STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

28. maj 2015

TV 2/Nord
Søparken 4
9440 Aabybro

Att.: Mikael Justesen

Klage over den fortsatte visning af ulovlige sponsorskilte på Club Nords sponsorer på TV 2/Nord

Sammendrag

Mette Reeberg har ved mails af henholdsvis 31. marts, 16. april, 23. april og 28. april 2015 klaget over, at TV 2/Nord efter Radio- og tv-nævnets afgørelse af 25. marts 2015 ikke har rettet ind efter nævnets afgørelse, men derimod har fortsat sin ulovlige praksis.

Klager anfører, at TV 2/Nord fortsat viser spots for Club Nord med sponsorskilte for Club Nords sponsorer i strid med reglerne om skjult reklame.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at spottene for Club Nord er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 2, stk. 1.

Nævnet har ligeledes afgjort, at sponsorkrediteringerne for Himmerland Forsikring, Den Grønne Asparges.dk, Den jyske Sparekasse og Auto-Centrum Hadsund A/S er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi de indeholder payoffs.

Endelig har nævnet afgjort, at sponsorkrediteringen for Uggerhøj er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi ordene "Biler til alle" er en integreret del af virksomhedens logo.

Sagens oplysninger

Den 25. marts 2015 traf Radio- og tv-nævnet afgørelse i en klagesag om flere forhold i TV 2/Nords programvirksomhed.

Radio- og tv-nævnet fandt, at TV 2/Nord viste spots for seerklubben Club Nord i strid med § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen).

Endvidere fandt nævnet, at TV 2/Nords udformning af sponsorkrediteringerne i forbindelse med visning af vejrudsigten og programmet "Laura og Vagabonden" var udformet i strid med § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi de indeholdt såkaldte payoffs. Et payoff er et kort udsagn, der bruges til at brande et produkt eller en virksomhed.

Efter Radio- og tv-nævnets afgørelse er klager vendt tilbage med påstand om, at TV 2/Nord sidder nævnets afgørelse overhørig og fortsætter sin praksis.

Beskrivelse af udsendelserne
TV 2/Nord har som bilag til sit høringssvar af 7. maj 2015 vedlagt en videofil med alle TV 2/Nords nuværende sponsorkrediteringer og spots for Club Nord.

Det første spot for Club Nord:

Spottet har en samlet varighed af ca. 30 sekunder og indledes med følgende speak:

"Onsdag den 13. maj inviterer Club Nord og Himmerland Boligforening til udendørs bingo, hvor vi samtidig forener bingoværterne Mogens Jørgensen og Peter Skram."

Herefter ses en mand i en grøn jakke komme gående på en plads foran en bygning. Manden siger:

"Ja, det er rigtigt. Udendørs bingo lige på pladsen her foran Himmerland Boligforening. Du kan vinde rigtig store præmier – og det er lige fra et hotelophold til en lillebitte Gjøl-trold. Og så tager vi selvfølgelig noget grøn sodavand med, nogle grønne is til børnene og en grøn giftkage, og måske tager jeg også min grønne jakke på. Læs meget mere om udendørs bingo på clubnord.dk – Bingo".

Under sidste del af speaket vises teksten "Udendørs bingo" og herunder "clubnord.dk" med store, hvide typer midt på skærmen.

Under hele sekvensen vises Club Nords logo nederst i højre hjørne af skærmbilledet.

Det andet spot for Club Nord:
Spottet har en samlet varighed af ca. 30 sekunder og indledes med nogle skuespillere, der synger fødselsdagssang som led i et teaterstykke. Ordet "Festen" vises med hvide typer i midten af skærmbilledet, og speaket lyder:

"Oplev Thomas Vinterbergs "Festen" som teaterforestilling. Den anmelderroste forestilling kan opleves sammen med Club Nord, hvor vi samme aften gentager successen med at gå under jorden i Aalborg-Kongres- og Kulturcenter med Ernst Trillingsgaard".

Ordene "21. april" og nedenunder "I AKKC" fremkommer i midten af skærmbilledet.

Speaket fortsætter:

"Læs meget mere om tilmelding til "Festen" og rundturen på Clubnord.dk".

Under denne del af speaket vises teksten "clubnord.dk" med store, hvide typer midt på skærmen.

Under hele sekvensen vises Club Nords logo nederst i højre hjørne af skærmbilledet.

Sponsorkrediteringerne:
TV 2/Nord har vedlagt de sponsorkrediteringer, der enten vises i forbindelse med vejrudsigten eller et bestemt program. Det drejer sig om krediteringer for: "Himmerland Forsikring", "Den Grønne Asparges.dk", "Den jyske Sparekasse", "Uggerhøj" og " Auto-Centrum Hadsund A/S".

Alle krediteringer starter med speaket:
"Vejret/programmet præsenteres i samarbejde med [sponsornavn]".

Alle krediteringer afsluttes med speaket:
"Vejret/programmet blev præsenteret i samarbejde med [sponsornavn]".

I krediteringen for Himmerland Forsikring indgår ordene "Tæt på og ligetil".

I krediteringen for Den Grønne Asparges.dk indgår ordene ”Måltidskasser leveret lige til døren”.

I krediteringen for Den jyske Sparekasse indgår ordene ”Vi er alle en brik i det samlede billede” samt en henvisning til Den jyske Sparekasses hjemmeside ”www.djs.dk”.

I krediteringen for Uggerhøj indgår ordene ”Biler til alle”.

I krediteringen for Auto-Centrum Hadsund A/S vises ovenfor firmaets logo et logo for bilmærket, Fiat.

Høringssvar

TV 2/Nord:
TV 2/Nord har i høringssvar af 7. maj 2015 oplyst, at TV 2/Nord efter Radio-og tv-nævnets afgørelse af 25. marts antog, at stationen havde en vis margin af tid til at få tilrettet sin praksis.

TV 2/Nord oplyser endvidere, at afgørelsen kom på et tidspunkt, hvor stationens direktør var bortrejst til Afrika uden adgang til internettet. Da direktøren vendte hjem, blev der straks igangsat et arbejde med at fjerne de sponsorskilte, som ifølge Radio- og tv-nævnets afgørelse indeholdt skjult reklame. I processen måtte TV 2/Nord kontakte alle Club Nords sponsorer for at oplyse dem om situationen og ændre aftalerne med dem. Dette arbejde var afsluttet én til to uger efter direktørens hjemkomst.

Om sponsorkrediteringerne oplyser TV 2/Nord, at stationen i slutningen af april blev opmærksom på, at nogle af de gamle sponsorkrediteringer fra før nævnets afgørelse stadig eksisterede i systemerne, og muligvis er blevet vist ved en fejl. Stationen gennemgik derfor sit arkiv og fik slettet alle gamle krediteringer. Alle krediteringer vises nu uden speaket, *”tagline”.*

Om spottene for Club Nord anfører TV 2/Nord, at påstanden om, at spottene fortsat indeholder skjult reklame for Club Nords sponsorer er aldeles grundløs. Stationen henviser i den forbindelse til følgende citat fra Radio- og tv-nævnets afgørelse af 25. marts 2015:

”Hvad angår fremhævelsen af Club Nords aktiviteter, finder Radio- og tv-nævnet, at det som udgangspunkt skal være tilladt for TV 2/Nord at informere sine seere om de aktiviteter, der afholdes af Club Nord med

henblik på at hverve medlemmer, uden uberettiget at fremhæve bestemte leverandører eller produkter."

TV 2/Nord anfører endelig, at spottene for Club Nord hverken fremhæver varer eller tjenesteydelser, men derimod faktuelt oplyser seerne om hvilke arrangementer, der kan opleves hvor og hvornår.

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 sit møde den 27. maj 2015 behandlet sagen og skal udtale:

Spottene for Club Nord:
Det følger af § 72 i radio- og fjernsynsloven og af § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

Reklamer, der udsendes i strid med reglerne, udgør skjult reklame.

Det fremgår af Radio- og tv-nævnets praksis på området, som er baseret på reglerne herom i artikel 1, litra j), i direktiv 2010/13/EU, at præsentationer i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser m.v. udgør skjult reklame, når denne fra medietjenesteudbyderens side er ment som en reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. Eftersom det kan være svært at afgøre, hvorvidt en given henvisning mv. er tilsigtet, er det i henhold til Kommissionens fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser"[1], berettiget at anvende kriteriet "uberettiget fremhævelse". I den konkrete vurdering kan der således lægges vægt på, hvorvidt en fremhævelse af en vare eller tjenesteydelse mv. er berettiget under hensyntagen til udsendelsens redaktionelle indhold.

Spørgsmålet er derfor, om der er sket en fremhævelse af Club Nords sponsorer i spottene og i bekræftende fald, om denne fremhævelse er redaktionelt berettiget. Samme spørgsmål kan stilles til de aktiviteter, som Club Nord promoverer i spottene.

Radio- og tv-nævnet kan ved gennemsyn af de nye spots for Club Nord konstatere, at TV 2/Nord senest pr. 7. maj 2015 har fjernet sponsor-

[1] Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.

skiltene for Club Nords sponsorer. Spottene indeholder nu alene Club Nords logo og henvisninger til Club Nords hjemmeside.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at spottene for Club Nord ikke indeholder fremhævelser af Club Nords sponsorer i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Spottene omhandler Club Nords aktiviteter og indeholder henvisninger til steder, tidspunkter samt information om, hvilke personer, der er værter, rundvisere mv. ved arrangementerne. På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at spottene indeholder fremhævelser af de omtalte aktiviteter.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at det er tilladt for TV 2/Nord at informere sine seere om de aktiviteter, der afholdes af Club Nord med henblik på at hverve medlemmer, uden uberettiget at fremhæve bestemte leverandører eller produkter. Radio- og tv-nævnet finder ikke, at denne grænse er overskredet i spottene.

Samlet set finder Radio- og tv-nævnet, at spottene for Club Nord hverken indeholder skjult reklame for Club Nords sponsorer eller Club Nords aktiviteter. Spottene er dermed udformet i overensstemmelse med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Sponsorkrediteringerne:
Det fremgår af reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt., at sponsorerede programmer klart skal 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.

Ifølge § 26, stk. 5, 1. pkt., kan angivelsen af sponsorens navn i fjernsyn finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsorens navn, logo eller andet symbol, herunder en angivelse af sponsorens produkt, tjenesteydelse eller et kendemærke herfor. Ifølge stk. 5, 3. pkt., må angivelsen ikke ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsoren eller dennes produkter m.v. Det følger heraf, at en sponsorkreditering i sin udformning skal være en forholdsvis neutral oplysning til seerne om, hvem der har støttet programmet. Det betyder, at et såkaldt *payoff* i såvel tale som tekst samt angivelse af en webadresse i sponsorkrediteringer ikke er tilladt, medmindre payoff'et eller webadressen er en integreret del af sponsorens logo.

Det afgørende i vurderingen af, om et payoff eller en webadresse er indsat i strid med reglerne, er, om payoff'et eller webadressen er en integreret del af sponsorens sædvanlige logo.

Radio- og tv-nævnet har ved gennemsyn af sponsorkrediteringerne konstateret, at TV 2/Nord har fjernet alle de mundtlige speaks, der indeholder et payoff.

Dog fremkommer der ved kreditering af Himmerland Forsikring, Den Grønne Asparges.dk, Den jyske Sparekasse og Auto-Centrum Hadsund A/S en række visuelle payoffs i form af udsagnene "Tæt på og ligetil", "Måltidskasser leveret lige til døren", "Vi er alle en brik i det samlede billede" samt henvisningen til hjemmesiden "www.djs.dk" og et logo for bilmærket, Fiat.

I krediteringen for Uggerhøj indgår ordene "Biler til alle". Ordene "Biler til alle" er en integreret del af Uggerhøjs logo.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at sponsorkrediteringerne for Himmerland Forsikring, Den Grønne Asparges.dk, Den jyske Sparekasse og Auto-Centrum Hadsund A/S er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi de indeholder payoffs.

Radio- og tv-nævnet finder endvidere, at krediteringen for Uggerhøj er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi udsagnet "Biler til alle" er en integreret del af virksomhedens logo.

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

AFGØRELSE

Spottene for Club Nord er udformet i overensstemmelse med § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, da spottene ikke indeholder fremhævelser af Club Nords sponsorer og kun indeholder redaktionelt berettiget omtale af Club Nords aktiviteter.

Sponsorkrediteringerne for Himmerland Forsikring, Den Grønne Asparges.dk, Den jyske Sparekasse og Auto-Centrum Hadsund A/S er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi de indeholder payoffs i form af udsagnene, "Tæt på og ligetil", "Måltidskasser leveret lige til døren", "Vi er alle en brik i det samlede bille-

de" samt en henvisning til hjemmesiden "www.djs.dk" og et logo for bilmærket, Fiat.

Sponsorkrediteringen for Uggerhøj er udformet i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi ordene "Biler til alle" er en integreret del af virksomhedens logo.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Mette Reeberg