KULTUR MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

TV 2 Danmark A/S
Teglholms Allé 16
2450 Sydhavnen

Att.: TV 2 Jura

Sendt pr. mail til: jura@TV2.dk
projektafdelingen@TV2.dk

Radio- og tv-nævnet

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

Marie Frank-Nielsen
Fuldmægtig, cand.jur.

mfn@slks.dk
www.slks.dk

31. januar 2018

Afgørelse vedrørende klage over skjult reklame for "MetLife" på TV 2 Sport

Sammendrag

Marianne H. Nielsen har den 17. september 2017 klaget over skjult reklame for firmaet "MetLife" i en badmintonkamp, som blev vist på TV 2 Sport.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at TV 2 Sports udsendelse, som blev vist på den 17. september 2017 kl. 18.00-20.00 ikke indeholder skjult reklame for "MetLife" i strid med § 2, stk. 1, 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) og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven). Endvidere vurderer nævnet, at der ikke er tale om sponsorering, hvorfor reglerne om sponsorering ikke finder anvendelse.

Klagen

Klagen vedrører en udsendelse af en badmintonkamp på TV 2 Sport, hvor der undervejs i kampen sker adskillelse af livefeed og slowmotionsekvenser ved brug af et skilt, hvorpå der står "MetLife BWF World Superseries".

Klager mener, at der er tale om skjult reklame for "MetLife", og at det er både generende og forstyrrende for udsendelsen.

Beskrivelse af udsendelsen
Der er tale om en badmintonkamp fra Korea Open udsendt på TV 2 Sport den 25. september 2017 fra kl. 18.00-20.00.

Det internationale badmintonforbund BWF (Badminton World Federation) afholder en VM-liga, som denne turnering er en del af. Liganavnet er "MetLife BWF World Superseries", og "MetLife" er et amerikansk forsikringsselskab, som er navnesponsor for ligaen.

Når der undervejs i kampen er ophold i spillet, vises ligaens logo "MetLife BWF World Superseries" i korte sekvenser på ca. 1 sekund. Visningen sker, når der er ophold i spillet og er brugt til at adskille livesekvenserne og slowmotionsekvenserne. Der er tale om korte visninger af ligaens navn og logo, der bevæger sig hurtigt henover skærmen.

Høringssvar

TV 2
TV 2 oplyser i sit høringssvar af 30. oktober 2017, at selve udsendelsen ikke er sponsoreret af "MetLife", og at eksponeringen af ordet "MetLife" efter deres opfattelse er i overensstemmelse med radio- og fjernsynsloven.

TV 2 oplyser, at de har købt visningsrettighederne til kampene i VM-ligaen af BWF, og at transmissionen af kampene sker via et livefeed, som de modtager fra BWF's producent. Endvidere oplyser TV 2, at det er producenten, som har valgt at adskille visningen af livefeedet og slowmotionsekvenserne af de afgjorte bolde med visning af logoet for ligaen, hvorpå der står "MetLife BWF World Superseries", som vises i under ét sekund.

Sekvenserne med eksponering af dette skilt er en integreret del af det livefeed, som TV 2 Sport modtager fra producenten af kampen. TV 2 oplyser, at de ikke har haft indflydelse på visningen af de pågældende sekvenser, ligesom de heller ikke har haft indflydelse på indgåelse af navnesponsoratet.

Det er TV 2's opfattelse, at eksponeringen af "MetLife" udelukkende består i, at deres navn indgår i navnet på ligaen, og at indsættelsen af skiltet med navnet udelukkende har til formål at fungere som en visuel skillevæg. Det er derfor TV 2's vurdering, at visningen af skiltet ikke er et reklameindslag.

Dertil bemærker TV 2, at der efter deres vurdering heller ikke er tale om en identifikation af sponsor i radio- og fjernsynslovens forstand, idet "MetLife" ikke sponsorerer tv-transmissionen, men derimod selve turneringen.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1 og nr. 4, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014, på sit møde den 26. januar 2018 behandlet sagen og skal udtale:

Indledningsvis skal det afklares, om det er reglerne for sponsorering eller skjult reklame, der skal finde anvendelse.

Sponsorering eller skjult reklame
I henhold til § 24 i 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.

Det skal derfor vurderes, om "MetLife" har ydet et direkte eller indirekte tilskud til transmissionen af badmintonkampen.

TV 2 har oplyst, at der hverken foreligger direkte eller indirekte sponsorrelationer mellem "MetLife" og TV 2. TV 2 oplyser endvidere, at de ikke har haft indflydelse på visningen af logoet, ligesom de heller ikke har været involveret i navnesponsoratet af VM-ligaen. Radio- og tv-nævnet lægger derfor til grund, at der ikke er indgået en aftale om eksponering mellem TV 2 og "MetLife" og at sponsoraftalen mellem BWF og "MetLife" ikke har medført en besparelse for TV 2's erhvervelse af visningsrettighederne.

Radio- og tv-nævnet finder på den baggrund ikke, at der er tale om et direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af udsendelsen. Det er derfor reglerne for skjult reklame, der finder anvendelse.

Vurdering efter reglerne om skjult reklame
Det følger af § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, 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.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (AVMS-Direktivet) som følgende: *"præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i programmer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er ment som reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse".*

Definitionen indeholder tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, førend der er tale om skjult reklame.

Fremhævelsen skal:

- Være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side
- Være ment som en reklame
- Kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art

Da det i praksis kan være vanskeligt at afgøre, om en fremhævelse fra medietjenesteudbyderens side har været tilsigtet og ment som en reklame, har Kommissionen i sin fortolkningsmeddelelse[1] bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet *"uberettiget fremhævelse".*

En uberettiget fremhævelse kan bl.a. ligge i, at et varemærke, en tjenesteydelse mv. optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde i et program. I den forbindelse skal der tages hensyn til programmets redaktionelle indhold. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold, eller fremhævelsen skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at seerne vildledes, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Det skal derfor vurderes, om programmet indeholder en fremhævelse af ”MetLife”.

Radio- og tv-nævnet finder, at udsendelsen indeholder en fremhævelse af ”MetLife”, idet skiltet med teksten ”MetLife BWF World Superseries” bruges som ”skillevæg” kontinuerligt gennem hele udsendelsen, hver gang livefeedet og slowmotionsekvenserne vises.

Spørgsmålet er herefter, om denne fremhævelse er redaktionelt berettiget.

---

[1] 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser, Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.

Efter nævnets praksis accepteres eksempelvis 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.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse og faste praksis skal det som udgangspunkt være muligt at vise sportsbegivenheder m.v., uagtet at sådanne sportsbegivenheder har kommercielle sponsorer, og der derfor kan ses logoer på spillertrøjerne, banderne, gulvene m.v., og uanset at programmerne dermed kan have en stor kommerciel værdi for de virksomheder, der sponsorerer og reklamerer under kampene. Der kan dog være forskel på, om der er tale om fysiske elementer og elementer som indsættes i udsendelsen ved en egentlig redigering.

Radio- og tv-nævnet skal dog bemærke, at det er TV 2's ansvar at sikre, at deres programmer overholder reglerne om skjult reklame.

I nærværende sag er eksponeringen af ligaens logo, som bl.a. indeholder firmanavnet på navnesponsoren "MetLife", en fast bestanddel af programmet, som TV 2 efter det oplyste ikke har haft indflydelse på. Der zoomes hverken ind eller fokuseres på nogen anden måde særligt på "MetLife", hvorfor den visuelle "skillevæg" indgår som en naturlig del af programmet. Nævnet har lagt særlig vægt på, at der er tale om en transmission af en sportsbegivenhed.

Radio- og tv-nævnet finder på den baggrund ikke, at visningen af logoet "MetLife BWF World Superseries" går ud over, hvad der er berettiget i forhold til programmets redaktionelle indhold.

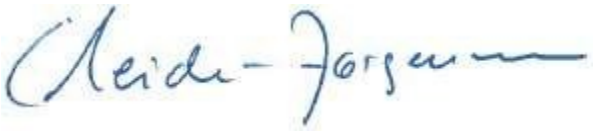
På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE

TV 2 Sports udsendelse, som blev vist på den 17. september 2017 kl. 18.00-20.00, indeholder ikke skjult reklame for "MetLife" i strid med § 2, stk. 1, 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) og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven).

Endvidere vurderer nævnet, at der ikke er tale om sponsorering, hvorfor reglerne om sponsorering ikke finder anvendelse.

Med venlig hilsen



Caroline Heide-Jørgensen
formand

Kopi sendt til:
Marianne H. Nielsen