alle de her links og dine kommentarer til de her links ligger på vores hjemmeside, der hedder gomorgentv2.dk. Og jeg vil godt lige reklamere for et af de gode links, du ikke nåede at præsentere i programmet. Det er det, der hedder Seatguru.com. Det er en hjemmeside, hvor du kan gå ind og checke alle flyselskabers fly,

og hvor de bedste sæder, altså hvor der er mest benplads i flyet, de figurerer. Fantastisk side! Se den på vores hjemmeside. Når vi er tilbage efter nyhederne, er der bl.a. Infernal og TV 2s Kaare R. Skov. Hej så længe."

Hørings svar

TV 2 har i høringssvar af 10. marts 2009 anført følgende kommentarer:

"(...)

Redaktionschef på Go' Morgen Danmark, Line Gamborg, har den 19. februar 2009 sendt klager følgende svar via mail:

"Anders Buch er tilknyttet som fast internet og IT ekspert på Go' Morgen Danmark, der sendes på TV 2 og produceres af Nordisk Film.

Indslagene er korte indslag, der skal inspirere til brug af internettet; både for almindelige og superbrugere af internettet. Hans arbejdsindsats i forbindelse med disse indslag er ulønnet.

Længden af indslagene er 5 til 7 minutter, og formålet er derfor ikke dybdegående analyser, men i stedet inspirerende appetitvækkere. Altså et fast ugentligt forbrugerindslag, der anbefaler og vurderer hjemmesider – og derfor vil det altid være en præmis at nævne konkrete hjemmesider og dermed virksomheder.

Udvælgelsen af hjemmesider til disse foretages selvstændigt af Anders Buch; dog vælges dagens emne i samarbejde med Go' Morgen Danmark's redaktion hos Nordisk Film, som arbejder uafhængigt og med helt redaktionel frihed i forhold til TV 2.

Formålet med det aktuelle indslag var at inspirere seerne til at købe rejser til deres vinterferie og på ingen måde ovennævnte udspekulerede sammenhænge.

Anders Buch om valget af rejsesøgemaskiner:

"Udgangspunktet for valget af rejsesøgemaskiner, var "udfordreren mod den etablerede". Da Viviro.dk har fået stor pressedækning i forbindelse med en relancering, var vinklen at undersøge om nogen rejsesøgemaskine var bedst. Konklusionen var, at der ikke er noget entydigt svar – én rejsesøgemaskine er ikke de andre overlegen; man skal i stedet prøve sig frem med flere."

Anders Buch har ingen økonomisk eller anden interesse i Viviro, Momondo eller TV 2, men har blot til opgave at levere et underholdende og korrekt indslag.

Anders Buch siger på intet tidspunkt, at Momondo og Viviro er de største. Men der kommer en tekstboks på i bunden af skærmen med ordlyden "Momondo.com og Viviro.com er lige nu de mest populære rejsesites i Danmark". Dette er en fejl og er ikke skrevet af Anders men af en journalist på Go' morgen Danmark. Det beklager vi meget. Vi mener dog ikke at denne lille tekstoplysning er bærende i den opfattelse, som seeren måtte sidde tilbage med.

Vi mener, at vores ekspert forholder sig nøgternt til Momondo og også fremhæver negative ting om dette site; blandt andet 'forældede priser' og at der ikke bliver taget hensyn til billige børnebilletter.

Anders Buch og Andres Breinholt fremhæver derimod specifikt to helt andre hjemmesider meget rosende.

Vi anerkender dermed ikke spekulationerne om skjulte motiver og forsøg på reklame."

Det kan tilføjes, at Anders Buch indledningsvist fortæller, at der er tre større søgemaskiner på det danske marked: Travelmarket, Momondo og Viviro. Han tilføjer samtidig: "Der er meget diskussion om, hvad for en der er bedst, og der er heller ikke noget reelt svar". Han opfordrer i stedet til, at man giver sig god tid til at undersøge betingelser mv. på de forskellige søgemaskiner.

TV 2|DANMARK A/S skal naturligvis beklage, at en crawler-tekst undervejs i indslaget oplyser, at Momondo og Viviro p.t. er de mest populære rejsesites.

Hverken Anders Buch eller studieværterne fremhæver dog på noget tidspunkt Momondo som den bedste eller billigste søgemaskine. Ud af de to søgemaskiner, der indgår i Anders Buch test, bliver Viviro faktisk omtalt væsentlig mere rosende end Momondo, som dog viser sig at have fundet den billigste flyrejse til testens rejsemål.

Den eneste søgemaskine, som Anders Buch omtaler ubetinget positivt i indslaget, er Tripadvisor.dk, ligesom Anders Breinholt særligt fremhæver Seatguru.com. Det kan oplyses, at TV 2|DANMARK A/S ikke har nogen aktier eller andre interesser i disse sites.

Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at det pågældende indslag ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, og radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Claus Pedersen, kommunikationschef hos Travelmarket.dk, har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame i programmet Go' Morgen Danmark sendt på TV 2 den 29. januar 2009.

Klager anfører, at programmet var en "ren reklameudsendelse" for Momondo.com, som TV 2 selv ejer en del af, hvilket ikke fremgik af programmet. Han finder det kritisabelt, at TV 2 undlod at inddrage den største konkurrent i indslaget på lige fod med Momondo.

Herudover oplyser han, at indslaget indeholder fejlagtige informationer om, at "Momondo.com og Viviro.com er de mest populære rejsesites i Danmark". Efter klagers opfattelse er Momondo og Travelmarket målbart lige populære, hvorimod Viviro ligger væsentligt lavere.

I henhold til § 72 i lovbekendtgørelse 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, 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.

Tv-reklamer, der udsendes i strid med reglerne, er såkaldt skjult reklame.

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-/radiosprednings-

organets 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 finder, at indslaget om rejsesøgemaskiner i væsentligt omfang i både billede og speak fremhæver hjemmesiderne Momondo.com og Viviro.com tillige med fremhævelse af andre søgemaskiner uden billedvisning. Nævnet finder endvidere, at denne fremhævelse må være tilsigtet fra TV 2s side.

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

Radio- og tv-nævnet har noteret sig, at hverken Anders Buch eller studieværterne fremhæver Momondo.com anprisende i forhold til de øvrige søgemaskiner. Det nævnes i indslaget, at der er tre store søgemaskiner, og der vises og beskrives nærmere vedrørende funktionaliteten, idet udsendelsen dog primært taget udgangspunkt i Momondo.com.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at der kan stilles krav om, at samtlige rejsesøgemaskiner vises i et indslag herom. Nævnet finder heller ikke, at der er hjemmel til at kræve, at TV 2 i indslaget oplyser, at stationen er medejer af rejsesøgemaskinen Momondo.com. Det kan hertil oplyses, at det ikke er i strid med reglerne i radio- og fjernsynslovgivningen at lave indslag om eller reklame for egne produkter.

Indslagets formål var, som indledningsvist beskrevet, at se nærmere på rejsesøgemaskiners funktionalitet og beregninger. Radio- og tv-nævnet finder indslagets vægtning og behandling af søgemaskiner redaktionelt begrundet i forhold til dette formål. Nævnet har ved vurderingen heraf lagt

vægt på, at værterne og gæsten behandler og kommenterer på flere maskiner og ikke udtaler sig entydigt anprisende om den ene frem for den anden.

Samlet set finder Radio- og tv-nævnet således ikke, at der er tale om en uberettiget fremhævelse af Momondo.com.

Radio- og tv-nævnet har tillige taget stilling til, hvorvidt værternes anprisning af hhv. hjemmesiderne Tripadvisor.co.uk og Seatguru.com kan betragtes som reklame i radio- og fjernsynslovgivningens forstand. Nævnet finder dog, at beskrivelsen af disse er så kort og så naturligt sammenhængende med indslagetes øvrige indhold, at det uanset anprisningerne ikke kan betragtes som en uberettiget fremhævelse.

Der er herudover klaget over indslagetes oplysninger om, at Momondo.com og Viviro.com lige nu er de mest populære rejsesøgemaskiner i Danmark, idet dette ifølge klagers oplysninger ikke er korrekt. TV 2 erkender i sit høringssvar, at dette var en fejloplysning, hvilket stationen samtidig beklager. Radio- og tv-nævnet har kun kompetence til at behandle spørgsmålet om reklamers indhold (skjult eller i reklameblokke) og således ikke, hvorvidt egentligt programindhold er i strid med lovgivningen.

Behandling af spørgsmålet om tekstboksens fejlagtige oplysninger, henhører under Pressenævnet, som modtager kopi af denne afgørelse.

Radio- og tv-nævnet skal dog bemærke, at tekstboksen med oplysningerne om Momondo.com og Viviro.com vises uforholdsvist længe på skærmen, hvilket giver Nævnet anledning til at gøre opmærksom på, at en sådan visning kan få betydning for vurderingen af, hvorvidt der er tale om uberettiget fremhævelse. Nævnet har dog ikke fundet, at dette var tilfældet i den konkrete sag.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 25. marts 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at Go' Morgen Danmarks indslag om rejsesøgemaskiner sendt på TV 2 den 29. januar 2009 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 § 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 Claus Pedersen og Pressenævnet