STYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

25. marts 2015

TV 2/Nord
Søparken 4
9440 Aabybro

Att.: Mikael Justesen

Klage over sponsorerede vejrudsigter samt visning af Club Nords sponsorer på TV 2/Nord

Sammendrag

Mette Reeberg har ved mail af 29. oktober 2014 klaget over, at TV 2/Nord i sin hovedudsendelse kl. 19.30 bringer en sponsoreret vejrudsigt midt i programmet.

Endvidere ønsker klager at få oplyst, om det er i overensstemmelse med lovgivningen at vise skilte for Club Nords sponsorer i de spots, der vises for Club Nord på TV 2/Nord.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at den sponsorerede vejrudsigt vist på TV 2/Nord efter stationens gamle praksis er placeret i strid med § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke må sponsoreres.

Det sponsorerede program "Laura og Vagabonden" er ligeledes placeret i strid med § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke må sponsoreres.

Efter TV 2/Nords praksisændring er den sponsorerede vejrudsigt placeret i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 1.

Sponsorkrediteringen for Sparekassen Vendsyssel er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi den indeholder pay-offs i form af udsagnet "Sund fornuft" samt henvisningen til www.sparv.dk.

Jour.nr.: 2014-019591

Endelig udgør både visningen af logoerne for Club Nords sponsorer samt omtalen af Club Nords aktiviteter i spottet for Club Nord skjult reklame for Club Nords sponsorer i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Sagens oplysninger
Klagen vedrører flere forhold ved TV 2/Nords programvirksomhed.

Klager henviser til, at TV 2 Nord hver aften i sin hovedudsendelse kl. 19.30 bringer en sponsoreret vejrudsigt midt i udsendelsen. Klager ønsker at få oplyst, hvorvidt denne praksis er i overensstemmelse med gældende lovgivning.

Endvidere stiller klager spørgsmålstegn ved, om det er i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsen, at Club Nords sponsorer vises i forbindelse med de spots, der omhandler Club Nords forskellige aktiviteter.

Efter sagens opstart ændrede TV 2/Nord sin praksis for placeringen af den sponsorerede vejrudsigt således, at den nu placeres efter spottet for Club Nord og før hovedudsendelsen kl. 19.30.

Klager vendte herefter tilbage med en ny klage med de samme spørgsmål til TV 2/Nords nye praksis.

Beskrivelse af udsendelserne
TV 2/Nord har som bilag til sit høringssvar af 17. november 2014 vedlagt fire kopier af forskellige 19.30-udsendelser på TV 2/Nord, der har en samlet varighed af ca. 4 timer. 19.30-udsendelsen på TV 2/Nord består primært af nyheds- og aktualitetsprogrammer.

TV 2/Nord har indsendt 19.30-udsendelserne for følgende datoer: 30. oktober 2014, 3. november 2014 og 7. november 2014. Som eksempel på en 19.30-udsendelse efter den ændrede praksis sendte TV 2/Nord 19.30-udsendelsen fra den 19. november 2014.

<u>19.30-udsendelsen den 30. oktober 2014:</u>
Ca. 18 minutter inde i udsendelsen præsenterer nyhedsværterne vejrudsigten fra studiet og opfordrer seere, der ser med i TV 2-vinduet, til at skifte kanal, hvis de vil se resten af udsendelsen.

Herefter følger der en sponsorkreditering for Sparekassen Vendsyssel, mens speaket lyder:

"Vejret præsenteres i samarbejde med Sparekassen Vendsyssel – Sund fornuft".

Sponsorkrediteringen har en varighed af syv sekunder og er udformet således, at der i højre side af skærmen er et billede af Nordjylland med hvide pletter de steder, hvor banken har filialer. Øverst i venstre side af skærmbilledet vises bankens navn og logo samt teksten "Sund fornuft". Nederst i venstre side fremgår teksten:

"Læs mere om os på www.sparv.dk".

Vejrudsigten vises, og Sparekassen Vendsyssel krediteres på samme måde efter denne.

Herefter følger to teasere om de næste indslag i 19.30-udsendelsen, der henholdsvis handler om et par fra Fjerritslev, der holder jernbryllup, samt et indslag om Halloween på Højriis Slot. Der stilles om til værterne i studiet, der præsenterer de enkelte indslag.

Efter programmets afslutning og rulletekster vises først en egenreklame for programmet "I form med Storm", der handler om forskellige motionsformer i Nordjylland.

Som det sidste vises et spot for seerklubben Club Nord, der har en samlet varighed af 29 sekunder.

Spottet indledes med en visning af Club Nords logo. Herefter lyder et speak:

"Tag med Club Nord på en spændende todages tur til København. Vi besøger bl.a. Folketinget, hvor nordjyske folketingsmedlemmer viser rundt og giver os et unikt indblik i den travle hverdag bag kulisserne. Frokosten indtages i Snapstinget, hvorefter vi tager på rundtur i København. Vi besøger også Christiania, hvor en vaskeægte christianit viser os rundt i fristaden. Læs meget mere om turen og tilmelding på clubnord.dk".

Undervejs i spottet vises billeder fra de steder, der skal besøges, herunder Folketinget og Christiania. Prisen for arrangementet fremgår under en del af spottet.

Spottet afsluttes med visning af logoer på de samarbejdspartnere, som Club Nord har. I denne udsendelse er der tale om visning af logoet for "Nilles busrejser" og "Aalborg Kongres- og Kulturcenter".

19.30-udsendelsen den 3. november 2014:
Den 3. november vises vejrudsigten på samme måde som udsendelsen den 30. oktober inde i udsendelsen. Denne udsendelse indeholder ikke noget spot for Club Nord.

19.30-udsendelsen den 7. november 2014:
Udsendelsen starter med et indslag om et firma, der har indgivet konkursbegæring. Herefter følger bl.a. et indslag om et lukket slagteri i Fjerritslev.

Herefter vises vejrudsigten på samme måde som i de forrige udsendelser.

Efter vejrudsigtens afslutning vises en egenreklame for Bogforum 2014, som vises på TV 2-regionernes fællesscene, hvor de enkelte værter fra de forskellige TV 2-regioner skiftes til at interviewe danske forfattere.

Herefter vises en sponsorkreditering for virksomheden Højer Møbler med følgende speak:

"Programmet præsenteres af Højer Møbler, der sætter læringsrum i bevægelse".

Skærmbilledet viser virksomhedens navn "Højer" og under navnet "rum i bevægelse".

Herefter vises et afsnit af programmet "Laura og Vagabonden", der omhandler en musiker, som skal følge en vagabond rundt på den nordjyske landevej i en uge.

Programmet "Laura og Vagabonden" slutter af med endnu en sponsorkreditering for virksomheden Højer.

Herefter stilles der om til studiet, hvor tv-værten viser gamle nyhedsklip fra halvfemserne og efterfølgende nye nyhedsindslag fra Nordjylland.

Efter 19.30-udsendelsens afslutning og rulletekster vises et spot for Club Nord af en varighed af 26 sekunder. Speaket lyder:

"Få masser af oplevelser i december måned i selskab med Club Nord. Tag med til julemarked på Voergaard Slot med gratis gløgg og æble-

skiver. Oplev juleforestillingen "Varmestuen" på Vendsyssel teater. Her tilbyder Peter Schröder julebuffet, forestilling og et eksklusivt møde med skuespillerne bag forestillingen. Og så har vi endnu få ledige pladser til årets vinterrevy i Aalborg Kongres- og Kulturcenter".

Under hele spottet vises nederst i højre hjørne af skærmbilledet et skilt med Club Nords samarbejdspartneres logoer, "Nilles busrejser" og "Aalborg Kongres og Kulturcenter".

Prisen for teaterforestillingen fremgår under en del af spottet. Sidst i spottet vises et stort logo for "Aalborg Kongres og Kulturcenter" i midten af skærmen.

19.30-udsendelse den 19. november 2014 (efter TV 2/Nords praksisændring):
Inden udsendelsens begyndelse vises samme spot for Club Nord, som blev vist den 7. november 2014.

Herefter vises den sponsorerede vejrudsigt på samme måde som de øvrige dage.

Herefter præsenteres nyhedsudsendelsen med en kort intromelodi. Nyhedsudsendelsens indslag vises inkl. egenreklame og afsluttes med rulletekster.

Høringssvar

TV 2/Nord:
TV 2/Nord har i sit første høringssvar af 17. november 2014 oplyst, at TV 2/Nord den 1. oktober 2014 ændrede sin 19.30-udsendelse ved at udvide sendetiden mandag til torsdag fra en halv til en hel time. Denne ændring blev foretaget uden at ændre placeringen for den sponsorerede vejrudsigt.

TV 2/Nord oplyser, at stationen ikke var opmærksom på, at denne ændring bragte TV 2/Nord i konflikt med reglerne på området, hvorfor TV 2/Nord, da dette blev konstateret, ændrede sin praksis for placering af vejrudsigten således, at vejrudsigten vises som det første i TV 2-vinduet kl. 19.30. Nyhedsudsendelsen vil herefter blive vist i forlængelse af vejrudsigten kl. ca. 19.31.

Spottene for Club Nord flyttes således, at de vises efter afslutningen af nyhedsudsendelserne kl. 18.30 og 22.20.

Radio- og tv-nævnet sendte herefter sagen i genhøring den 7. januar 2015. Dette skete med henblik på nævnets vurdering af, om reglerne for reklame og sponsorering er overholdt samt behovet for at se et eksempel på TV 2/Nords nye praksis.

TV 2/Nords supplerende oplysninger om seerklubben Club Nord:
Klubben er oprettet med henvisning til det sted i public service-kontrakten, hvor der står, at de regionale tv-stationer blandt andet via støtteforeninger har en god kontakt med og opbakning i det område, de arbejder i.

Oprettelsen af Club Nord er sket ved en bestyrelsesbeslutning i 2014, og foreningen har pladser i såvel TV 2/Nords repræsentantskab og bestyrelse. Det fremgår bl.a. af klubbens formålsparagraf, at den skal have som ambition på sigt at yde økonomisk støtte til TV 2/Nord. TV 2/Nord har dermed en forhåbning om på sigt at modtage økonomisk støtte, men det har endnu ikke været tilfældet.

Club Nord henter en stor del af sine indtægter fra sponsorer. Disse sponsorer yder et årligt bidrag og får som modydelse blandt andet nogle visninger af sponsorskilte – fuldstændig på linje med, når TV 2/Nord sælger programsponsorater. Det lykkes ikke altid at sælge sponsorater på alle programmer, hvorfor TV 2/Nord råder over en vis overskudskapacitet. På den baggrund stiller TV 2/Nord et antal ledige spot-tider til rådighed for Club Nord, som bruges til at vise spots for klubbens aktiviteter med henblik på hvervning af medlemmer og på at få omtale af kommende arrangementer. TV 2/Nord videregiver disse spot-tider til Club Nord med forhåbning om, at det på længere sigt kan komme TV 2/Nord til gode.

Club Nords sponsorer yder intet bidrag til finansieringen af TV 2/Nords programmer. Club Nords sponsorer ved ikke, hvilke programmer spottet for Club Nord bliver vist i forbindelse med.

TV 2/Nords supplerende oplysninger om tv-spottene for Club Nord:
Det er Club Nord, der finansierer den tekniske produktion af Club Nords tv-spots. En del af Club Nords virke er at lave diverse arrangementer (foredrag, udflugter, rejser, koncerter mv.) for sine medlemmer. TV 2/Nord medvirker ved markedsføringen af disse arrangementer ved at bringe forskellige info-spots om Club Nords arrangementer. Indholdet i disse spots er TV 2/Nord redaktionelt ansvarlig for, og det kan ikke dikteres hverken af Club Nord eller Club Nords sponsorer. TV 2/Nord finder på den baggrund, at stationen sikrer sin redaktionelle selvstændighed.

TV 2/Nords supplerende oplysninger om den sponsorerede vejrudsigt:
TV 2/Nord svarer på spørgsmål fra Radio- og tv-nævnet, at det ikke ser ud til, at webadressen www.sparv.dk indgår i Sparekassen Vendsyssels sædvanlige logo. Konstruktionen kan dog findes rundtomkring.

TV 2/Nord har endelig indsendt et eksempel på en partnerskabskontrakt for Club Nord.

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, på sit møde den 23. marts 2015 behandlet sagen og skal udtale:

1. Den sponsorerede vejrudsigt:

TV 2/Nords gamle praksis:
Det fremgår af reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 1, at nyheds- og aktualitetsprogrammer i fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester ikke må sponsoreres.

Det fremgår endvidere af § 30, stk. 3, at der ved aktualitetsprogrammer alene forstås programmer, der direkte vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssig betydning, såsom programmer der består af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger nyheder, aktuelle begivenheder mv.

TV 2/Nords 19.30-udsendelse indeholder forskellige programelementer, der sendes i umiddelbar forlængelse af hinanden. Eksempelvis indeholder 19.30-udsendelsen den 7. november bl.a. følgende elementer: Forskellige lokale nyhedsindslag, herunder ét om lukning af et slagteri, en egenreklame for programmet ”Nordjyderne - Sort på hvidt”, en vejrudsigt, et afsnit af programmet ”Laura og Vagabonden”, et indslag med gamle klip fra regionen, et lokalt nyhedsindslag om nogle idrætshallers genåbning og et indslag om et aktuelt nordjysk projekt for dagplejemødre.

Det afgørende er, om 19:30-udsendelsen skal betragtes som ét samlet nyhedsprogram eller som flere selvstændige programmer, hvoraf elementer, der isoleret set ikke er omfattet af forbuddet mod sponsorering af nyheds- og aktualitetsprogrammer, lovligt kan sponsoreres.

Ved vurderingen af, om der er tale om ét eller flere programmer, når flere programelementer sendes i umiddelbar forlængelse af hinanden,

lægges der efter Radio- og tv-nævnets praksis navnlig vægt på programmets opbygning, forløb, genre, tema, og på om der er tale om et naturligt afsluttet selvstændigt forløb. For at kunne statuere et sådant naturligt og afsluttet selvstændigt forløb, er det ikke alene tilstrækkeligt at indsætte en endog fyldestgørende indledning og end-credits.

Der skiftes løbende i udsendelsen frem og tilbage mellem værterne i studiet og de forskellige nyheds- og aktualitetsindslag uden for studiet. Værterne præsenterer samtlige indslag og har det samme tøj på undervejs i udsendelsen. Den samlede udsendelse afsluttes med rulletekster. Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at 19.30-udsendelsen giver seerne det indtryk, at der er tale om ét samlet program.

Da programmet indeholder lokale nyheds- og aktualitetsindslag, er det samlede program omfattet af forbuddet mod sponsorering af nyheds- og aktualitetsprogrammer i reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 1.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at sponsoreringen af henholdsvis vejrudsigten og afsnittet af "Laura og Vagabonden" i 19.30-udsendelsen den 7. november 2014 og lignende indsættelse af sponsorerede programmer i øvrige 19.30-udsendelser er i strid med forbuddet mod sponsorering af nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 1.

TV 2/Nords nye praksis:
TV 2/Nord har efter Radio- og tv-nævnets første høringsskrivelse ændret sin praksis, hvilket stationen vedlægger et eksempel på i 19.30-udsendelsen den 19. november 2014.

I 19.30-udsendelsen den 19. november indgår følgende programelementer: Spot for Club Nord, sponsoreret vejrudsigt, kort intro til nyhedsudsendelsen, forskellige nyheds- og aktualitetsindslag, egenreklame, forskellige nyheds- og aktualitetsindslag, rulletekster.

Den sponsorerede vejrudsigt placeres nu mellem spottet for Club Nord og 19.30-udsendelsen, hvis begyndelse tydeligt markeres med intro inkl. intromelodi.

Radio- og tv-nævnet finder, at både den sponsorerede vejrudsigt, spottet for Club Nord og 19.30-udsendelsen nu fremstår som selvstændige, enkeltstående programmer.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at TV 2/Nord i 19.30-udsendelsen den 19. november 2014 har placeret den sponsorerede vejrudsigt i overensstemmelse med § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Udformningen af sponsorkrediteringen for Sparekassen Vendsyssel i forbindelse med TV 2/Nords vejrudsigt:

TV 2/Nord krediterer Sparekassen Vendsyssel som sponsor både før og efter programmet. I den kreditering er der en henvisning til Sparekassen Vendsyssels hjemmeside, *"www.sparv.dk"*. Endvidere fremgår ordene "Sund fornuft" både i tekst og tale under krediteringen.

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. Et payoff er et kort udsagn, der bruges til at brande et produkt eller en virksomhed.

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 eller ej.

TV 2/Nord oplyser i sit høringssvar, at det ikke lader til, at Sparekassen Vendsyssels hjemmeside *"www.sparv.dk"* indgår som en fast del af virksomhedens logo, selvom konstruktionen dog kan findes rundt omkring.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at webadressen, *"www.sparv.dk"* og udsagnet *"sund fornuft"* i sponsorkrediteringen for

Sparekassen Vendsyssel er til stede i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt.

2. Spottene for Club Nord:

Klager har rejst spørgsmålet, om det er i overensstemmelse med lovgivningen at vise skilte for Club Nords sponsorer i de spots, der vises for Club Nord på TV 2/Nord.

Radio- og tv-nævnet lægger indledningsvis til grund, at TV 2/Nord og Club Nords økonomier er adskilte.

Forholdet mellem Club Nord, Club Nords samarbejdspartnere og TV 2/Nord:
Club Nord er TV 2/Nords seerklub. Club Nord indhenter størstedelen af sine indtægter gennem medlemskontingenter og sponsorstøtte fra forskellige nordjyske virksomheder mv.

TV 2/Nord og Club Nord har et samarbejde, der foregår således, at TV 2/Nord stiller sendetid til rådighed for Club Nord, i hvilken Club Nord kan promovere sine forskellige aktiviteter. Det er efter det oplyste Club Nord, der finansierer den tekniske produktion af de spots, der vises.

Det fremgår af partnerskabskontrakten mellem Club Nord og Club Nords samarbejdspartnere, at samarbejdspartnere med et såkaldt "guldpartnerskab" bl.a. får 70 visninger på TV 2/Nord.

Dette rejser spørgsmålet, om de ovenfor beskrevne forhold er omfattet af reklamebekendtgørelsens sponsoreringsregler.

Det fremgår af § 24 i reklamebekendtgørelsen, at der ved sponsorering af programmer forstås *"enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af programmer i radio, fjernsyn, herunder tekst-tv-sider, og on demand-audiovisuelle medietjenester fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse, udbud eller produktion af programmer i radio, fjernsyn eller on demand-audiovisuelle medietjenester, film, fonogrammer mv., med henblik på at fremme den pågældendes navn, logo, image, aktiviteter eller produkter".*

For at være omfattet af definitionen skal der dermed fra sponsorerne ske et direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af et konkret tv-program.

Der foreligger efter det oplyste ingen aftale mellem TV/2 Nord og Club Nords sponsorer. Endvidere yder Club Nords sponsorer hverken direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af konkrete programmer på TV 2/Nord.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at de ovenfor beskrevne forhold ikke er omfattet af definitionen på sponsorering i § 24 i reklamebekendtgørelsen.

Derfor skal Club Nords spots vurderes efter reglerne om skjult reklame.

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 gennem en visning af deres logoer, som går ud over, hvad der er redaktionelt berettiget. Samme spørgsmål kan stilles til de aktiviteter, som Club Nord promoverer i spottene.

Da selve spottet omhandler Club Nords aktiviteter og sponsorernes logoer enten helt eller delvis er til stede under hele spottet, finder Radio- og tv-nævnet, at der er sket en fremhævelse af Club Nords sponsorer og aktiviteter.

---

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

Spottet for Club Nord er efter det oplyste udarbejdet med det redaktionelle formål at hverve medlemmer samt informere seerne om klubbens aktiviteter. At logoerne for Club Nords sponsorer vises tjener intet andet formål end at promovere sponsorerne. Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at visningen af logoerne ikke kan begrundes redaktionelt. Logoerne udgør dermed skjult reklame for Club Nords sponsorer i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

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. Denne grænse er imidlertid overskredet i spottene for Club Nord, hvorved spottene får en reklamelignende karakter i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet har ikke forholdt sig til, hvorvidt øvrige indslag i de indsendte udsendelser er i overensstemmelse med gældende lovgivning.

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

AFGØRELSE

Den sponsorerede vejrudsigt vist på TV 2/Nord efter stationens gamle praksis er placeret i strid med § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke må sponsoreres.

Det sponsorerede program ”Laura og Vagabonden” er ligeledes placeret i strid med § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke må sponsoreres.

Efter stationens praksisændring er den sponsorerede vejrudsigt placeret i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 30, stk. 1.

Sponsorkrediteringen for Sparekassen Vendsyssel er udformet i strid med reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 3. pkt., fordi den indeholder pay-offs i form af udsagnet ”Sund fornuft” samt henvisningen til www.sparv.dk.

Endelig udgør både visningen af logoerne for Club Nords sponsorer samt omtalen af Club Nords aktiviteter i spottet for Club Nord skjult reklame for Club Nords sponsorer og aktiviteter i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Mette Reeberg
De øvrige regionale tv-2-stationer til orientering