

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Radio- og tv-nævnet

20. december 2012

Sagsnr.: 2012-013815

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over reklamer i forbindelse med transmission af sportsbegivenheder sendt på DRs tv-kanaler (EM i fodbold)

Henrik Tange har ved brev af 1. juli 2012 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om ulovlige reklamer sendt på DRs tv-kanaler i forbindelse med transmission af sportsbegivenheder, herunder EM i fodbold.

Klager anfører følgende:

"...

Som det sikkert er nævnet bekendt, reklameres der i blokke omkring transmitterede sportsbegivenheder, som fx EM i fodbold (f.eks. SHARP eller Mac Donald) eller Aftentour, der reklamerer for forsikringsselskabet Gjen-sidige.

I den anledning har jeg følgende spørgsmål til nævnet:

- *Siden hvornår må DR TV videreformidle reklamer?*
- *Er denne reklamering i overensstemmelse med reglerne for DR TV som public service station?*

Idet jeg formoder, at udsendelse af reklameblokke på DR TV ikke er lovligt, skal jeg bede nævnet om at gribe ind overfor Danmarks Radio. Jeg skal ligeledes bede nævnet undersøge hvilke modydelser de omtalte virksomheder har ydet overfor DR TV.

..."

Som konkret udsendelsestidspunkt har klager i e-mail af 2. juli 2012 angivet den 1. juli 2012.

Beskrivelse

DR har som bilag til høringssvar af 5. oktober 2012 fremsendt hhv. en optagelse af udsendelsen "Aftentour" og transmissionen af finalen EM i fodbold, sendt den 1. juli 2012, som blev vist i forlængelse af hinanden.

Egenreklame

Efter programmet "Aftentour" og inden optaktsudsendelsen for EM-finalen sendes, vises en foromtale for aftenens transmission af EM-finalen.

Foromtalen indledes med et skærm billede, hvor der kan læses:

"I AFTEN EURO 2012 FINALE"

Efter egenreklamen følger en animeret visning af et logo med stiliserede blomster, hvoraf den største ligner en fodbold. Under logoet står følgende tekst:

"UEFA EURO 2012 Poland-Ukraine"

Herefter vises et animeret klip på ca. 5 sekunder. Klippet indeholder en tegning af en hvid Coca-Cola-flaske, der kommer frem på skærmen, mens en række andre tegnede elementer såsom hænder, flag, fodbolde m.v., bevæger sig hurtigt rundt om og henover flasken.

Herudover indgår en visning af samme logo for UEFA, som blev vist umiddelbart før. I klippets slutning vises i kort tid et stillbillede af dette logo ved siden af en rød Coca-Cola-flaske på hvid baggrund, hvorefter logoet forsvinder og alene flasken er placeret centralt i billedet.

I bunden af skærmen står endvidere følgende tekst med lille skrift:

"Coca-Cola and the Coca-Cola contour bottle are trademarks of The Coca-Cola Company © 2012 The Coca-Cola Company"

Herefter skiftes til et yderligere klip på ca. 4 sekunder, hvori der vises en pige i fodboldtøj. Pigen og flere andre børn marcherer herefter ind på et fodboldstadion sammen med landsholdsspillerne. Klippet ledsages af en dramatisk baggrundsmusik.

Under hele klippet ses McDonald's logo i form af "de gyldne buer" i nederste højre side af skærmen. Der vises ikke andet end det gule M på skærm billedet.

Efterfølgende vises en række egenreklamer for kommende programmer. Visningen afsluttes med en programoversigt, hvor der kan læses:

*"NU: EURO 2012.
SENERE: CHICAGO JOE AND THE SHOWGIRL.
SENT: ROSS KEMP I AFGHANISTAN."*

En speaker siger:

"Lige nu, der skal vi til fodboldfest – Direkte fra Kongens Have. God Kamp."

a) Optaktsudsendelsen

Herefter begynder optaktsudsendelsen til aftenens transmission af EM-finalen med en visning af et skærbillede med lilla mønstret baggrund, hvor der kan læses følgende tekst med hvide bogstaver:

"UEFA PRESENTS"

Efterfølgende vises en grafisk animation af blomster på samme lilla baggrund.

Herefter vises det samme animerede klip på ca. 5 sekunder, som blev vist i forbindelse med egenreklamen, indeholdende en Coca-Cola-flaske og andre tegnede elementer, der bevæger sig hurtigt ind over hinanden, samt et logo for UEFA.

Samtidig høres følgende speak:

"UEFA EURO 2012 bliver præsenteret af Coca-Cola."

I forlængelse heraf vises tillige samme animerede visning af UEFA's logo med stiliserede blomster, som blev vist i forbindelse med foromtalen af transmissionen.

Derefter byder programmets vært, Peter Møller, velkommen. Til billeder af det italienske landshold siger han:

"I aften venter der os en fantastisk EM-finale i selskab med to af Europas allerstørste fodboldnationer. (...) Vi er med hele vejen, som I kan se fra Kiev, og så ser vi naturligvis mere på det her opgør lidt senere..."

I udsendelsen diskuterer studievært Peter Møller og en række fodboldeksperter forventningerne til den forestående EM-finale m.v. Derudover indgår forproducerede indslag, hvor der vises udsnit af tidligere fodboldkampe

m.v. Endvidere stilles flere gange om til en journalist, som fortæller om situationen foran stadion i Kiev samt til DR's kommentatorer, som befinder sig på stadion i Kiev.

I udsendelsens grafik anvendes gennemgående samme lilla baggrund som i den indledende grafik, fx i studiedekorationen, på grafiske bjælker på skærbilledet m.v.

Efter ca. 1 time og 5 minutter vises i ca. 5 minutter live-billeder fra stadion i Kiev, hvor spillerne varmer op på banen, imens samtalen mellem værten og gæsterne i studiet forsat høres.

Efter ca. 1 time og 12 minutter vises endvidere afslutningsceremonien for EM 2012, der afholdes inden kampen i stadion i Kiev, og som varer ca. 10 minutter. Denne ledsages af bemærkninger fra fodboldkommentatoren, der befinder sig på stadion i Kiev.

Efter ceremoniens afslutning høres følgende bemærkning fra kommentatoren:

"Sådan gik det altså ved EM indtil videre, og på denne her måde og med denne her afslutning fik vi altså ikke kun en afslutningsceremoni, men kiggede parallelt frem mod det, der venter om ganske få minutter, nemlig EM-finalen mellem Spanien og Italien. Og imens man lige afmonterer tingene her på stadion og gør klar til indmarch for de to hold, så lad os da lige komme hjem og runde EM-studiet en sidste gang inden kampen for at få en allersidste opvarmning inden finalen."

Herefter overtager Peter Møller fra EM-studiet i Danmark ordet, imens der vises billeder fra Kongens Have, hvor publikum har samlet sig foran en storskærm på græsplænen for at se EM-finalen.

Efterfølgende vises live-billeder fra fodboldspillerne, der står klar i omklædningsrummet i stadion i Kiev, imens samtalen mellem gæsterne i EM-studiet høres i baggrunden, og værten Peter Møller siger:

"... og så lad os bare smide bolden ned til jer Liniger og Faxe. Der venter altså 45 nervepirrende minutter til at starte med. Vi er tilbage her i studiet i Kongens Have med højdepunkter, masser af højdepunkter fra den første halvleg her...."

b) Fodboldkampen

Herefter overtager kommentatoren i Kiev værtsrollen, uden at der sker et visuelt skift, idet visningen af fodboldspillerne fortsætter, og disse nu ses,

imens de marcherer ind på banen sammen med dommerne m.v. Herefter synges nationalhymnerne, og selve kampen begynder.

Under transmissionen af kampen bruges samme grafik med lilla baggrund som under optaktsudsendelsen i forbindelse med grafiske informationsfelter på skærmen med spillernes navne m.v.

På banden rundt om fodboldbanen i stadion ses skiftende visninger af forskellige logoer, herunder SHARP.

Efter afslutningen af første halvleg omstilles til EM-studiet i Danmark. Herefter følger en analyse af kampen i studiet, idet der tillige vises direkte billeder fra stadion i Kiev. Efter pausen omstilles igen til stadion, og anden halvleg spilles.

Da kampen er afgjort, vises jubelscener. I de følgende ca. 30 minutter vises fortsat live-billeder fra Kiev med bl.a. pokaloverrækkelsen, idet det skiftevist er kommentatoren i Kiev og eksperterne fra EM-studiet i Danmark, der kommenterer scenerne.

Til sidst debatterer eksperterne i EM-studiet forløbet af fodboldkampen under fortsat visning af billeder fra Kiev, hvorefter Peter Møller runder af med ordene:

"Lad os holde en kort pause, og når vi vender tilbage, ja så skal vi naturligvis gense de her fire flotte, spanske scoringer, som vi fik i den her kamp og ja, vi ses om et lille øjeblik."

Herefter vises en grafisk animation af blomster på en lilla mønstret baggrund svarende til den, der blev vist inden optaktsudsendelsens begyndelse.

Der vises tillige det samme animerede klip på ca. 5 sekunder, som blev vist tidligere, indeholdende en Coca-Cola-flaske og andre tegnede elementer, samt et logo for UEFA m.v.

Samtidig høres følgende speak:

"UEFA EURO 2012 blev præsenteret af Coca-Cola."

Afslutningsvist vises det samme UEFA-logo, som blev vist flere gange tidligere.

Efter en foromtale af DRs dækning af Roskildefestival vises en programoversigt for aftenen på DR 1:

"NU: EURO 2012. SENERE: CHICAGO JOE AND THE SHOWGIRL.
SENT: ROSS KEMP I AFGHANISTAN."

Herefter følger egenreklamer for kommende programmer, hvorefter en speaker siger:

"... men først skal vi tilbage til fodboldfesten."

c) Det afsluttende studieprogram

Udsendelsen varer ca. 20 minutter og indledes med en visning af det samme UEFA-logo på lilla baggrund, der blev vist inden optaktsudsendelsens begyndelse og efter afslutningen af kampen.

Herefter begynder udsendelsen, hvori eksperterne i samme EM-studie som i optaktsudsendelsen analyserer kampen. Der indgår tillige bl.a. visninger af interviews med trænere m.v. fra Kiev. Det første interview fra Kiev vises ca. et minut efter udsendelsens begyndelse.

Værten Peter Møller afslutter bordrunden, hvorefter der vises billeder af scener fra kampen og det jublende vinderhold samt rulletekster, hvor der bl.a. kan læses følgende:

"Tak til Ledman Europe"

Afslutningsvist vises igen UEFA-logoet for EURO 2012.

Høringssvar

DR har i høringssvar af 5. oktober 2012 anført følgende til klagen:

"...

Henrik Tange klager den 1. juli i år til radio- og tv-nævnet over at DR - efter hans opfattelse - viser reklamer i forbindelse med transmissionen af EM i fodbold og i forbindelse med Aftentouren, begge vist den 1.7.2012.

Konkret spørger han om:

Siden hvornår må DR TV videreformidle reklamer?

Er denne reklamering i overensstemmelse med reglerne for DR TV som public service station?

Derudover anmoder han nævnet om at gribe ind overfor DR.

Radio- og tv-nævnet har i den anledning anmodet DR om en udtalelse bilagt eventuel relevant dokumentation.

Til besvarelse af ovenstående spørgsmål kan DR oplyse, at der er tale om sponsorering, ikke reklame, og sponsorering er tilladt også for DR i henhold til lov om radio og fjernsynsvirksomhed § 79.

Nedenfor gennemgås de to sager, som DR har valgt at besvare samlet.

DRs programmer vedrørende finalen fra EM

Beskrivelse

EM finaleprogrammerne har en samlet varighed på knapt 4 timer og 20 minutter.

Konkret indledes med en sponsorkreditering af McDonald's og Coca Cola. Herefter starter optaktsprogrammet i studiet med kommentarer mv., og der veksles mellem at klippe fra studiet til Kiev hvorfra kampen afvikles.

Efter ca. halvanden time starter kampen, der transmitteres direkte fra Ukraine.

Efter 1. halvleg stilles tilbage til studiet og hvorefter 2. halvleg transmitteres, ligeledes direkte.

Efter kampens afslutning stilles kort tilbage til studiet, hvor værten oplyser, at man om et øjeblik vil vende tilbage med en analyse af kampen mv.

Efter kampens afslutning vises en sponsorkreditering for Coca Cola. Inden næste program vises trailers for DRs transmission fra Roskildefestivalen og for de programmer, der kommer senere på aftenen.

Herefter stilles der om til studiet, med blandt andet klip fra fanboxen, drøftelser af EMs betydning for Ukraine mm. Studieprogrammet afsluttes med rulletekster, hvor der ikke sponsorkrediteres, bortset fra Ledman Europe, der har sponsoreret storskærmen til studiet i Kongens Have.

Er McDonald's og Coca Cola program sponsorer?

Erhvervelse af sportsrettigheder er i dag en af de mest omkostningstunge programinvesteringer, som radio- og tv stationerne foretager. Der er endog meget store kommercielle interesser på spil, og forhandlingerne er lange og komplicerede. Prisdannelsen på disse rettigheder er blandt andet base-

ret på udbud og efterspørgsel, og detaljerne i selve prissammensætningen er vanskelige at gennemskue.

McDonald's og Coca Cola er EM's officielle sponsorer. Hvis der ikke havde været sponsorer, ville den pris som radio og tv stationerne skulle betale, alt andet lige, have været højere, og sponsorernes bidrag bevirker, at DR overhovedet kan erhverve rettighederne til at vise slutrunden.

Efter DRs opfattelse foreligger der dermed et direkte eller indirekte tilskud til programmet, og dermed er der også tale om lovlig sponsorering.

Såfremt DR ikke kunne vise disse ville det i realiteten udelukke DR - og andre danske tv stationer - fra at kunne vise en del af disse store sportsbegivenheder, idet det kan være helt umuligt at komme igennem med særstandpunkter i forhandlingerne.

Til orientering kan oplyses, at danske TV2, SVT, NRK, TV2 Norge agerer på samme måde.

Krediteres sponsorerne korrekt

Det fremgår af § 80, stk. 1, i Radio- og fjernsynsloven og § 27, 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, at sponsor skal krediteres ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder.

Sponsorkrediteringen for McDonald's og Coca Cola, der vises før starten af optaktsudsendelsen til fodboldkampen Spanien-Italien, er i overensstemmelse med de ovenfor anførte regler.

DR er af den opfattelse, at den kreditering af Coca Cola, der vises efter fodboldkampens afslutning ligeledes vises i overensstemmelse med lovgivningen, idet dette bliver vist mellem to selvstændige programmer.

DR er endvidere af den opfattelse, at det indledende studieprogram, den direkte transmission og det afsluttende studieprogram udgør tre separate udsendelser, hvorimellem der lovligt kan vises sponsorkilte. Grunden her til er, at der er en naturlig adskillelse mellem programmerne, idet indholdet og formen er forskellig, og da de ikke på noget tidspunkt blandes sammen. Den direkte transmission af fodboldkampen afbrydes ikke med billeder fra studiet eller kommentarer herfra. Hele fodboldkampen, dvs. begge halvlege sendes således fra start til slut uden afbrydelser. Herudover er studieprogrammerne produceret af DR i modsætning til den direkte transmission, som produceres af UEFA, men med DRs kommentatorer. Endelig gør DRs

studievært det inden udsendelse af DRs egenreklame klart, at den direkte transmission fra fodboldkampen er afsluttet, men at man vil analysere kampen i studiet, bl.a. via kommentarer fra de involverede spillere. I denne forbindelse skal det også nævnes, at spillerne skifter location mellem afslutning af fodboldkampen så de er klar til interviews med pressen.

Krediteringen af sponsorerne er i overensstemmelse med lovgivningens regler på området, og det er derfor samlet DRs opfattelse at McDonald's og Coca Cola er lovlige sponsorer, og at de er krediteret korrekt.

(...)

..."

I supplerende høringssvar af 5. december 2012 har DR endvidere bl.a. oplyst følgende:

"Studieprogrammerne indeholder – udover interviews – primært stof, der er dækket af samme rettighedsaftale, der som hovedindhold giver DR retten til at vise live-transmissioner fra EM-kampene, men også klip fra kampe tidligere i turneringen eller (i pausen og efter kampen) højdepunkter fra livekampen TV Stationen lige har vist, mv.

Det er derfor DRs opfattelse, at det ikke alene er live-kampene, der er indirekte sponsorerede, men den samlede flade i forbindelse hermed, altså også de programmer der sendes som optakt og som afslutning efter de enkelte kampe."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1 og 4, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 17. december 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Henrik Tange har ved brev af 1. juli 2012 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over ulovlige reklamer sendt på DRs tv-kanaler i forbindelse med transmission af sportsbegivenheder, herunder transmissionen af EM i fodbold sendt den 1. juli 2012.

Det følger af § 2, 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, som ændret ved bekendtgørelse nr. 864 af 23. august 2012 (reklamebekendtgørelsen), at reklamer ikke må indgå i DRs programvirksomhed.

Sponsorerede programmer kan derimod indgå i DRs public service-programvirksomhed efter reglerne i radio- og fjernsynslovens kapitel 11, jf. radio- og fjernsynslovens § 13.

Visninger af bandereklamer

Klager henviser i sin klage bl.a. til reklamer for SHARP. I den påklagede udsendelse indgår ikke sponsorkrediteringer eller reklamespots for SHARP, og DR har ikke taget særskilt stilling til dette punkt i klagen.

Radio- og tv-nævnet har noteret sig, at der i forbindelse med transmissionen af fodboldkampen ses bandereklamer rundt om fodboldbanen, hvor der vises skiftende virksomhedslogoer, herunder SHARP.

Nævnet skal hertil bemærke, at det ifølge praksis er lovligt at transmittere sportsskampe med bandereklamer, idet dette ikke anses som skjult reklame for virksomhederne, der reklameres for på stadion, såfremt tv-stationerne ikke har indflydelse på arrangementet. Idet det lægges til grund, at DR ikke har haft indflydelse på visningen af bandereklamer under transmissionen, og eftersom Nævnet ikke har bemærket længerevarende eller tætte fokuseringer på bandereklamer i den foreliggende sag, har Radio- og tv-nævnet ingen bemærkninger hertil.

Spørgsmål om sponsorering

DR har i høringsvar af 5. oktober 2012 anført, at McDonald's og Coca-Cola er EM's officielle sponsorer. DR anfører videre, at hvis der ikke havde været sponsorer, havde den pris, som radio- og tv-stationer skulle betale for visning af EM, alt andet lige været højere. På denne baggrund er det DRs opfattelse, at der er tale om et direkte eller indirekte tilskud til programmet, og dermed sponsorering. DR udtaler endvidere, at henvisningerne til McDonald's og Coca-Cola inden optaktsudsendelsen og efter transmissionen af fodboldkampen er sponsorkrediteringer.

Ved sponsorering af programmer forstås i henhold til lovens § 79 og reklamebekendtgørelsens § 26 enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af programmer i radio, fjernsyn, herunder tekst-tv-sider, og on-demand audiovisuelle medietjenester fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse, udbud eller produktion af programmer i radio, fjernsyn eller on-demand audiovisuelle medietjenester, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, logo, image, aktiviteter eller produkter.

Efter det af DR oplyste er McDonald's og Coca-Cola sponsorer for EM i fodbold 2012. Der er således ikke sket betaling til DR, men der er ydet bidrag til afviklingen af selve begivenheden EM i fodbold (EURO 2012).

DR har endvidere i supplerende høringssvar af 5. december 2012 anført, at det ikke alene er fodboldkampene i forbindelse med EURO 2012, der er omfattede af sponsorforholdet, men den samlede flade i forbindelse hermed, dvs. også de programmer, der sendes som optakt og som afslutning efter fodboldkampene. DR begrundet dette med, at studieprogrammerne indeholder en stor andel stof, der er dækket af samme rettighedsaftale.

Radio- og tv-nævnet lægger derfor til grund, at der er ydet et indirekte tilskud til finansieringen af programmerne i forbindelse med EURO 2012, og der er således tale om sponsorer. På baggrund af DRs oplysninger herom lægger Nævnet endvidere til grund, at både optaktsudsendelsen, transmissionen af kampen og det efterfølgende studieprogram er omfattet af det indirekte sponsorforhold.

Spørgsmålet er herefter, om henvisningerne til McDonald's og Coca-Cola er i overensstemmelse med reglerne om sponsorkrediteringers varighed, placering og udformning.

Det følger af § 80, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at sponsorerede programmer i fjernsyn klart skal kunne identificeres ved, at sponsors navn, logo eller andet symbol, herunder en angivelse af sponsors produkt, tjenesteydelse eller kendemærke herfor, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet.

Såfremt programmet i radio og fjernsyn har en eller to sponsorer, må den samlede varighed af angivelsen af sponsor ikke overstige 10 sekunder, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 3, første pkt.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 5, kan angivelsen af sponsorer i fjernsyn finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsors navn, logo, produkt eller tjenesteydelse. Angivelsen må i fjernsyn ikke ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsor eller dennes produkter m.v.

Krediteringer for Coca-Cola og McDonald's i forbindelse med foramtalen

I forbindelse med en formødtale for transmissionen af EM-finalen vises henvisninger til både Coca-Cola og McDonald's.

Radio- og tv-nævnet lægger til grund, at visningen af foramtalen er omfattet af den af DR oplyste sponsorering af udsendelserne i forbindelse med transmissionen af EURO 2012.

Krediteringerne af Coca-Cola og McDonald's har en samlet længde på 9 sekunder og overstiger således ikke den tilladte varighed på 10 sekunder for programmer, der har en eller to sponsorer, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 3, første pkt. Krediteringerne vises i foramtalens slutning, og kravene vedr. sponsorkrediteringers placering, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, er derfor tillige opfyldt.

Identifikationskravet i reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt., indeholder ud over kravet om visning af sponsors logo m.v. et krav om, at det overfor seeren er indikeret, at der er tale om et sponsoreret program.

Spørgsmålet er herefter, om de omhandlede visninger i tilstrækkelig grad overfor seeren indikerer, at der er tale om krediteringer for sponsorbidrag.

Coca-Cola

Krediteringen af Coca-Cola indeholder visningen af en Coca-Cola-flaske og flere andre tegnede elementer, der hurtigt bevæger sig rundt om og henover hinanden.

Der oplyses ikke hverken i speak eller med tekst om virksomhedens rolle som sponsor i forhold til afviklingen af EM.

Derimod indgår en visning af logoet for UEFA med teksten "*UEFA EURO 2012 Poland-Ukraine*", der kortvarigt placeres ved siden af Coca-Cola-flasken, som er det centrale element i krediteringen.

Det er imidlertid Nævnets vurdering, at denne henvisning til UEFA ikke i tilstrækkelig grad for seeren indikerer, at der er ydet et sponsorbidrag til afviklingen af EURO 2012 fra Coca-Cola.

Nævnet finder på denne baggrund, at krediteringen af sponsoren Coca-Cola er sket i strid med identifikationskravet for sponsorerede programmer, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt.

McDonald's

Sponsorkrediteringen for McDonald's består af et kort klip, hvor en pige i fodboldtøj marcherer ind på stadion sammen med andre børn og professionelle fodboldspillere. Under hele klippet vises McDonald's såkaldte "gyldne buer" i form af et gult M i højre nederste side i billedet, og der høres en dramatisk baggrundsmusik.

Ligesom krediteringen af Coca-Cola indeholder krediteringen af McDonald's ikke en oplysning om virksomhedens rolle som sponsor i forhold til afviklingen af EURO 2012.

Sammenholdt med krediteringens udformning som en kort film, kan henvisningen derimod af seeren opfattes som en reklame. Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at krediteringen for McDonald's ikke i tilstrækkelig grad overfor seeren indikerer, at der er ydet et sponsorbidrag.

Også krediteringen af McDonald's er derfor i strid med identifikationskravet for sponsorerede programmer, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt.

Krediteringer i forbindelse med transmissionen af EM-finalen

Der vises sponsorkrediteringer for Coca-Cola både inden begyndelsen af optaktsprogrammet og efter den endte transmission af selve fodboldkampen. Der vises derimod ikke sponsorkrediteringer for McDonald's i disse forbindelser, og der vises ikke krediteringer af McDonald's eller Coca-Cola hverken før eller efter det afsluttende studieprogram, der vises efter transmissionen af fodboldkampen.

Udformning og indhold af krediteringerne

Udformningen af krediteringerne for Coca-Cola svarer på billedsiden og i varigheden til den ovenfor behandlede kreditering efter foromtalen inden optaktsudsendelsen transmissionen af EM-finalen.

Herudover indgår der følgende speak i krediteringen hhv. inden optaktsudsendelsen og efter transmissionen af fodboldkampen:

"UEFA EURO 2012 bliver/blev præsenteret af Coca-Cola."

Krediteringernes speak indikerer for seeren, at der er tale om et sponsorbidrag til programmets produktion. Krediteringerne indeholder endvidere ikke elementer, som går ud over det tilladelige i henhold til ovenfor nævnte regler om sponsorkrediteringers udformning, og sponsorkrediteringerne for Coca-Cola er derfor udformet i overensstemmelse med reglerne herom.

Det er imidlertid af DR oplyst, at både McDonald's og Coca-Cola er officielle sponsorer for EURO 2012.

Eftersom der både inden optaktsudsendelsen og efter transmissionen af EM-finalen alene krediteres for Coca-Cola, mangler den i henhold til reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt., krævede angivelse af McDonald's som sponsor. Der foreligger derfor en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt., for så vidt angår McDonald's.

Placeringen af krediteringerne

Der fremgår endvidere af reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, første pkt., at sponsorkrediteringer skal placeres ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet, jf. bestemmelsens 2. pkt.

Den indledende kreditering for Coca-Cola vises inden optaktsudsendelsen. Som anført ovenfor, lægger Radio- og tv-nævnet på baggrund af det af DR oplyste til grund, at også optaktsudsendelsen samt det efterfølgende studieprogram er omfattet af sponsorforholdet.

Krediteringen inden optaktsudsendelsen er således placeret ved begyndelsen af et sponsoreret program og dermed i overensstemmelse med ovennævnte regler herom.

Den anden kreditering er placeret efter transmissionen af fodboldkampen, og dermed imellem denne programdel og det efterfølgende studieprogram.

For lovligheden af den nævnte kreditering er det afgørende, om transmissionen af fodboldkampen og den efterfølgende udsendelse fra EM-studiet skal betragtes som to selvstændige programmer. Såfremt dette er tilfældet, kan der her lovligt indsættes sponsorkrediteringer. Hvis der derimod er tale om ét samlet program, er sponsorkrediteringen placeret inde i programmet og dermed i strid med reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, andet pkt.

Loven definer ikke begrebet et "program", men i bemærkningerne til forslag til lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, fremsat den 31. oktober 2002, hedder det:

"...

Som bemærket foran i afsnittet om gældende ret har der været rejst spørgsmål om, hvilke karakteristika, der kendetegner et program. På den baggrund har Kulturministeriet overvejet, om der bør foretages en nærmere præcisering af programbegrebet. Som tidligere bemærket er der ikke hidtil i hverken lov eller forarbejder taget stilling til rækkevidden af begrebet, og udgangspunktet har derfor været, at det var op til den pågældende tv-stations programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program. Ministeriet har på denne baggrund afstået fra at tage stilling til, hvornår der var tale om et program eller ej. Baggrunden for ministeriets tilbageholdenhed har især været båret af, at en definition eller en nærmere beskrivelse af begrebet samtidig vil betyde en begrænsning af de redaktionelle overvejelser, som naturligt må foregå på enhver tv-station, samt at en nærmere ministeriel redegørelse højst sandsynligt ville koncentrere sig om varighed eller type, hvilket må anses som åbenbart uhen-

sigtsmæssigt. Selv om ministeriet således er af den opfattelse, at den hidtidige praksis om, at spørgsmålet afgøres af den programansvarlige ledelse, bør videreføres, bemærkes det, at f.eks. en spillefilm eller en film produceret til fjernsyn må betragtes som ét program ligesom de enkelte afsnit i en tv-serie også må betragtes som et program. Det vil således ikke være i overensstemmelse med intentionerne bag loven at opdele et indkøbt eller produceret afsnit i flere dele. Med hensyn til andre typer af programmer må det bero på en nærmere konkret og skønsmæssig præget vurdering, hvori bl.a. indgår programmets art, karakter, forløb og naturlige omfang. ..."

Det er således op til DRs programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program. For så vidt angår egenproducerede programmer, er der tale om en skønsmæssig vurdering af, hvornår der er tale om et program.

Der henvises i denne sammenhæng til Nævnets afgørelse af 12. august 2004 om reklameafbrydelser i Formel 1, hvor et indledende studieprogram, en direkte transmission af Formel 1 og det afsluttende studieprogram blev adskilt af sponsorkrediteringer, egenreklamer og reklameblokke. Radio- og tv-nævnet fandt, at de tre udsendelser udgjorde tre separate programmer. Nævnet lagde herved bl.a. vægt på, at der var en naturlig adskillelse mellem programmerne, idet indhold og formen var forskellig, og at indholdet ikke på noget tidspunkt blev blandet sammen, eftersom den direkte transmission ikke blev afbrudt med billeder fra studiet eller kommentarer herfra. Herudover var studieprogrammet produceret af TV 2|DANMARK A/S i modsætning til den direkte transmission, som var produceret på vegne af annoncøren, men med TV 2|DANMARK A/S' kommentatorer.

Der henvises endvidere til Nævnets afgørelse af 8. november 2011 vedrørende reklameafbrydelser i programmet "Kessler Night". Nævnet fandt, at et optaktsprogram inden transmissionen af en boksekamp udgjorde et selvstændigt program, idet disse to programdele havde forskelligt indhold og form. Nævnet vurderede imidlertid, at transmissionen af kampen og det efterfølgende studieprogram ikke kunne anses som to selvstændige programmer, eftersom transmissionen fra kampen overgik i en efterbehandling af kampen, som havde store ligheder med den efterfølgende afsluttende udsendelse. Nævnet lagde herved bl.a. vægt på, at der i begge tilfælde blev afholdt interviews af samme vært med bl.a. nogle af de samme personer fra samme placering i boksehallen.

Angående nærværende klagesag skal Nævnet bemærke følgende:

DR har i høringssvaret anført, at det indledende studieprogram, den direkte transmission og det afsluttende studieprogram udgør tre separate ud-

sendelser, hvorimellem der lovligt kan vises sponsorkilte. DR oplyser i denne forbindelse bl.a., at studieprogrammerne er produceret af DR i mod-sætning til den direkte transmission, som produceres af UEFA, men med DR's kommentatorer.

Eftersom der ikke forekommer en sponsorkreditering mellem det indledende optaksprogram og selve transmissionen, er det i nærværende sag ikke afgørende, hvorvidt disse skal anses som to separate programmer.

I lyset af det af DR anførte skal Nævnet imidlertid bemærke følgende:

Indholdsmæssigt adskiller optaktudsendelsen og transmissionen af fodboldkampen sig ved, at der i optaksprogrammet forekommer forproducerede indslag, debat og billeder m.v. fra EM-studiet i Danmark, hvorimod der under transmissionen af kampen bortset fra pausen mellem halvlegene ikke forekommer billeder fra EM-studiet.

Overgangen fra optaktsudsendelsen til begyndelsen af transmissionen foregår imidlertid som en glidende overgang. I slutningen af optaktsudsendelsen vises der i ca. 25 minutter overvejende live-billeder fra stadion i Kiev, der skiftevist kommenteres fra EM-studiet i Danmark og fra kommentatoren i stadion i Kiev.

Imens der fortsat vises billeder fra Kiev, overgiver værten i EM-studiet endeligt værtsrollen for selve transmissionen af kampen til kommentatoren i Kiev, idet han siger:

"... og så lad os bare smide bolden ned til jer Liniger og Faxe. Der venter altså 45 nervepirrende minutter til at starte med...."

Herefter vises spillernes indmarch i stadion m.v., og kampen begynder uden en visuel adskillelse af de to programdele.

Det er på denne baggrund Nævnets vurdering, at der er sket en sammenblanding af indholdet af de to programdele, således at disse ikke fremstår som to separate udsendelser, hvorimellem der lovligt ville kunne indsættes sponsorkrediteringer.

Vedrørende placeringen af sponsorkrediteringen for Coca-Cola mellem den afsluttede transmission af kampen og det efterfølgende studieprogram skal Nævnet bemærke følgende:

Det efterfølgende studieprogram adskiller sig indholdsmæssigt fra transmissionen af kampen ved, at udsendelsens ankerpunkt er EM-studiet og billeder herfra, som suppleres med interviews fra Kiev samt forproducerede

indslag m.v. Den efterfølgende programdel adskilles endvidere visuelt fra transmissionsdelen, idet der imellem vises en afsluttende grafik og sponsorkrediteringen for Coca-Cola samt egenreklamer.

Transmissionen af selve fodboldkampen overgår imidlertid i en efterbehandling af kampen på ca. 30 minutter, der delvist sker ved kommentarer og debat fra EM-studiet i Danmark, idet der fortsat vises live-billeder fra Kiev.

Først herefter følger den grafiske afslutning af transmissionen, og sponsorkrediteringen for Coca-Cola samt egenreklamer vises, inden den efterfølgende udsendelse fra EM-studiet begynder, og debatten fortsættes fra studiet.

Uanset, at der i forbindelse med efterbehandlingen i forlængelse af transmissionen ikke vises billeder fra studiet, er det Radio- og tv-nævnets vurdering, at den skiftende værtsrolle mellem kommentatoren og eksperterne i EM-studiet i transmissionsdelens sidste halve time bevirker en sammenblanding af indholdet af transmissionen og den efterfølgende studieudsendelse.

Ligeledes finder Nævnet, at værtens afsluttende udtalelser i forbindelse med transmissionen af fodboldkampen medfører, at seeren får det indtryk, at den afsluttende udsendelse er en fortsættelse af den foregående del omhandlende selve fodboldkampen:

"Lad os holde en kort pause, og når vi vender tilbage, ja så skal vi naturligvis gense de her fire flotte, spanske scoringer, som vi fik i den her kamp og ja, vi ses om et lille øjeblik."

Samlet set er det derfor Radio- og tv-nævnets vurdering, at transmissionen af fodboldkampen og det afsluttende studieprogram i deres konkrete udformning ikke kan anses som to selvstændige programmer, hvorimellem der lovligt kunne indsættes en sponsorkreditering. Krediteringen for Coca-Cola ved afslutningen af den del af udsendelsen, der vedrørte transmissionen af kampen, er derfor vist inde i et program i strid med § 27, stk. 1, andet pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Kreditering efter den afsluttende udsendelse i studiet

I rulleteksterne efter studieprogrammet indgår følgende sponsorkreditering:

"Tak til Ledman Europe"

DR har hertil oplyst, at Ledman Europe er sponsor for en storskærm i EM-studiet i Kongens Have.

Under henvisning til ovenstående vurdering skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at optaktsudsendelsen, transmissionen og det efterfølgende studieprogram skal anses som ét samlet program, således at én kreditering for sponsor efter det samlede program er tilstrækkelig, også for det tilfælde, at storskærmen tillige indgik i optaktsprogrammet, hvor der ikke krediteres særskilt for Ledman Europe.

I lyset af de konstaterede overtrædelser af sponsoreringsreglerne skal Radio- og tv-nævnet afslutningsvist bemærke følgende:

I høringssvaret i nærværende sag giver DR udtryk for den opfattelse, at optaktsprogrammet, transmissionen af fodboldkampen og det efterfølgende studieprogram udgør tre separate programmer. Radio- og tv-nævnet skal på denne baggrund påpege, at der i så fald ville være tale om en manglende kreditering af sponsorerne for EURO 2012 i forbindelse med det efterfølgende studieprogram.

Radio- og tv-nævnet skal derfor indskærpe, at det i forbindelse med sponsorerede programmer skal sikres, at der sker klar kreditering af alle sponsorer i starten og/eller slutningen af sponsorerede programmer i overensstemmelse med reglerne herom, ligesom det skal sikres, at der ikke vises sponsorkrediteringer inde i programmer.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Transmissionen af EM-finalen i fodbold sendt den 1. juli 2012 på DR 1, samt en egenreklame herfor sendt inden udsendelsen, indeholder overtrædelser af § 27, stk. 1, første og andet pkt., i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsoring m.v. af programmer i radio, fjern-

syn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, som ændret ved bekendtgørelse nr. 864 af 23. august 2012.

Christian Scherfig
formand

/Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Kopi sendt til:
Klager Henrik Tange