STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

15. oktober 2014

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Klage over bl.a. skjult reklame for VELUX m.fl. i en Champions League håndboldkamp vist på DR1

Sammendrag

Henrik Tange har ved mail af 30. marts 2014 klaget over bl.a. skjult reklame for VELUX m.fl. i en håndboldkamp mellem KIF Kolding-KBH og HC Metalurg vist på DR1.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at der ikke er sket behørig sponsorkreditering af programmet, hvilket er i strid med § 26, stk. 1, 1. pkt., i reklamebekendtgørelsen, hvorefter sponsor klart skal angives ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder.

Radio- og tv-nævnet har endvidere truffet afgørelse om, at visningen af VELUX's samt de øvrige sponsorers logoer på tavlen er angivelser af sportsbegivenhedens sponsorer i strid med § 26, stk. 1, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet har endelig truffet afgørelse om, at journalisternes benyttelse af en mikrofonhat med et VELUX-logo er en sponsorangivelse i strid med § 26, stk. 1, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører flere forhold i håndboldkampen mellem KIF Kolding-KBH og HC Metalurg, der blev vist på DR1 den 30. marts 2014 mellem kl. 16.30 og 18.30.

Klager anfører, at der afslutningsvis blev interviewet spillere stående foran en reklameskærm, hvor en del virksomheders logoer samt DR's eget logo blev vist.

Endvidere anfører klager, at man inden kampens afslutning kunne se to DR-journalister/kommentatorer stå med hver sin mikrofon, som var "prydet" med et logo for virksomheden VELUX. Derved optrådte de to journalister som klare reklamesøjler for denne virksomhed.

Endelig ønsker klager at få oplyst, om DR har modtaget modydelser for VELUX-reklamen, og om det har kostet licensmidler at få DR's logo vist på ovennævnte reklameskærm.

Beskrivelse af udsendelsen
DR har som bilag til høringssvar af 6. maj 2014 vedlagt en kopi af håndboldkampen, der har en samlet varighed af 1 time og 59 minutter.

Udsendelsen indledes med en introsekvens for VELUX Champions League, hvor der til sidst står "VELUX EHF Champions League" i højre side af skærmen i samme sølvgrå typer. I venstre side ses Champions Leagues eget stjernelignende logo.

Herefter stilles der direkte om til en DR-journalist inde i håndboldhallen. DR's journalist og DR's håndboldekspert diskuterer her kampens mulige udfald.

Begge DR-medarbejdere benytter under hele udsendelsen en mikrofon med en mørkeblå mikrofonhat med et VELUX-logo og et Champions League-logo på.

Inden kampen begynder, vises bl.a. forskellige klip fra tidligere kampe i turneringen samt korte interviews med KIF Kolding-KBH's spillere.

Herefter begynder kampens 1. halvleg.

I pausen mellem 1. og 2. halvleg interviewer DR's journalist en spiller fra KIF Kolding-KBH på håndboldbanen foran en flytbar tavle med sponsorlogoer, herunder VELUX, Jack and Jones, SHARP, ehf-TV, Adidas m.fl. samt DR's eget logo.

Herudover indeholder pausen mellem 1. og 2. halvleg også klip fra tidligere kampe samt en diskussion af håndboldkampen forrest på tilskuerpladserne mellem DR's journalist og DR's håndboldekspert.

Herefter begynder kampens 2. halvleg.

Efter kampens afslutning interviewes en spiller fra KIF Kolding-KBH på banen. Efter interviewet ses et klip med DR's journalist og håndboldekspert, hvor de står på banen og diskuterer kampens udfald. Under denne diskussion rulles tavlen med sponsorlogoer ind bag dem.

Udsendelsens sidste minutter indeholder bl.a. et interview med en anden spiller fra KIF Kolding-København, der interviewes foran tavlen, et interview med en stjernespiller fra det modsatte hold og en diskussion mellem DR's journalist og håndboldekspert.

Udsendelsen slutter med rulletekster med den samme musik som introsekvensen og samme billede af "VELUX EHF Champions League", som sås i introsekvensen.

Høringssvar

DR:
DR har i sit første høringssvar af 6. maj 2014 oplyst, at DR har erhvervet transmissionsrettighederne til Champions League håndboldkampene gennem en licensaftale med European Handball Federation Marketing (EHF Marketing).

Licensaftalen fastlægger bl.a. det antal kampe, som DR må transmittere fra. VELUX er titelsponsor af Champions League-håndboldkampene og har indgået aftale herom med EHF Marketing. I den forbindelse ses VELUX og de øvrige sponsorer på banderne rundt omkring håndboldbanen samt på tavlen, der danner baggrund for de afsluttende interviews med spillerne.

DR anfører, at DR alene har betalt for erhvervelsen af transmissionsrettighederne. DR har hverken betalt for eller bedt om visning af DR's logo på tavlen. DR har heller ikke modtaget nogen form for betaling fra VELUX eller andre i den forbindelse.

Hvad angår visning af DR's logo på tavlen oplyser DR, at når det drejer sig om en kamp, som DR transmitterer, vil DR's logo blive vist på tavlen som en af EHF Marketings samarbejdspartnere, mens andre tv-stationers logo vil blive vist i forbindelse med deres transmissioner af kampene. Dette er en service fra EHF Marketings side.

DR anfører i relation til mikrofonen med det påtrykte VELUX-logo, som DR's journalist og ekspert benyttede under transmissionen af håndboldkampen, at der er tale om en fast rekvisit i EHF's VELUX Champions League-set-up. Mikrofonhatten benyttes ved samtlige kampe og udleveres af EHF Marketing. Formålet er at ensrette de forskellige landes transmissioner for at skabe et fælles udtryk for hele turneringen. Lignede tiltag ses også inden for Champions League fodbold.

Imidlertid giver DR klageren ret i, at der ved brug af mikrofonhatten sker en fremhævelse af Champions Leagues titelsponsor VELUX, der ikke er tilstrækkeligt redaktionelt begrundet. DR har derfor aftalt med EHF Marketing, at DR fremover vil bruge en mikrofon uden VELUX-logo til de kommende hjemmekampe i efteråret 2014.

Endelig oplyser DR, at DR hverken har modtaget særskilt vederlag eller anden særskilt betaling fra VELUX i forbindelse med DR's visning af den pågældende håndboldkamp.

Radio- og tv-nævnet sendte den 26. maj 2014 sagen til uddybende høring hos DR.

Til brug for Radio- og tv-nævnets behandling af sagen blev DR bedt om at forholde sig nærmere til forholdene omkring tavlen med sponsorlogoer, der blev rullet ind bag DR's journalist under de forskellige interviews, herunder om DR i forbindelse med indgåelse af licensaftalen med EHF Marketing kunne have undgået, at en mobil tavle med sponsorlogoer skulle være til stede i programmet.

Radio- og tv-nævnet modtog DR's andet høringssvar den 3. juli 2014. Heri oplyser DR, at VELUX Champions League er en stor, europæisk sportsbegivenhed, der i lighed med f.eks. fodboldens Champions League eller fodboldens EM er sponsoreret af kommercielle virksomheder. DR deler herefter høringssvaret op i de tre punkter, som følger nedenfor.

1. Anvendelse af sponsoreringsreglerne:

Radio- og tv-nævnets sekretariat har i den uddybende høringsskrivelse anført, at *"Champions League er et sponsoreret program, og det er derfor reglerne om sponsorering, der skal finde anvendelse".* Denne opfattelse er DR ikke enig i.

DR anfører, at det er selve sportsbegivenheden, Velux Champions League, der er sponsoreret, men ikke DR's transmissioner herfra. DR har – i modsætning til en tidligere sag om DR's transmission af EM i fod-

bold – ikke modtaget et direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af DR's programvirksomhed fra begivenhedens sponsorer.

I den ovenfor anførte sag om DR's transmission af EM i fodbold, anførte DR i et høringssvar af 5. oktober 2012, at DR krediterede EM's officielle sponsorer, fordi disse ydede et indirekte tilskud til DR's programvirksomhed ved at gøre det muligt for DR at købe transmissionsrettighederne til en (lavere) pris, hvilket medførte, at det overhovedet var økonomisk muligt for DR at erhverve disse rettigheder. Der var med andre ord tale om et indirekte sponsorforhold mellem DR og begivenhedens sponsorer.

Situationen i nærværende sag er imidlertid en anden. DR har ikke modtaget et direkte eller indirekte tilskud til programmet i form af en nedsat rettighedsbetaling el.lign.

Det er derfor DR's opfattelse, at det er reglerne om skjult reklame, der skal finde anvendelse i nærværende sag.

2. Om den redaktionelle baggrund for tavlen:

DR anfører, at den indgåede licensaftale mellem DR og EHF Marketing vedrørende transmission af Champions League-håndboldkampe i Danmark bl.a. fastlægger, hvor spillerne skal interviewes i halvlegspausen og efter kampens afslutning. Disse interviewspots er foran den af EHF opstillede tavle. Dette er et af EHF's vilkår for overhovedet at kunne erhverve transmissionsrettighederne.

Baggrunden for dette er, at EHF ønsker at gøre det visuelle udtryk i Champions League-transmissionerne ens i alle lande, der transmitterer fra de pågældende kampe. Dette sker efter forbillede fra fodboldens Champions League.

De interviews, som DR laver med spillere foran tavlen i halvlegspausen og efter kampens afslutning, de såkaldte "flash-interviews", indgår sammen med selve transmissionen af kampen i World Feed (dvs. det signal, der udsendes til udenlandske rettighedshavere), således at alle tv-stationer, der har købt rettigheder og derfor modtager World Feed, får mulighed for at udsende interviews fra kampen. Disse interviews gennemføres altid foran samme tavle, uanset i hvilket land kampen finder sted, og hvilken tv-station der transmitterer kampen.

I fodbold har journalister aldrig adgang til banen, og interviews laves i en såkaldt "mixed zone" indendørs på stadion eller i spillertunnelen.

Hér står spillerne altid foran en fast væg, der viser eventens sponsorer.

I håndbold er der derimod tradition for, at tv-interviews i halvlegspausen og efter kampen laves på banen. Derfor opererer EHF med en mobil tavle, således at denne kan fjernes fra banen, når anden halvleg begynder, og sættes op igen efter afsluttet kamp.

3. Om visningen af tavlen er i overensstemmelse med reglerne om skjult reklame:
Tavlen vises som baggrund i halvlegspausen og efter kampens afslutning, hvor DR's journalist interviewer spillere fra KIF Kolding-KBH og analyserer kampen sammen DR's håndboldekspert.

DR er af den opfattelse, at der ikke sker en uberettiget fremhævelse af VELUX Champions Leagues sponsorer ved visning af sponsorlogoerne på tavlen.

Tavlen er efter DR's opfattelse sammenlignelig med bandereklamer, som efter fast praksis fra Radio- og tv-nævnet anses som en naturlig del af miljøet i håndboldhallen, og som ikke udgør skjult reklame.

DR henviser bl.a. til Radio- og tv-nævnets afgørelse af 19. december 2008 om klage over skjult reklame i en håndboldkamp vist på DR1:

"Under håndboldkampen vises skiftende bandereklamer i sædvanligt omfang, hvilket efter Nævnets faste praksis udgør en naturlig del af miljøet omkring sportskampe, uanset at visningen i det konkrete tilfælde må antages at være af stor kommerciel værdi for annoncørerne, og tillige – for så vidt angår de dansksprogede gulvreklamer med politisk budskab – må antages at være direkte rettet mod tv-mediet snarere end tilskuerne i sportshallen. Radio- og tv-nævnet må lægge til grund, at DR ikke har haft indflydelse på eller været arrangør af – håndboldkampen…"

Ved bedømmelsen af bandereklamer lægges der efter DR's opfattelse vægt på følgende to kriterier:

1. Havde tv-stationen indflydelse på afholdelse af den pågældende sportsbegivenhed?
2. Skete der en uberettiget, længerevarende eller tæt fokusering på bandereklamen?

Ad. 1:

DR er ikke arrangør af VELUX Champions League og havde ingen indflydelse på afholdelsen af kampen eller dennes set up, herunder bandereklamerne eller tavlen, som begge er en del af det naturlige miljø under en (international) håndboldkamp. Tavlen er ligesom bandereklamer, reklamer på banegulvet og sponsorlogoer på spillernes trøjer udtryk for den stigende kommercialisering, som store sportsbegivenheder oplever.

At tavlen i modsætning til bandereklamerne er mobil, ændrer ikke ved, at tavlen efter DR's opfattelse må anses for at være sammenlignelig med bandereklamerne.

DR er kontraktligt forpligtet til at lave interviews både i halvlegspausen og efter kampen foran denne tavle. Dette er et afgørende krav fra EHF, som ikke står til forhandling. Det er DR's vurdering, at det ikke vil være muligt for DR at erhverve transmissionsrettighederne til VELUX Champions League, hvis ikke DR imødekommer EHF's krav om at bruge tavlen som baggrund for disse såkaldte "flash-interwievs". Baggrunden er – som tidligere anført – at der i håndbold er tradition for at gennemføre interviews med spillerne både i halvlegspausen og efter kampens afslutning på banen, hvilket gør det nødvendigt at kunne fjerne tavlen. Dertil kommer, at tavlen indgår i det internationale visuelle set up for samtlige VELUX Champions League kampe.

Det er derudover DR's opfattelse, at det ikke burde gøre en forskel, at tavlen i modsætning til bandereklamerne er flytbar, idet formålet med både bandereklamer og tavlen er det samme.

Til Radio- og tv-nævnets baggrund oplyser DR, at der i kontrakter vedrørende erhvervelse af transmissionsrettigheder for store sportsbegivenheder findes lignende krav – som også er ufravigelige – om gennemførelse af spiller- og/eller trænerinterviews foran en skærm eller en væg, der viser logoerne af samtlige sponsorer til den pågældende sportsbegivenhed. Dette er eksempelvis tilfældet ved VM, EM og i den danske Superliga.

Hvis DR skulle blive afskåret fra at transmittere sportsbegivenheder, hvor det er påkrævet, at interviews laves foran skærme eller tavler med sponsorlogoer, vil DR fremover ikke kunne vise en lang række vigtige sportsbegivenheder. Iblandt disse vil der være sportsbegivenheder, som forventes optaget på den snart indførte liste over vigtige sportsbegivenheder, som skal kunne ses på landsdækkende tv med adgang for minimum 90 % af de danske husstande. Det samme vil gøre sig gældende for pressemøder i forbindelse med sportsbegiven-

heder, hvor spillerne og trænerne ligeledes er placeret foran en skærm med sponsorlogoer.

Ad. 2:
Sponsorlogoerne på tavlen blev heller ikke uberettiget fremhævet. Tavlen dannede alene baggrund for de interviews, der blev gennemført med spillerne i halvlegspausen og efter kampens afslutning, uden at der blev fokuseret eller zoomet ind på de logoer, der kan ses på tavlen. Kameraets fokus var under alle interviews på enten DR's journalist eller den pågældende håndboldspiller.

Samlet set er det derfor DR's opfattelse, at visning af tavlen under VELUX Champions League-kampen hverken udgjorde skjult reklame i strid med reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1, eller var i strid med sponsorreglerne.

Efter en foreløbig behandling under nævnsmødet den 27. august sendte Radio- og tv-nævnet den 2. september 2014 sagen til uddybende høring hos DR. Ligeledes har DR haft foretræde for nævnet ved dettes møde den 26. september 2014.

Til brug for Radio- og tv-nævnets behandling af sagen blev DR bedt om at fremlægge licensaftalen mellem DR og EHF Marketing, at uddybe begrundelsen fra DR's andet høringssvar af 3. juli 2014, hvori DR anførte, at der ikke forelå indirekte sponsorering, og at redegøre nærmere for forholdene omkring produktionen og transmission af håndboldkampene.

DR uddyber i sit tredje høringssvar af 9. september 2014, hvorfor DR er af den opfattelse, at der ikke foreligger indirekte sponsorering. Herom oplyser DR, at det er EHF, som står for organiseringen af VELUX Champions League, herunder accepterer EHF klubberne som deltagere, står for lodtrækning, sørger for dommerpåsætning til de enkelte kampe, administrerer de under kampene tildelte karantæner mv.

Datterselskabet EHF Marketing varetager den kommercielle udnyttelse af VELUX Champions League håndboldturneringen ved bl.a. at licensere medierettighederne og ved at indgå sponsoraftaler.

DR har alene indgået aftale med EHF Marketing om produktion og transmissioner fra de enkelte kampe under turneringen. DR har derimod ikke indgået en sponsoraftale med hverken EHF Marketing eller nogle af de andre sponsorer til VELUX Champions League.

Det er alene EHF Marketing, der indgår sponsorkontrakter og råder over de sponsormidler, som EHF Marketing rekvirerer fra turneringens sponsorer. Disse sponsormidler går direkte til EHF og bliver primært brugt til afholdelse af turneringen. Der skal bl.a. bruges store pengebeløb til at belønne klubberne for deres deltagelse og placering i turneringerne.

EHF Marketing udbyder medierettighederne til VELUX Champions League på markedsvilkår, hvilket i denne sag betyder, at de pengebeløb, som EHF Marketing modtager af sponsorerne efter DR's konkrete vurdering i dette tilfælde ikke har haft indflydelse på prissætningen af transmissionsrettighederne – disse blev ikke udbudt til en lavere pris end markedsprisen. Dette indebærer også, at DR selv afholder de fulde omkostninger forbundet med produktionen og transmission af kampene.

Derfor foreligger der efter DR's opfattelse ikke et indirekte tilskud til programvirksomheden, jf. definitionen på sponsorering i reklamebekendtgørelsens § 24, eftersom DR ikke har erhvervet medierettighederne til en lavere pris, modtaget tilskud eller opnået en besparelse i forhold til DR's produktionsomkostninger.

Om produktionen af transmissioner fra VELUX Champions League, oplyser DR, at DR har erhvervet to forskellige rettigheder til visning af VELUX Champions League.

1. Retten (og pligten) til at producere samt transmittere udsendelser fra alle kampe, hvori der deltager danske hold og som afholdes i Danmark, dvs. at DR er producent i disse tilfælde.
2. Retten til at vise andre kampe fra turneringen produceret af udenlandske tv-stationer, og hvor DR alene erhverver signalretten.

I overensstemmelse med ovenstående har DR været producent af den påklagede håndboldkamp mellem HC Metalurg og KIF Kolding-KBH, idet kampen fandt sted i Kolding.

DR bemærker, at DR ikke har haft indflydelse på selve afholdelsen af kampen, men alene har transmitteret den. Endvidere bemærker DR, at samtlige tv-stationer, som indgår aftale med EHF Marketing om produktion af håndboldkampe er underlagt de samme forpligtelser, hvilket skyldes et ønske fra EHF om at gøre det visuelle udtryk i kampene ensartet, jf. DR's andet høringssvar af 3. juli 2014.

DR vedlægger i høringssvaret kontrakten i mellem EHF Marketing og DR, der er gældende fra august 2011, og anmoder om, at denne undtages fra aktindsigt, jf. Radio- og fjernsynslovens § 86.

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. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven), på sine møder den 27. august og 26. september 2014 behandlet sagen og skal udtale:

Indirekte sponsorering eller skjult reklame:
I henhold til § 24 i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), defineres sponsorering som 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 og on demand-audiovisuelle medietjenester, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes logo, image, aktiviteter eller produkter.

DR har i tidligere sager, eksempelvis i afgørelse af 20. december 2012 om DR's transmission af EM i fodbold, haft den opfattelse, at der forelå indirekte sponsorering fra såkaldte arrangementssponsorer ved DR's transmission af sportsbegivenheder. Dette begrundes med, at sportsbegivenhedens sponsorer yder et indirekte tilskud til finansieringen af DR's programvirksomhed ved at gøre det billigere for DR at erhverve transmissionsrettighederne.

I nærværende sag er DR imidlertid af en anden opfattelse. DR anfører, at der hverken foreligger direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af DR's programvirksomhed fra VELUX Champions Leagues sponsorer. DR har ikke indgået sponsoraftaler med sponsorerne, og sponsorernes bidrag har ikke influeret på den pris, som DR måtte erlægge for erhvervelse af transmissionsrettighederne.

Imidlertid fremgår det bl.a. af licensaftalen mellem DR og EHF, at der under punkt 3.3. er indsat et ufravigeligt vilkår, hvorefter DR skal foretage alle sine interviews i halvlegspausen og efter kampen foran en tavle med sponsorlogoer.

Ud fra det oplyste kan det lægges til grund, at VELUX Champions League ikke kunne være afholdt uden sponsorstøtten fra VELUX. Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at prissætningen for erhvervelse af disse transmissionsrettigheder har været påvirket af sponsorbidragene. Der er derfor tale om et indirekte sponsoreringsforhold mellem erhververen af rettighederne og turneringens sponsorer.

I licensaftalen med EHF har DR endvidere forpligtet sig til at foretage interviews foran en tavle med sponsorlogoer. EHF er mellemled mellem sponsorerne og broadcasterne. Det forhold, at DR i sin aftale med en mellemmand forpligter sig over for en arrangementssponsor, understøtter den opfattelse, at der er tale om et indirekte sponsoreringsforhold mellem DR og arrangementssponsoren.

Radio- og tv-nævnet konkluderer derfor, at der foreligger indirekte sponsorering af VELUX Champions League, og at reklamebekendtgørelsens bestemmelser om sponsorering derfor finder anvendelse.

Kreditering af sponsor før og efter kampen:
I henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt., skal sponsorerede programmer i bl.a. fjernsyn klart kunne identificeres ved, at sponsorens navn, logo, eller andet symbol, herunder en angivelse af sponsorens produkt, tjenesteydelse eller et kendemærke herfor, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder.

VELUX Champions League indledes med en introsekvens, hvor der til sidst står "VELUX EHF Champions League" i højre side af skærmen i samme sølvgrå typer.

Programmet afsluttes med samme skærmbillede.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at denne angivelse er en tilstrækkelig klar oplysning til seerne om, at programmet er sponsoreret. Identifikationskravet i § 26, stk. 1, 1. pkt., er dermed ikke opfyldt.

På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at programmet mangler en behørig sponsorkreditering og dermed er i strid med § 26, stk. 1, 1. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Tavlen med sponsorlogoer:
I halvlegspausen og efter kampens afslutning interviewer DR's journalist forskellige personer foran en tavle med sponsorlogoer. Disse interviews, de såkaldte "flash-interviews", har DR forpligtet sig til at foretage.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse og faste praksis skal det som udgangspunkt være muligt for DR at transmittere sportsbegivenheder som VELUX Champions League, uagtet at sådanne sportsprogrammer har kommercielle sponsorer og indeholder logoer på spillertrøjerne, banderne, gulvene m.v., og uanset at transmissionen dermed har en stor kommerciel værdi for de virksomheder, der sponsorerer og reklamerer under kampene.

DR anfører, at interviewene foran tavlen er at sidestille med bandereklamerne i sportshallen, der efter Radio- og tv-nævnets faste praksis udgør en naturlig del af miljøet omkring sportskampe, uanset at visningen i det konkrete tilfælde må antages at være af stor kommerciel værdi for annoncørerne, og tillige må antages at være direkte rettet mod tv-mediet snarere end tilskuerne i sportshallen.

Herudover anfører DR, at det er fast praksis at indsætte ufravigelige krav i kontrakter vedrørende erhvervelse af transmissionsrettigheder for store sportsbegivenheder om gennemførelse af spiller- og trænerinterviews foran en skærm eller en væg, der viser logoerne af samtlige sponsorer til den pågældende sportsbegivenhed. Dette er eksempelvis tilfældet ved VM, EM og i den danske Superliga.

Efter nævnets hidtidige praksis accepteres bande- og gulvreklamer bl.a. ud fra den begrundelse, at det ligger uden for tv-stationernes kontrol at undgå disse reklamer og logoer i transmissionerne af sportsbegivenheder. Dette synspunkt forudsætter, at tv-stationen ikke har haft indflydelse på afholdelsen af sportsbegivenheden. Endvidere anses kommercielle logoer efter nævnets praksis som en del af det naturlige miljø omkring en sportsbegivenhed, og så længe der ikke fokuseres unødigt længe på logoerne, bliver visningen af dem accepteret.

I nærværende sag rulles sponsortavlen under et interview ind bag DR's journalist, mens denne interviewer DR's håndboldekspert. Denne særlige fremgangsmåde skaber en klar fremhævelse af tavlen, da den fanger seernes opmærksomhed i langt højere grad, end en fast bande- eller gulvreklame ville.

Endvidere er det to DR-ansatte, der drøfter kampen med hinanden, da tavlen rulles ind bag ved dem. Radio- og tv-nævnet finder, at denne situation går ud over, hvad der efter praksis om bande- og gulvreklamer kan accepteres som en del af det naturlige miljø omkring en sportsbegivenhed.

På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet ikke, at man kan sidestille forholdene omkring tavlen med bande- og gulvreklamer, eftersom begrundelserne for at acceptere bande- og gulvreklamer ikke gør sig gældende for tavlen.

Spørgsmålet er herefter, om logoerne på tavlen udgør angivelser af sponsorerne i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt., hvorefter angivelser af sponsor ikke må forekomme inde i et program.

Logoerne på tavlen ses tydeligt, og deres tilstedeværelse kan ikke begrundes i det naturlige miljø omkring en sportsbegivenhed. Endvidere fremhæves de ved at blive rullet ind i bag DR's journalister, mens de drøfter kampen. På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at visningen af logoerne udgør sponsorangivelser i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt.

Mikrofonhatten med VELUX-logo:
DR's journalist og håndboldekspert benytter konsekvent en mikrofonhat med påtrykt VELUX-logo. Logoet ses tydeligt af seerne og fremhæves hver gang, DR's journalist og håndboldekspert bruger deres mikrofoner.

DR giver i første høringssvar klager ret i, at der ved brug af mikrofonhatten sker en fremhævelse af Champions Leagues titelsponsor VELUX, der ikke er tilstrækkelig redaktionelt begrundet.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt., må angivelser af sponsor ikke forekomme inde i selve programmet.

Radio- og tv-nævnet finder, at visningen af VELUX-logoet på mikrofonhatten er en tydelig sponsorangivelse i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt.

Nævnet har noteret sig, at DR fremover vil bruge sine egne mikrofonhatte i transmissioner af denne art.

DR's eget logo på tavlen:
Endelig stiller klager spørgsmålstegn ved, om visningen af DR's logo på sponsortavlen er tilbørlig.

For det første oplyser DR, at DR hverken har betalt for eller bedt om visning af DR's logo på tavlen. For det andet kan DR frit medtage og indsætte sit eget logo i sin programvirksomhed. Radio- og tv-nævnet

finder på denne baggrund ikke anledning til at adressere dette forhold yderligere.

DR's adgang til sponsorering:
DR oplyser i sit tredje høringssvar af 9. september 2014, at DR i aftalen med EHF Marketing har erhvervet to forskellige rettigheder, herunder retten til at producere kampe, hvori der indgår danske hold, og som afholdes i Danmark, og retten til at transmittere kampe fra udlandet produceret af andre tv-stationer.

Da aftalen mellem DR og EHF Marketing er indgået før de nye sponsoreringsreglers ikrafttræden den 1. juli 2013, får de nye regler, som bl.a. foreskriver, at sponsorerede programmer ikke kan indgå i DR's public service-programvirksomhed, hvis der er tale om DR's egen- og entrepriseproduktioner, ikke betydning for den påklagede håndboldkamp, jf. § 40, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet finder imidlertid anledning til at bemærke, at nævnet ved fremtidige sager af lignende karakter vil lægge til grund, at DR's egne produktioner af sådanne sportsbegivenheder er omfattet af § 25 i reklamebekendtgørelsen.

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

AFGØRELSE

Håndboldkampen mellem KIF Kolding-KBH og HC Metalurg i turneringen VELUX-Champions League vist på DR1 den 30. marts 2014 mellem kl. 16.30 og 18.30 indeholder ikke behørig sponsorkreditering og er dermed i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt.

Sponsorlogoerne på tavlen, der er placeret i baggrunden, når DR's journalister drøfter kampen og foretager interviews af håndboldspillere m.fl. indeholder angivelser af sponsorerne i programmet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt., hvorefter sponsorangivelser ikke må forekomme i selve programmet.

Mikrofonhatten med VELUX-logo, der benyttes som fast rekvisit under hele transmissionen af håndboldkampen, er ligeledes en angivelse af sponsor i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 2. pkt.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Henrik Tange