KULTUR STYRELSEN

TV 2 Lorry
Allégade 7-9
2000 Frederiksberg

Radio- og tv-nævnet

28. oktober 2013

Sagsnr.: 2013-012360

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Vedr. sponsorering af programrækken "Metropol" sendt på TV 2 Lorry

I henhold til § 5, stk. 1, 3. led, i bekendtgørelse nr. 199 af 9. marts 2011 om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet besluttede Radio- og tv-nævnet på sit møde den 25. juni 2013 at tage spørgsmålet om overholdelse af reglerne om sponsorering i programrækken "Metropol", sendt på TV 2 Lorry, op til behandling af egen drift. Ved brev af 27. juni 2013 anmodede nævnet stationen om at redegøre for den aftale om produktion af programmer og produktionsstøtte, der er indgået med Region Hovedstaden, samt for øvrige forhold, der kunne have relevans for vurderingen af, om bl.a. reglerne om sponsorering er overholdt. Stationen blev endvidere bedt om at indsende to eksempler fra programrækken samt optagelser af foromtaler af programmerne.

Beskrivelse
TV 2 Lorry (i det følgende: Lorry) har som bilag til høringssvar af 28. juni 2013 fremsendt optagelser af to eksempler på "Metropol", sendt hhv. den 28. maj 2013 og den 6. juni 2013, samt to eksempler på foromtaler for programmerne, der er sendt på Lorry.

<u>Udsendelse sendt den 28. maj 2013</u>
Optagelsen har en samlet varighed af ca. en time. I de første 30 minutter vises programmet "Meningsmaskinen" og en kort nyhedsudsendelse. Nyhederne afsluttes med et grafisk skærmbillede med informationer om Lorrys redaktion, hvorefter der vises en formtale for et kommende program. Herefter begynder programmet "Metropol", som har en varighed af ca. 30 minutter.

Programmet begynder med en intro, hvor der vises korte klip med billeder af København ovenfra, trafikerede veje, forskellige arbejdspladser, produktionsmaskiner m.v. En speaker siger:

"Hovedstadsregionen er Danmarks dynamo. Den er stor og kraftfuld nok til at kalde sig en metropol. Men konkurrencen udefra er skærpet. Hvad skal der til for at vinde væksten, arbejdspladserne og det gode liv? Det undersøger vi her i serien "Den internationale Metropol".

Herefter introducerer programværten afsnittets indhold:

"Vi vil så gerne være grønne her i Hovedstadsregionen. Også når det kommer til vores biler. Men når det kommer til stykket, er det arbejde pænt op ad bakke… "

Udsendelsen omhandler vanskelighederne for både producenter og forbrugere ved salg og brug af energibiler i Danmark bl.a. på grund af teknologien og det danske afgiftssystem. Emnet eksemplificeres ved forskellige indslag. Det første indslag omhandler deltagelsen af et hold studerende fra DTU i Shell's Eco-Marathon, hvor de studerende udvikler og afprøver nye løsninger for miljøvenlige motorer m.v.

Herefter vises et indslag om et forsøg med elbiler i regionen, og nogle af de deltagende borgere interviewes. Speakeren omtaler tiltaget som et forsøg *"her i regionen"* og *"i området"*. Indslaget indeholder oplysninger om forsøgspersonernes erfaringer med elbilerne og de miljømæssige fordele ved elbiler sammenlignet med benzin- eller dieseldrevne biler. I den forbindelse fremhæver flere af brugerne bl.a. den lave ydeevne af bilernes batterier.

Efter en bemærkning om, at elbiler bl.a. kan udnytte strøm produceret af vindmøller, siger speakeren:

" … Det er da også derfor, at Region Hovedstaden som led i sin klimastrategi har valgt at poste lidt over 3 millioner kroner i det store landsdækkende elbilprojekt, som 5 energiselskaber står bag, og som ifølge ophavsmændene er det største af sin art i Europa. Når forsøget slutter næste år, vil 1600 familier i Danmark have testet en elbil, de 200 kommer fra Region Hovedstaden."

Senere siger speakeren:

"Region Hovedstaden har som mål, at der i 2015 skal være 12.000 elbiler alene i regionen. De fleste i privat eje. Men der er lang vej endnu. Ifølge Danmarks Statistik kører der lige nu kun 1323 eldrevne personbiler – og det er i hele landet."

I indslaget ses der flere gange elbiler med forskellige logoer påtrykt, herunder Region Hovedstadens logo på siden. Logoerne kan kun anes, idet der er tale om korte sekvenser, hvor bilerne for det meste vises, mens de kører. Der forekommer ingen fokuseringer på logoerne. Endvidere ses i en sekvens et skilt med Region Hovedstadens logo i baggrunden bag en af de interviewede personer. Skiltet befinder sig ved en indkørsel bagved et bus-

stoppested, og logoet kan i denne sekvens ses to gange i ca. 3 sekunder ad gangen.

Senere vises et indslag om hybridbiler og deres miljømæssige fordele. I den forbindelse vises og omtales en Opel Ampera, som blev kåret til årets bil i Danmark og Europa i 2012. Desuden oplyses det, at bilen på trods af de gode anmeldelser og miljømæssige fordele kun er blevet solgt 14 gange af den danske importør. Der vises og omtales endvidere tilsvarende Peugeot- og Toyota-modeller. I flere tilfælde ses logoer på biler, facader m.v.

Seeren oplyses endvidere om, at disse biler på trods af deres miljømæssige fordele er væsentlig dyrere end mindre, "almindelige", biler på grund af det danske, værdibaserede afgiftssystem. Der indgår bl.a. interviews med klima- og energiministeren og en repræsentant for FDM.

I slutningen af programmet vises en introduktion til det efterfølgende afsnit af "Metropol" om cyklisme. Herefter vises rulletekster.

Umiddelbart efter siger en speaker:

"Programmet var sponsoreret af Region Hovedstaden."

Samtidig vises et skærmbillede med Region Hovedstadens logo. Krediteringen varer ca. 3 sekunder.

<u>Udsendelse sendt den 6. juni 2013</u>
Optagelsen har en samlet varighed af ca. en time. I de første 30 minutter vises programmet "Lounge" og en række foromtaler for kommende programmer. Herefter begynder programmet "Metropol", som har en varighed af ca. 30 minutter, og som omhandler emnet cyklisme.

Programværten introducerer afsnittets indhold med følgende ord:

"Metropolen er trukket i cykeltøjet, som I kan se. For man kommer altså ikke uden om cyklen, hvis hovedstadsregionen skal være verdens grønneste storbyregion."

Herefter følger samme grafiske intro med tilhørende speak, som blev vist i begyndelsen af afsnittet vist den 28. maj 2013.

I programmet informeres om cyklismens nyere og historiske udbredelse i Danmark og København sammenlignet med andre lande. Desuden følger programmet en amatørcykelrytter, som træner til et større cykelløb. Yderligere indgår der oplysninger om de helbredsmæssige fordele ved at cykle.

Der vises desuden flere indslag om forskellige virksomheder i cykelbranchen, som fx værksteder og cykeludstyrsbutikker. Bl.a. besøges Christianias cykelværksted og cykelhjelmproducenten Yakkai, som begge har fokus på cykelkulturen som forretning både i Danmark og internationalt. Endvidere informeres om firmaet "Copenhagenize", som rådgiver andre lande i at udvikle deres cykeltrafik.

I programmet indgår endvidere interviews med en forsker fra Københavns Universitet og en fremtidsforsker, som udtaler sig om emnet.

I slutningen af programmet omtales et kommende afsnit af "Metropol" om et sygehusbyggeri.

Programmet afsluttes med rulletekster og en kreditering af Region Hovedstaden svarende til den, der blev vist i forbindelse med afsnittet sendt den 28. maj 2013.

Foromtaler for programmet "Metropol"
I de indsendte to eksempler på foromtaler for "Metropol" sendt den 28. maj 2013 og 6. juni 2013 vises korte klip fra programmerne, mens en speaker oplyser om afsnittenes indhold.

Der vises ingen henvisninger til Region Hovedstaden.

Høringssvar
Lorry har i høringssvar af 28. juni 2013 henvist til en vedlagt sponsoraftale af 6. december 2012 mellem Lorry og Region Hovedstaden.

Af aftalen fremgår det, at Lorry skal producere og sende 28 tv-programmer à 28 minutter under overskriften "Den internationale metropol". Programmerne udvikles i 2012 og sendes i 2013. Det er endvidere angivet, at programmerne vil kunne give borgerne oplysninger om den demokratiske proces og regionens vækst og udvikling. Det fremgår yderligere, at Region Hovedstaden har ydet et samlet sponsorat på i alt kr. 5.000.000,00 inkl. moms til programmerne. Det er anført, at programmerne tænkes at handle om vækst, beskæftigelse, erhvervsudvikling, forskning, men at også sundhedsfremme, byggeri, innovation, klima og uddannelse diskuteres.

Endvidere fremgår det af aftalen, at Lorrys produktion af udsendelserne vil foregå i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. i radio og fjernsyn m.v., hvorefter indholdet og programsætningen af et sponsoreret program ikke må påvirkes af sponsor på en sådan måde, at det indvirker på den pågældende tv-stations ansvar og redaktionelle selvstændighed. Desuden indeholder kontrakten bl.a. bestemmelser om rettigheder til programmerne, og

det er her bl.a. angivet, at Lorry kan anvende programmaterialet til forhåndsomtaler i alle medier, i årskavalkader og ved generel omtale af Lorry.

Herudover har Lorry i høringssvaret oplyst, at ideen til udsendelsesserien er opstået i en dialog mellem stationen og Region Hovestadens kommunikationsdirektør. Der henvises til, at en af Lorrys erklærede programpolitiske intentioner er at skildre alle aspekter af livet og mulighederne i stationens sendeområde, hvilket også er formuleret i stationens seneste public service-redegørelse. Stationen oplyser, at det var i det perspektiv, drøftelserne med Region Hovedstadens kommunikationsdirektør fandt sted.

Endvidere har Lorry anført, at der er tale om et reelt sponsorat, og at forholdet i enhver henseende er blevet behandlet som et sådant. Stationen henviser i den forbindelse til, at der gøres opmærksom på sponsoratet med sponsorskilte.

Om stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed har stationen anført, at Lorry, herunder Metropol-redaktionen, arbejder i fuld redaktionel uafhængighed af Region Hovedstaden. Stationen oplyser, at begge parter er yderst bevidste om, at der ikke må finde selv den mindste indblanding sted. Stationen anfører i den forbindelse, at der ikke blev foreslået emner og kilder fra sponsors side i mere bindende grad end beskrevet i sponsorkontrakten. Stationen understreger, at Region Hovedstaden ikke er involveret i diskussionen om indholdet af programmerne, samt at der ikke interviewes politikere fra Region Hovedstaden i udsendelserne.

Angående programmernes karakter har Lorry oplyst, at der er tale om en serie magasinudsendelser med forskellige temaer om livet og udviklingsmulighederne i hovedstadsområdet. Det er Lorrys opfattelse, at programmerne ikke har karakter af nyheds- eller aktualitetsudsendelser. Herudover er det oplyst, at programmerne primært sendes på stationens 24-timers kanal, idet nogle af dem genudsendes i stationens vinduer på TV 2/Danmark. Stationen oplyser endelig, at programmerne ikke indgår i stationens nyheds- og aktualitetsudsendelser.

Som bilag til høringssvaret har man udover sponsoraftalen af 6. december 2012 vedlagt en artikel fra MediaWatch fra 20. juni 2013, som var vedlagt Radio- og tv-nævnets høring i sagen, kopi af en uformel korrespondance med kontorchef Lars Banke, Kulturministeriet, om tilskud fra regionen samt kulturminister Carina Christensens svar af 3. marts 2009 på folketingsspørgsmål nr. 1410 vedrørende lokale tilskud til TV 2-regionerne.

Endelig er der vedlagt en oversigt over de hidtil udsendte programmer i rækken, som har følgende titler:

”Uddannelse – de unge faglærte”, ”Ud af sygesengen”, ”Velfærdsteknologi”, ”Vækst gennem iværksættere”, ”Bæredygtige boliger”, ”Grøn Teknologi”, ”Trafik”, ”Sundhed”, ”Forskning”, ”Energibiler”, ”Cyklisme”, ”Et helt nyt Hospital” og ”Eksportsucces, sådan!”

Som svar på uddybende høring fra Radio- og tv-nævnet har Lorry ved e-mail af 3. september 2013 oplyst, at spots (foromtaler) for udsendelserne ikke indgår i sponsoraftalen med Region Hovedstaden, og at stationen ikke er kontraktligt forpligtet til at udsende foromtaler for programmerne. Det oplyses endvidere, at Lorry sender foromtaler for alle stationens udsendelser, og at stationen derfor også har gjort det i forbindelse med Metropol-udsendelserne.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 4, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, som senest ændret ved lov nr. 644 af 12. juni 2013 (radio- og fjernsynsloven) på sit møde den 25. oktober 2013 behandlet sagen og skal udtale:

Indledningsvis bemærkes, at sagen afgøres efter de på programmets udsendelsestidspunkt gældende regler i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 7. oktober 2011, og 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). De nugældende regler findes i ovennævnte bekendtgørelse af radio- og fjernsynsloven, som senest ændret ved lov nr. 644 af 12. juni 2013, og i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer m.v.

Sagen omhandler spørgsmålet, om programrækken ”Metropol” sendt på TV 2 Lorry, overholder reglerne i radio- og fjernsynslovgivningen om sponsorering af programmer.

Spørgsmål om sponsorering
I henhold til radio- og fjernsynslovens § 35 kan de regionale TV 2-virksomheder finansiere deres virksomhed gennem bl.a. amtskommunale eller kommunale tilskud m.v.

Når der er tale om tilskud til konkrete programmer, og ikke til stationens virksomhed generelt, finder radio- og fjernsynslovgivningens regler om sponsorering anvendelse, såfremt forholdet er omfattet af definitionen af begrebet sponsorering i radio- og fjernsynslovens § 79 og den enslydende bestemmelse herom i reklamebekendtgørelsens § 26. Dette gælder også for så vidt der er tale om tilskud af den i § 35 nævnte art.

Det fremgår af bestemmelserne, at der ved sponsorering af programmer forstås enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af bl.a. programmer i radio og fjernsyn 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.

Definitionen af begrebet sponsorering i radio- og fjernsynslovgivningen skelner ikke mellem sponsorer med kommerciel baggrund og andre aktører, som fx fonde eller andre organisationer med velgørende formål eller offentlige myndigheder og institutioner. Heller ikke i forarbejderne til bestemmelserne, jf. lovforslag nr. 123, som fremsat den 17. januar 1990, indgår der betragtninger om tilskud fra denne type organisationer m.v., som indikerer, at tilskud fra sådanne ikke skal være omfattet af reglernes anvendelsesområde. Klart undtaget fra sponsoreringsreglerne er i henhold til de gældende regler og forarbejderne alene tilskud fra personer og virksomheder, der selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- og fjernsynsprogrammer m.v., som angivet i definitionen.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at der ikke foreligger hjemmel til at fortolke bestemmelserne således, at tilskud fra ikkekommercielle organisationer m.v. er undtaget fra den gældende definition af sponsoreringsbegrebet i radio- og fjernsynslovgivningen.

Det lægges derfor til grund, at også programmer produceret med tilskud fra ikkekommercielle aktører kan være omfattet af reglerne om sponsorering, såfremt forudsætningerne herfor, jf. reklamebekendtgørelsens § 26 og lovens § 79, er opfyldte.

Efter det oplyste har Lorry af Region Hovedstaden modtaget et produktionstilskud på i alt kr. 5.000.000,00 inkl. moms til programrækken "Metropol". Den indgåede aftale vedrører et nærmere aftalt antal programmer om emner, der vedrører bl.a. vækst, beskæftigelse, erhvervsudvikling m.v. i regionen. Lorry forpligtes til at udvikle programmerne i 2013 og til at udsende dem i 2013. Aftalen dækker således tilskud til produktionen af konkrete programmer, og ikke tilskud til Lorrys virksomhed som sådan.

Radio- og tv-nævnet lægger endvidere til grund, at baggrunden for aftalen bl.a. er et ønske om at fremme Region Hovedstadens navn, image og aktiviteter.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at der er tale om sponsorerede programmer, jf. reklamebekendtgørelsens § 26, hvorfor radio- og

fjernsynslovgivningens regler om sponsorering af programmer finder anvendelse.

I supplerende høringssvar af 3. september 2013 har Lorry oplyst, at de udsendte foromtaler for programmerne ikke er omfattet af sponsoraftalen. Stationen anfører endvidere, at stationen ikke har været forpligtet til at udsende disse foromtaler.

De indsendte eksempler på foromtaler for "Metropol" består bl.a. af billedmateriale fra selve programmerne.

I henhold til aftalen af 6. december 2012 og det af Lorry oplyste er der imidlertid ikke truffet særskilt aftale mellem Lorry og Region Hovedstaden om, at der skal udsendes foromtaler, og der er ikke betalt særskilt tilskud til udsendelse af foromtaler. Uanset at foromtalerne er produceret under anvendelse af materiale fra de sponsorerede programmer, foreligger der derfor ikke den nødvendige hensigt til at fremme regionens navn, image m.v., jf. definitionen i reklamebekendtgørelsens § 26.

På den baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at foromtalerne for programmerne ikke er sponsorerede, jf. reklamebekendtgørelsens § 26.

Forbud mod sponsorering
I fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester må nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke sponsoreres. Det fremgår af reklamebekendtgørelsens § 31, stk. 1.

Ved aktualitetsprogrammer forstås, jf. § 31, stk. 3, alene programmer, der direkte vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssige betydning, såsom programmer, der består af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger.

Programmerne i rækken "Metropol" er blevet vist både på Lorrys egen 24-timers kanal samt i stationens sendeflade på TV 2 Danmark. Lorry har oplyst, at programmerne ikke er blevet sendt i forbindelse med stationens aktualitets- og nyhedsprogrammer.

I den udsendelse, der er sendt den 28. maj 2013, vises afsnittet af "Metropol" efter en kort nyhedsudsendelse. Radio- og tv-nævnet finder, at det er gjort tydeligt for seeren, at nyhedsprogrammet er afsluttet, inden der følger en foromtale og herefter "Metropol". Nævnet lægger herved navnlig vægt på, at der blev vist tydelige grafiske overgangselementer efter nyhederne bl.a. med oplysninger om Lorrys redaktion.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at "Metropol" ikke er blevet vist indenfor programflader, som betragtes som samlede nyhedsprogrammer, og derfor ville være omfattet af forbuddet mod sponsorering af nyheds- og aktualitetsprogrammer.

Afgørende for, om sponsoreringsforbuddet i reklamebekendtgørelsens § 31, stk. 1, er overtrådt, er derfor om programmerne i rækken "Metropol" isoleret set er nyheds- eller aktualitetsprogrammer.

I de fremsendte to eksempler på afsnit af rækken "Metropol" berøres samfundsrelevante emner relateret til udbredelsen af brug af miljøvenlige biler i regionen og Danmark generelt, samt om cyklisme.

De indsendte eksempler på programafsnit indeholder imidlertid ikke indslag og emner, der har direkte nyhedsmæssig værdi, men fremstår som magasinprogrammer, der belyser og informerer om de udvalgte emner. Endvidere lægger Radio- og tv-nævnet til grund, at der ikke er nogen tæt tidsmæssig sammenhæng mellem udsendelsen af programmerne og de indeholdte begivenheder og udtalelser.

Radio- og tv-nævnet finder derfor ikke, at programmerne vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssig betydning. Programmerne består navnlig ikke af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger til nyheder, aktuelle begivenheder m.v. i bestemmelsens forstand. Nævnet finder på denne baggrund ikke, at udsendelsesrækken "Metropol" har karakter af nyheds- eller aktualitetsprogrammer, der er omfattet af forbuddet.

På denne baggrund foreligger der ikke en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens § 84, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 31, stk. 1.

Spørgsmålet er herefter, om radio- og fjernsynslovgivningens øvrige bestemmelser om sponsorering er overholdt.

Sponsorkrediteringer
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 et program 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, første pkt., kan angivelsen af sponsorer i fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsors navn, logo, produkt eller tjenesteydelse. Det fremgår endvidere af bestemmelsens tredje pkt., at angivelsen i fjernsyn ikke må ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsor eller dennes produkter m.v.

I slutningen af begge indsendte eksempler på afsnit af "Metropol" vises følgende tekst:

"Programmet var sponsoreret af Region Hovedstaden".

Krediteringen varer ca. 3 sekunder og er ikke ledsaget af en særlig lydbaggrund m.v.

Radio- og tv-nævnet finder, at seeren med denne henvisning med tilstrækkelig tydelighed bliver oplyst om, at programmerne er sponsoreret, jf. reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1. Krediteringen er endvidere placeret og udformet i overensstemmelse med ovennævnte regler herom i bestemmelsens stk. 1, 3 og 5.

I forbindelse med de udsendte foromtaler for programmerne blev der, i modsætning til selve programmerne, ikke vist krediteringer for Region Hovedstaden. Foromtaler af kommende programmer, herunder trailers, betragtes som selvstændige redaktionelle programmer. Såfremt foromtaler er sponsorerede, må og skal disse sponsorkrediteres i overensstemmelse med reglerne herom.

Som ovenfor konstateret er foromtalerne for "Metropol" ikke sponsorerede, og Radio- og tv-nævnet har derfor ingen bemærkninger hertil.

Påvirkning af indholdet og programsætningen
Indholdet og programsætningen af et sponsoreret program må ikke påvirkes af sponsor på en sådan måde, at det indvirker på radioforetagendets eller medietjenesteudbyderens ansvar og redaktionelle selvstændighed med hensyn til programmerne. Det fremgår af reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1.

I nærværende sag er der tale om en programrække, hvor det overordnede indhold, antal afsnit og sendeperioden for udsendelsen forud er aftalt mellem sponsor og stationen.

Der henvises til Radio- og tv-nævnets afgørelser af 21. juni 2004 og 5. oktober 2004 vedr. udsendelsesrækken "Shopping" om indkøbscentret Field's sendt på TV 2 Danmark. Radio- og tv-nævnet fandt efter en kon-

kret vurdering, at programmerne var sponsoreret af det selskab, der har udviklet og ejer Field's, hvorfor manglende kreditering af sponsor i de første afsnit fandtes at være i strid med reglerne herom. I den sidstnævnte afgørelse udtalte nævnet videre, at det forhold, at programmet er sponsoreret af selskabet bag Field's, accentuerer kravet om, at stationen skal sikre, at den alene har det redaktionelle ansvar og træffer alle afgørelser i så henseende. Nævnet fandt endvidere, at selvom det ikke er forbudt at udsende programmer om centret, der er sponsoreret af ejerne eller repræsentanter for ejerne, giver det anledning til skærpet opmærksomhed fra nævnets side, om stationen også i praksis efterlever kravet om selvstændighed, således at dette afspejles i programmerne. Nævnet fandt i den konkrete sag ikke, at der var sket overtrædelser af reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1, eller andre af reglerne om sponsorering, men påpegede, at visningen af centrets facade med et "Field's" skilt ved overgange mellem episoder i de enkelte afsnit var betænkelig.

Endvidere henvises der til Radio- og tv-nævnets afgørelser af 3. oktober 2013 om Region Midtjyllands sponsorering af TV 2 Østjyllands og TV/MIDT-VESTs programrækker om "Supersygehusene", hvor nævnet på baggrund af det fra stationerne oplyste fandt, at de to regionale TV 2-stationer havde sikret sig, at stationerne alene havde det redaktionelle ansvar og traf alle afgørelser i så henseende, herunder om programmernes indhold, programsætning og medvirken af konkrete personer. Om regionens indflydelse på det endelige program ved en aftalt gennemsynsprocedure lagde nævnet på baggrund af det oplyste til grund, at denne alene havde til formål at sikre, at fejlagtige eller personfølsomme oplysninger m.v. ikke indgik i de endelige programmer.

Radio- og tv-nævnet fandt derfor ikke, at der forelå en indvirkning fra sponsors side på stationernes ansvar og redaktionelle selvstændighed i strid med reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1.

På baggrund af det af Lorry oplyste lægger Radio- og tv-nævnet til grund, at Lorry har sikret sig, at stationen alene har det endelige redaktionelle ansvar og træffer alle afgørelser i så henseende, herunder om programmernes indhold, programsætning og medvirken af konkrete personer m.v.

Radio- og tv-nævnet finder derfor ikke, at der foreligger en indvirkning fra sponsors side på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed i strid med reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1.

Fremhævelser af Region Hovedstaden i programmerne
I forbindelse med visningen af afsnittet af "Metropol" sendt den 28. maj 2013 ses flere gange elbiler med Region Hovedstadens logo på siden. Endvidere ses der et skilt med regionens logo i baggrunden i en sekvens, hvor en person interviewes ved et busstoppested. I samme afsnit nævnes end-

videre Region Hovedstaden to gange i forbindelse med omtalen af et forsøg med elbiler, som regionen har ydet bidrag til.

Spørgsmålet er således, om der er tale om angivelser af sponsor inde i programmet i strid med § 27, stk. 1, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår visningen af logoer finder Radio- og tv-nævnet, at visningen af bilerne med regionens logo på siden på naturlig vis indgår i beskrivelsen af det omtalte forsøg med elbiler. Visningerne er endvidere korte, og logoerne kan i de fleste sekvenser kun anes. Der forekommer endvidere ikke fokuseringer på Region Hovedstadens logoer på bilerne. Det samme gælder det logo, der ses på et skilt bagved en interviewet person. Visningen er kortvarig og ikke fokuseret, og skiltet indgår i de omgivelser, der vises i scenen, uden at det får en fremtrædende placering i billedet.

På samme måde forekommer de mundtlige referencer naturlige henset til indholdet af de konkrete sekvenser, som omhandler Region Hovedstadens bidrag til en forsøgsordning med test af elbiler samt regionens mål vedr. den fremtidige udbredelse af elbiler. Der er tale om objektive oplysninger, som endvidere perspektiveres fra en kritisk, journalistisk vinkel.

Radio- og tv-nævnet finder på denne bagrund ikke, at der er sket angivelser af sponsor og sponsors logo i strid med § 27, stk. 1, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Spørgsmålet er herudover, om der i programmerne forekommer overtrædelser af radio- og fjernsynslovens § 82 og reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1, hvorefter et sponsoreret program ikke må tilskynde til afsætning af sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser og ikke må promovere disses varer eller tjenesteydelser, henholdsvis tilskynde til køb eller leje af sponsors eller andres produkter eller tjenesteydelser, og navnlig ikke må fremhæve disse på en 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] Efter denne praksis er det afgørende, om der foreligger fremhævelser af sponsors produkter eller tjenesteydelser, som går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

I nærværende sag er der imidlertid tale om en sponsor, der er en offentlig myndighed, hvis ledelse består af folkevalgte politikere. Regionernes ho-

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

vedopgave er sundhedsvæsenet, regional udvikling og drift af en række sociale institutioner. Programrækken omtaler bl.a. udbredelsen af energibiler og cyklismen i hovedstadsregionen samt et forsøg om elbiler, som Region Hovedstaden har deltaget i.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at omtale og visning af offentlige opgaver, som regionen udfører, eller oplysninger om fakta og baggrundstal for hovedstadsregionen vedrørende de omtalte emner kan sidestilles med en tilskyndelse til køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser i bestemmelsens forstand. Radio- og tv-nævnet finder på den baggrund ikke, at der er sket overtrædelse af radio- og fjernsynsloven § 82 og reklamebekendtgørelsens § 29, stk. 1.

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

AFGØRELSE:

Afsnittene fra programrækken "Metropol" sendt på TV 2 Lorry den 28. maj og den 6. juni 2013 indeholder ikke overtrædelser af reglerne om sponsorering 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.

Mads Bryde Andersen
formand

/Ulrike Clade Christensen
nævnssekretær