

dk4
SportMedia ApS
Rådmandsgade 55
2200 København N

Att.: Frank Christensen

Radio- og tv-nævnet

3. april 2012

Sagsnr: 2011-014468

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Vedrørende overtrædelse af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang i programrækken "Forbrugermagasinet" sendt på dk4

Radio- og tv-nævnet besluttede på sit møde den 24. maj 2011 at tage spørgsmålet om overholdelse af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang i programrækken "Forbrugermagasinet", sendt på kabel-tv-stationen dk4, op til behandling af egen drift i henhold til § 5, stk. 1, 3. led, i bekendtgørelse nr. 199 af 9. marts 2011 om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet.

Beskrivelse

Dk4 har som bilag til høringssvar af 25. juli 2011 tilsendt Radio og tv-nævnet tre dvd'er med hver et afsnit af "Forbrugermagasinet", som blev sendt henholdsvis i uge 23, 24 og 25 i juni 2011 på dk4.

Hvert af de tre programmer varer ca. 25 minutter og indledes med følgende overskrift:

"Forbrugermagasinet – information og reklame med omtanke.

Vi besøger..."

Programmet sendt i uge 23 indeholder virksomhedsportrætter af tre forskellige virksomheder.

I det første indslag fortæller direktøren af Isomax om virksomhedens udvikling, om hulmursisolering og om fordelene ved det produkt, virksomheden udbyder. I begyndelsen af indslaget vises med store bogstaver følgende skilt på skærmen:

"ISOMAX hulmursisolering"

I indslaget demonstreres og beskrives udførligt, hvorledes produktet Iso-max anvendes, og fordelene ved Isomax sammenlignet med traditionelle

isoleringstyper fremhæves, ligesom besparelsen ved anvendelsen af produktet angives med priser pr. kvadratmeter. Der vises endvidere logoer på de medvirkende personers tøj, firmabiler m.v.

Indslaget varer ca. 8 minutter og afsluttes med, at der med store bogstaver står "Isomax.dk" henover skærmen.

Efterfølgende vises et virksomhedsskilt for KV-Byggeservice Aps. "KV-Byggeservice" står ligeledes skrevet med store bogstaver i bunden af skærmen.

Herefter fortæller indehaveren af KV-Byggeservice om den garanti, KV-Byggeservice yder, om kundeservicen m.v. Endvidere fremviser han en række udestuer og havestuer, som KV-Byggeservice har opført for deres kunder, og han fortæller om den rådgivning og vejledning, KV-Byggeservice yder deres kunder.

I løbet af indslaget zoomes blandt andet ind på et skilt på en husmur, hvorpå firmanavnet og telefonnummer er angivet, samt på et skilt på et skrivebord, hvorpå der kan læses virksomhedens navn, adresse og telefonnummer.

Indslaget varer ca. 8 minutter og i slutningen vises med store bogstaver internetadressen "www.kv-byggeservice.dk".

Herefter begynder et indslag om virksomheden Bioforce, hvilket markeres med, at der med store bogstaver vises "Bioforce" på skærmen, og der vises en bygning med firmanavnet skrevet på facaden.

Indehaveren af Bioforce fortæller herefter i detaljer om en række af virksomhedens produkter og om produkternes positive indvirkning på helbredet. Endvidere præsenterer han seeren for de omtalte produkter.

Indslaget varer ligeledes ca. 8 min og afsluttes med, at Bioforce' s internetadresse "www.avogel.dk" vises på skærmen med store bogstaver.

Programmet sendt i uge 24 portrætterer tre forskellige campingpladser: Bøsøre Strand Feriepark, Topcamp Frederikshavn Nordstrand Camping og Skallerup Klit.

I de tre indslag, som hver varer ca. 8 minutter, fortæller ejerne af campingpladserne om den pågældende campingplads' historie, indlogeringsmulighederne og aktivitetstilbud, samt om hvad der differentierer deres campingplads fra andre campingpladser.

De tre campingpladser og deres områder vises i løbet af indslagene, og der zoomes flere gange ind på skilte med de tre campingpladsers navne. Endvidere fortæller de besøgende gæster i interviews om, hvorfor de synes godt om den pågældende campingplads og campinglivet generelt.

Hvert af de tre indslag afsluttes med, at campingpladsens internetadresse vises med store hvide bogstaver på skærmen.

Programmet sendt i uge 25 handler om tre forskellige efterskoler: Ranum Efterskole, Sportsefterskolen SINE og Ubby Fri & Efterskole. Hvert indslag indledes med, at den pågældende efterskoles navn ses på skærmen i store hvide bogstaver.

Herefter fortæller forstanderne, lærerne og eleverne i detaljer om den pågældende skole og om de fag, som skolen udbyder. Eleverne fortæller tillige om deres hverdag på skolen og om de muligheder, efterskoler kan byde eleverne. Samtidig vises skolens faciliteter, og eleverne vises, mens de færdes på skolens områder og gør brug af de aktiviteter, som skolen tilbyder.

Efter hvert af de tre indslag vises afslutningsvis den pågældende efterskoles hjemmeside på skærmen med store bogstaver.

Høring

Dk4 har i hørings svar af 25. juli 2011 anført følgende:

"...

Vi har modtaget Deres skrivelse af 21. juni, og som svar herpå kan vi oplyse følgende.

Undertegnede rettede på mail på vegne af dk4 henvendelse til Styrelsen for Bibliotek og Medier henholdsvis i september og oktober 2005 med henblik på at få en afklaring af reglerne i "Bekendtgørelsen om reklamer og sponsering på tv", nærmere bestemt § 7, stk. 3. Der vedlægges en kopi af vores henvendelser fra 2005.

I det efterfølgende svar, som blev givet på telefon, fik vi opfattelsen af, at vi kunne anvende en times sendetid dagligt til brug for visning af reklamer, i princippet af 1 times længde.

Tidligere har vi på dk4 anvendt denne reklametid til blandt andet at vise "TV-shop" i lighed med andre TV-kanaler, men efter regelændringerne overgik vi til at samle den type reklame, som er angivet i § 7 stk. 3 i et

"Forbrugermagasinet", hvor vi blander den informative forbrugerorientering med mere direkte tilbud til seerne. I "Forbrugermagasinet" forefindes også virksomhedsbesøg, besøg på høj- og efterskoler, institutioner, på campingpladser mv.

I alle udsendelserne har vi valgt at have en grafik placeret i et hjørne af TV-skærmen, som fortæller at dette er et "Forbrugermagasinet", ligesom der mellem indslagene er en grafik, som adskiller det ene indslag fra det næste.

..."

Til høringsvaret er der vedlagt kopi af to e-mails fra hhv. 27. september og 25. oktober 2005 fra dk4 til en medarbejder i Kulturministeriet. E-mailene indeholder følgende spørgsmål til Kulturministeriet:

(...)

Vi drøftede på telefon nedenstående første forespørgsel for et par uger siden, men siden er tvivlen imidlertid kommet tilbage omkring fortolkningen af bestemmelserne.

Jeg opfatter bestemmelserne således:

Hovedreglen er, at reklamer kun må vises mellem programmerne, og det skal tydeligt fremgå når en reklameblok henholdsvis starter og slutter. Reklamer må højs udgøre 15 % af den daglige sendetid og herudover højst 12 minutter i en enkelt time.

§ 7, stk. 3 er således kilden til min fortsatte undren, idet jeg opfatter bestemmelsen således, at "Reklamer i form af direkte tilbud til seerne..." ikke er det samme som reklamer nævnt i §7, stk. 1, men at sammenligne med det som tidligere benævntes som "tv shop". Denne form for reklamer må maksimalt udgøre en time per dag, og skal være indeholdt i den sendetid som tilladelseshaveren har til rådighed. Denne form for reklame tæller med i den samlede daglige opgørelse over anvendt reklametid, der totalt set ikke må overstige 15 % af den daglige sendetid, svarende til 3 timer og 36 minutter på en station, der sender 24 timer i døgnet.

Mit spørgsmål er således, om dette er korrekt opfattet, samt om den form for reklame, som er nævnt i § 7, stk. 3, skal annonceres på anden måde end reklamer, der indgår under § 7, stk. 1?

(...)

Af det fremsendte fremgår ikke noget svar fra Kulturministeriet på de stillede spørgsmål.

På Radio- og tv-nævnets yderligere høring i sagen har dk4 i e-mails af hhv. 11. og 16. januar 2012 anført følgende:

"...

Jeg får svært ved at overholde svarfristen den 10. januar, men kan her kort oplyse, at vi har modtaget betaling på dele af visningerne.

..."

"...

Som svar på sekretariatets henvendelse vedrørende "Forbrugermagasinet" på dk4, og i fortsættelse af vores tidligere skrivelser, sender jeg vedhæftet tre dokumenter, som hver for sig viser, hvilke virksomheder/institutioner der har optrådt i "Forbrugermagasinet" i ugerne 23, 24 og 25 i 2011.

Herudover kan jeg oplyse, at alle tre programmer er leveret af HB Production til visning på dk4, og at der i den forbindelse findes en aftale, hvor HB Production afregner dk4 et beløb, svarende til 10.000 kr. + moms per måned. Beløbet dækker dk4's håndtering, programplanlægning og afvikling. Hvorvidt HB Production har opnået produktionsstøtte eller ej hos de medvirkende virksomheder og institutioner, har vi ikke kendskab til.

"Forbrugermagasinet" programsættes på dk4 fladen dagligt med to visninger á ca. 25 minutters varighed, og indholdsmæssigt dækkes programmerne af såvel eksterne programleverandører, hvor HB Production har leveret det meste, jf. ovenfor, samt af egne produktioner, hvor vi har produceret f.eks. et helt virksomhedsportræt af institutionen "Sovi" et behandlingshjem for autister. Et program vi har valgt at lægge i "Forbrugermagasinet" samtidig med, at institutionen selv lagde det færdige program op på sin egen hjemmeside. I dette tilfælde har institutionen ydet støtte til programproduktionen.

Vi har valgt, at opretholde betegnelsen "Forbrugermagasinet – information og reklame med omtanke" både i programoversigterne og med et logo som rammer udsendelserne ind, samt er placeret i øverste hjørne undervejs i alle udsendelserne, da vi ville undgå, at den type udsendelser, som er nævnt ovenfor og vist i programplanerne for ugerne 23-25, ville blive betragtet for at være for meget reklame for den enkelte medvirkende virksomhed og institution. I fald nogle ville rette en klage af den karakter, har vi således gjort opmærksom på, at dette er såvel information som rekla-

me, og vi har gjort det med skelen til, at der findes en mulighed for at anvende op til 1 time dagligt på reklame efter reglernes § 7 stk. 3.

...”

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 27. marts 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Dk4 udsender en programrække med titlen ”Forbrugermagasinet”. Programmerne har en varighed på ca. 25 minutter og sendes to gange dagligt. Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 24. maj 2011 besluttet at tage behandlingen af spørgsmålet om, hvorvidt programrækken overholder radio- og fjernsynslovgivningens regler om reklamers identifikation, placering og omfang, op af egen drift.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at sagen afgøres efter de på udsendelsestidspunktet gældende regler, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010 om lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, som ændret ved lov nr. 1360 af 8. december 2010. De på udsendelsestidspunktet gældende regler er enslydende med de nugældende regler.

I henhold til § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 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, skal reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

Endvidere følger det af § 73, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 4, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at reklamer i fjernsyn kun må sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne.

Det fremgår yderligere af reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 2, at en reklamebloks begyndelse og afslutning i fjernsyn skal angives tydeligt ved hjælp af lydsignal eller speakertekst, eventuelt begge dele.

I henhold til § 75, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen må reklamer højst udgøre 12 minutter pr. time. Det fremgår endelig af reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, at reklamer i fjernsyn i form af direkte tilbud til seerne med henblik på salg,

køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser skal være indeholdt i den i stk. 1 anførte sendetid.

Programrækken "Forbrugermagasinet" indeholder præsentationer af virksomheder m.v. under angivelse af blandt andet hjemmesider, priser og lignende. I indledningen til programmerne er disse betegnet som "*information og reklame med omtanke*".

Spørgsmålet er herefter, om programmet "Forbrugermagasinet" er sendt i strid med de nævnte regler om reklamers identifikation, placering og omfang.

1. Programmernes karakter

De af dk4 indsendte optagelser af "Forbrugermagasinet" indeholder programmer, hvori der oplyses om forskellige virksomheder og deres produkter m.v. Ved direkte tilbud til seerne med henblik på salg, køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser, jf. reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, forstås udsendelser med karakter af tv-shopping med direkte salgstilbud til seeren. Der er ikke tale om direkte tilbud af denne karakter i de indsendte afsnit af "Forbrugermagasinet".

Programmerne indeholder derimod fremhævelser af forskellige virksomheder. I indslagene præsenteres virksomheder samt deres produkter og ydelser på en anprisende måde, idet der tillige både mundtligt og visuelt fremhæves navne, logoer og produkter, og der vises internetadresser samt i nogle tilfælde telefonnumre m.v.

Radio- og tv-nævnet er derfor af den opfattelse, at de indsendte eksempler på afsnit af "Forbrugermagasinet" har karakter af reklame.

Radio- og tv-nævnets vurdering underbygges endvidere af oplysninger angivet i et dokument med titlen "Reklame 2010 dk4", som var tilgængelig på dk4's hjemmeside i juni 2011, hvoraf det fremgår, at:

"dk4 sender "ForbrugerMagasinet" to gange daglig mandag-lørdag. Det er et 30 minutters program, der dog i indhold tæller som reklametid, og derfor er indslagene underlagt reklamelovgivningen. dk4 giver virksomheder mulighed for at medvirke i ForbrugerMagasinet med virksomheden i sig selv, medarbejderne eller dens kerneprodukter i centrum, og et indslag om virksomheden kan vare fra 5 minutter og helt op til 25 minutter."

I henhold til det på dk4's hjemmeside oplyste opfattes programmernes indhold således af stationen selv som sendetid, der er omfattet af reglerne om reklamers omfang og er underlagt reglerne om reklamering i fjernsyn.

Yderligere har dk4 i e-mail af 11. januar 2012 som svar på Radio- og tv-nævnets høring oplyst, at der er modtaget betaling på dele af visningerne.

I høringssvar af 16. januar 2012 har dk4 endvidere anført følgende:

“...

alle tre programmer er leveret af HB Production til visning på dk4, og at der i den forbindelse findes en aftale, hvor HB Production afregner dk4 et beløb, svarende til 10.000 kr. + moms per måned. Beløbet dækker dk4's håndtering, programplanlægning og afvikling. Hvorvidt HB Production har opnået produktionsstøtte eller ej hos de medvirkende virksomheder og institutioner, har vi ikke kendskab til.

...”

Radio- og tv-nævnet skal hertil bemærke følgende:

Uanset, om det er stationen selv eller en ekstern producent, der har foretaget produktion af et givet program, er det tv-stationen, der har ansvaret for overholdelsen af radio- og fjernsynslovgivningen. At dk4 ikke kan oplyse, hvorvidt der er modtaget betaling fra de præsenterede virksomheder for produktionen af de af et eksternt produktionsfirma leverede programmer, fritager således ikke stationen for ansvaret i henhold til radio- og fjernsynslovgivningen. Det skal endvidere bemærkes, at radio- og fjernsynsforetagender, der er omfattet af Radio- og tv-nævnets virksomhed, er forpligtet til at meddele Nævnet de oplysninger, udlevere de dokumenter og afgive de skriftlige udtalelser, som forlanges af Nævnet, jf. radio- og fjernsynslovens § 39, og § 15, i bekendtgørelse nr. 100 af 28. januar 2010 om programvirksomhed på grundlag af registrering samt on-demand audiovisuel programvirksomhed.

Ud fra det oplyste lægger Radio- og tv-nævnet til grund, at der er modtaget betaling i forbindelse med visningen af de forskellige indslag i programrækken "Forbrugermagasinet".

Efter en samlet vurdering finder Radio- og tv-nævnet, at programrækken "Forbrugermagasinet" skal betragtes som reklame og dermed er omfattet af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang.

2. Identifikation og placering af reklamer

I henhold til ovennævnte regler om reklamers identifikation og placering 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, og endeligt skal reklameblokkes begyndelse og afslutning i fjernsyn angives tydeligt ved hjælp af lydsignal eller speakertekst, eventuelt begge dele.

I begyndelsen af de indsendte afsnit af "Forbrugermagasinet" vises følgende skærmbillede:

"Forbrugermagasinet – information og reklame med omtanke. Vi besøger ..."

Seeren bliver således informeret om, at programmet indeholder reklame, men det angives tillige, at der er tale om information.

Dk4 har yderligere i hørings svar af 25. juli 2012 oplyst, at det har været hensigten i programmet at blande den informative forbrugerorientering med direkte tilbud til seeren. Denne intention om at blande reklame med anden redaktionel indhold er imidlertid i strid med kravet om, at reklamer i indhold og præsentation skal adskille sig fra ordinære programmer, samt med kravet om at reklamer i tv skal sendes i blokke mellem programmerne.

Programmets præsentation og betegnelse opfylder endvidere ikke kravet om, at reklameblokkes begyndelse og afslutning i fjernsyn skal angives tydeligt.

På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at der tillige foreligger overtrædelser af § 72, § 73, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 3, stk. 1 og 2, samt § 4, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

3. Programmernes omfang

Det fremgår endvidere af de ovennævnte regler om reklamers omfang, at reklamer højst må udgøre 12 minutter pr. time.

Programmet "Forbrugermagasinet" har en længde på ca. 25 minutter af gangen.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at der tillige foreligger en overskridelse af den tilladte grænse for reklamer på 12 minutter pr. time, jf. § 75, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, og § 7, stk. 1.

Nævnet skal afslutningsvis bemærke følgende:

Dk4 har i høringsvar af 25. juli 2011 oplyst, at programkonceptet for "Forbrugermagasinet" beror på en forkert opfattelse af en tidligere ordlyd af reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, idet stationen var i den tro, at der kunne anvendes én times sendetid dagligt til brug for visning af reklamer af én times længde i sammenhæng.

Reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, havde indtil 1. maj 2011 følgende ordlyd:

"Reklamer i fjernsyn i form af direkte tilbud til seerne med henblik på salg, køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser må sammenlagt ikke overstige 1 time pr. dag og skal være indeholdt i den i stk. 1 anførte sendetid."

Reglerne i den tidligere gældende § 7, stk. 3, indeholdt således en begrænsning af adgangen til at udsende reklamer i form af direkte tilbud til seeren (teleshopping) til sammenlagt en time dagligt.

Også for denne type reklameudsendelser gjaldt imidlertid allerede dengang § 75, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed og reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, hvorefter reklamer i radio og fjernsyn højst må udgøre 12 minutter pr. time. Udsendelsen af teleshopping var således også indtil 1. maj 2011 begrænset til 12 minutter pr. time. Som anført ovenfor har nærværende programmer ikke karakter af teleshopping.

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

AFGØRELSE:

Programrækken "Forbrugermagasinet", som blandt andet er sendt i uge 23, 24 og 25 i 2011 på kabel-tv-stationen dk4, indeholder overtrædelser af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang, jf. § 72, § 73, stk. 1, og § 75, stk. 1, lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbe- kendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lov nr. 1360 af 8. december 2010, og § 3, stk. 1, og 2, § 4, stk. 1, samt § 7, stk. 1, i be- kendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjene- ster samt indgåelse af partnerskaber.

Radio- og tv-nævnet finder, at den foreliggende omfangsrige og gentagne overskridelse af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang må betragtes som en alvorlig overtrædelse og pålægger dk4 at ophøre med udsendelsen af de ulovlige reklamer.

I tilfælde af fremtidige overtrædelser af radio- og fjernsynslovgivningen vil Radio- og tv-nævnet overveje at udstede pålæg om, at stationens programvirksomhed skal indstilles midlertidigt eller endeligt, jf. til § 50, stk. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011 og § 13, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 100 af 28. januar 2010 om programvirksomhed på grundlag af registrering samt on-demand audiovisuel programvirksomhed.

Christian Scherfig
formand

/Ulrike Clade Christensen
nævnsekretær