

**Radio- og tv-nævnets
Årsberetning
2004**

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	3
1. Nævnets etablering, sammensætning samt opgaver mv.....	4
2. Lokalradio- og tv-området.....	7
3. Tilskud til ikke-kommercielle radio- og tv-stationer.....	11
4. Registrering af satellit- og kabel- og kortbølgeprogramvirksomhed.....	16
5. Udbud af radiokanaler.....	18
6. Tilsyn med overholdelse af tilladelsesvilkårene for den fjerde, den femte og den sjette radiokanal.....	19
7. Udtalelser om public service-redegørelser.....	22
8. Reklame- og sponsoreringsområdet.....	24
9. Høringssvar.....	37
10. Internationalt samarbejde.....	38

Indledning

Radio- og tv-nævnets virke var i året 2004 præget af nybesættelser på de ledende poster. Nævnets fungerende formand, tidligere landsdommer H. H. Brydesholt blev således udnævnt til dommer i Krigsforbryderdomstolen i Haag. Som følge af udnævnelsen fratrådte H. H. Brydesholt som fungerende formand, og deltog den 6. september 2004 i sit sidste Nævnsmøde. H.H. Brydesholt havde siden den daværende formand for Nævnet, professor, dr. jur. Mogens Koktvedgaards død i sommeren 2003 varetaget dennes opgaver. Nævnet vil gerne takke for det store arbejde, H.H. Brydesholt gennem årene har lagt i Nævnet, herunder specielt på lokal radio og –tv-området.

Kulturministeren udnævnte i professor, dr. jur. Mogens Koktvedgaards sted advokat og næstformand for TV 2/DANMARK A/S's bestyrelse, Christian Scherfig som ny formand for Nævnet. Som ny næstformand udnævntes professor, dr. jur. Jan Schans Christensen. Christian Scherfig deltog den 29. september 2004 i sit første møde som formand for Nævnet, mens Jan Schans Christensen første gang var til stede som næstformand på Nævnets møde den 10. november 2004.

Med udgangen af 2004 udløb endvidere beskikkelsesperioden for de af Nævnets medlemmer, der var udpeget for perioden 2001-2004.

Radio- og tv nævnets virke har ligeledes været præget af en overgang fra at være en tilsynsmyndighed til tillige at varetage mere fremadrettede opgaver med et tilsnit af mediepolitisk indhold.

For så vidt angår tilsynsdelen har Nævnet som et af sine fokusområder i 2004 lagt vægt på, at forbudet mod reklameafbrydelser i tv-programmer skal respekteres af aktørerne. Da Nævnet tillige lægger vægt på hensynet til retssikkerhed og ligebehandling af aktørerne, er det blevet besluttet at udarbejde retningslinier, hvori det nærmere vil blive angivet, hvorledes et program skal forstås i relation til reklameafbrydelser. Hensynet er i fremtiden at undgå, at aktørerne - med henblik på at kunne sende reklamer mellem de enkelte afsnit - uretmæssigt foretager opsplitting af programmer.

Året 2004 har endvidere været præget af en ganske kraftig vækst i antallet af sager på reklameområdet fra 10 sager i året 2003 til 41 sager i 2004. Denne stigning i sagsmængden skyldes dels, at året 2004 var det første hele år, hvor klagerne har haft adgang til at benytte sig af muligheden for at rejse klagesager elektronisk via Mediesekretariatets hjemmeside, dels at Radio- og tv-nævnets behandling af klagesager har været ganske omfattende eksponeret i medierne. Denne eksponering af selve adgangen til at klage over fjernsynsreklamer har bevirket, at flere borgere er blevet opmærksomme på muligheden for at rejse klagesager. Endelig har Radio- og tv-nævnet i højere grad end hidtil benyttet sig af sin adgang til at rejse sager af egen drift.

Året 2004 har været det første hele kalenderår med programvirksomhed på den femte FM-radiokanal (Sky Radio). Radio- og tv-nævnet har i det forløbne år indgående beskæftiget sig med radioens opfyldelse af programtilladelsens vilkår om, at programvirksomheden på kanalen skal omfatte public service-nyhedsdækning med mindst 1.000 timers nyhedsudsendelser og magasinprogrammer. Der skal herunder hver dag sendes mindst en times magasinprogrammer. For så vidt angår stationens opfyldelse af kravene til længde og programindhold på disse nyhedsmagasiner noterede Nævnet sig på sit møde af 11. august 2004, at Sky Radio har erklæret fremover ville opfylde programtilladelsens krav hertil.

På lokalradioområdet har Nævnets virke i det forløbne år fortsat været præget af den reviderede radio- og fjernsynslov, der trådte i kraft den 1. januar 2003. Lovændringerne medførte en liberalisering af adgangen til at indgå networking-samarbejder med andre radio- og tv-føretagender, ligesom den nye lov medførte en ophævelse af hovedparten af de tidligere geografiske og organisatoriske krav på området. Endvidere fik Radio- og tv-nævnet øget sin kompetence i forhold til tidligere, idet tilsynsmyndigheden med radio- og tv-stationer vedrørende tilladelse til networking ved lovændringen overgik fra de lokale nævn til Radio- og tv-nævnet.

Radio- og tv-nævnets arbejde vil i 2005 være præget af, at Nævnets arbejdsområde på flere felter er under hastig ændring. Herudover vil den kommende ændring af radio- og fjernsynsloven, der medfører nedlæggelse af de lokale nævn pr. 1. januar 2006 og overførsel af de lokale nævns opgaver til Radio- og tv-nævnet vil således medføre en væsentlig udvidelse af Nævnets arbejdsområde.

På reklameområdet må det forventes, at spørgsmål om ulovlig product placement, skjult reklame og misbrug af sponsorreglerne stedse vil optræde hyppigere. Baggrunden er, at seerne i Danmark på linie med seere i udlandet i stigende grad springer reklamerne over enten via tekniske anordninger eller ved at zappe bort fra reklameindslag. Hertil kommer at reklamer kommercielt ikke har samme gennemslagskraft som tidligere.

Endelig kommer Radio- og tv-nævnet til at spille en central rolle ved udmøntningen af regeringens beslutning om at igangsætte forskning om public service stationernes programvirksomhed.

Radio- og tv-nævnet ser frem til et udfordrende 2005, hvor der vil blive lagt vægt på at Nævnets tilsynsmyndighed og fremadrettede opgaver udøves med en åbenhed og forståelse for aktørernes arbejdsvilkår. Dette dog konditioneret af en stedse overholdelse af den til enhver tid gældende lovgivning.

1. Nævnets etablering, sammensætning og opgaver

Etablering

Radio- og tv-nævnet er i henhold til den tidligere lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (lovbekendtgørelse nr. 701 af 15. juli 2001) nedsat af kulturministeren. Nævnet, der nedsættes for fire år ad gangen, består af syv medlemmer, der tilsammen skal repræsentere juridisk, økonomisk/administrativ, erhvervs-mæssig og mediemæssig/kulturel sagkundskab.

Bestemmelsen om nedsættelse af Radio- og tv-nævnet trådte i kraft pr. 1. januar 2001. Samtidig blev Udvalget vedr. Lokal Radio og TV, Radio- og TV-Reklame-nævnet samt Satellit- og Kabelnævnet nedlagt, og deres opgaver blev overført til Radio- og tv-nævnet.

Sammensætning

Radio- og tv-nævnets sammensætning var i perioden 1. januar 2004 til 17. september 2004:

Landsdommer H. H. Brydensholt, fungerende formand
 Konsulent, cand.merc. Marianne Bugge Hansen
 Operachef Kasper Bech Holten
 Direktør, cand.jur. Finn Kern
 Professor, dr.pæd. Birgitte Tufte
 Producer Vibeke Windeløv

Radio- og tv-nævnets sammensætning var i perioden 17. september 2004 til 31. december 2004:

Advokat Christian Scherfig, formand
 Professor, dr. jur. Jan Schans Christensen, næstformand
 Konsulent, cand.merc. Marianne Bugge Hansen
 Operachef Kasper Bech Holten
 Direktør, cand.jur. Finn Kern
 Professor, dr.pæd. Birgitte Tufte
 Producer Vibeke Windeløv

Afdelingsingeniør Jarl Risum, IT- og Telestyrelsen, er i henhold til § 3 i bekendtgørelse om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet som særligt sagkyndig tilknyttet Nævnet.

Radio- og tv-nævnet har i 2004 holdt 11 møder.

Sekretariatsopgaverne for Radio- og tv-nævnet varetages af Mediesekretariatet.

I Nævnsmøderne deltog tillige direktør Erik Nordahl Svendsen, specialkonsulent Jette Fievé, specialkonsulent Anders Clemensen, fuldmægtig Nina Bjørner, fuldmægtig Christina Sigvardt og fuldmægtig Henrik Birkvad, der er Radio- og tv-nævnets sekretær.

I henhold til § 2 i bekendtgørelse nr. 779 af 28. august 2001 om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet opretter Nævnet sagsforberedende underudvalg vedrørende nævnets opgaver på lokal radio- og tv-området samt på reklame- og sponsorområdet.

Formanden for underudvalget på lokal radio- og tv-området var tidligere landsdommer Hans Henrik Brydesholt. Herudover bestod underudvalget af konsulent Marianne Bugge Hansen, operachef Kasper Bech Holten og producer Vibeke Windeløv, mens afdelingsingeniør Jarl Risum, IT- og Telestyrelsen, var tilknyttet som særligt sagkyndig. Underudvalget har i 2004 afholdt to møder. I det sagsforberedende underudvalg på reklame- og sponsorområdet deltog Hans Henrik Brydesholt som formand indtil sin afgang som formand for Radio- og tv-nævnet. Herefter tiltrådte Christian Scherfig som formand for underudvalget. Professor, dr.pæd. Birgitte Tufte og tidligere direktør, cand. Jur. Finn Kern deltog som medlemmer i underudvalget, der i 2004 afholdt ni sagsforberedende møder. Christian Scherfig deltog første gang i underudvalgets møde den 29. september 2004 og har i 2004 deltaget i fire møder i alt.

Radio- og tv-nævnets opgaver

Lokal radio og fjernsyn

Radio- og tv-nævnet træffer afgørelse i klagesager om lokale nævns afslag på ansøgninger om tilladelse til lokal programvirksomhed, lokale nævns inddragelse af tilladelse til lokal programvirksomhed samt afgørelse om indstilling af programvirksomhed, der udøves ved hjælp af fællesantenneanlæg. Radio- og tv-nævnet fører endvidere tilsyn med programmer, der udsendes samtidig af flere tilladelseshavere eller udsendes i medfør af et fast samarbejdsforhold med andre radio- og fjernsynsforetagender om programvirksomheden (networking). Radio- og tv-nævnet påtaler i denne forbindelse overtrædelser af radio- og fjernsynsloven, bestemmelser fastsat efter denne lov og vilkår for tilladelse til programvirksomhed. Radio- og tv-nævnet kan inddrage tilladelser samt træffe afgørelse om indstilling af programvirksomheden.

Radio- og tv-nævnet har efter loven mulighed for på eget initiativ at tage sager op til behandling, uanset at sagen efter de almindelige regler henhører under de lokale nævns kompetence.

Derudover træffer Radio- og tv-nævnet afgørelse i sager om nedsættelse af fælleskommunale nævn. Radio- og tv-nævnet yder drifts- og programtilskud til ikke-kommercielle lokale radio- og tv-stationer samt tilskud til uddannelsesaktiviteter og til medieskoletjenestevirksomhed. Efter forhandling med IT- og Telestyrelsen træffer Radio- og tv-nævnet endvidere afgørelse om fordeling af sendemuligheder på de lokale områder under hensynstagen til de frekvensmæssige muligheder.

Registrering af foretagender, der udøver programvirksomhed ved hjælp af satellit eller ved hjælp af kabelanlæg til områder, der går ud over ét lokalt område.

Radio- og tv-nævnet registrerer foretagender, der udøver programvirksomhed ved hjælp af satellit eller ved hjælp af kabelanlæg til områder, der går ud over ét lokalt område. Nævnet fører tilsyn med, om programvirksomheden opfylder lovens krav

Landsdækkende og regional programvirksomhed med særlig tilladelse.

Radio- og tv-nævnet udsteder efter udbud tilladelse til spredning af landsdækkende og regionale programmer ved hjælp af jordbaserede sendenet. Nævnet fører tilsyn med programvirksomheden.

Der er givet tilladelse til en fjerde landsdækkende jordbaseret FM-radiokanal, hvor programtilladelsen blev tildelt DR, til en femte næsten landsdækkende FM-radiokanal, der dækker 78 % af befolkningen (Sky Radio) samt til en sjette FM-kanal, der dækker knap 40 % af befolkningen (Talpa/100 FM).

Distribution af lyd- og billedprogrammer ved hjælp af jordbaserede digitale tv-sendenet.

Radio- og tv-nævnet udsteder efter udbud tilladelse til distribution af danske og udenlandske lyd- og billedprogrammer ved hjælp af jordbaserede digitale tv-sendenet og fører tilsyn med virksomheden.

Udtalelse om opfyldelse af public service-kontrakter

Radio- og tv-nævnet skal afgive udtalelse om radio- og tv-foretagenders redegørelser for opfyldelse af public service-kontrakterne.

Reklame- og sponsoreringsområdet

Nævnet træffer afgørelse om identifikation, placering og omfang af reklamer. Nævnet er således tillagt kompetence i forhold til al programvirksomhed, dvs. også DR og TV2 Danmark A/S's, bortset fra lokal radio og fjernsynsvirksomhed, der ikke foregår i et networking-samarbejde. Nævnet træffer tillige den endelige administrative afgørelse i sager om indholdet af radio- og tv-reklamer. I sager om overholdelse af lov om lægemidler og lov om reklamering for sundhedsydelser indhenter Nævnet forinden en udtalelse fra henholdsvis Lægemiddelstyrelsen og Sundhedsstyrelsen. I sager af forbrugerretlig relevans indhenter nævnet, forinden afgørelse træffes, udtalelse hos Forbrugerombudsmanden.

Nævnet kan påtale overtrædelser af reglerne og kan i sager om reklamers indhold pålægge indehaveren af en tilladelse eller registrering til radio- og fjernsynsvirksomhed at offentliggøre afgørelsen. Nævnet kan bestemme på hvilken måde og i hvilken form, dette skal ske.

Nævnet træffer herudover afgørelse om genmæle over for oplysninger af faktisk karakter, som er udsendt i reklameindslag. Retten til genmæle forudsætter, at oplysningerne er egnede til at påføre nogen økonomisk eller anden skade af betydning, og at deres rigtighed ikke er utvivlsom. Nævnet kan pålægge indehaveren af en tilladelse til radio- eller fjernsynsvirksomhed at udsende et genmæle, og Nævnet kan træffe afgørelse om genmælets indhold, form og plads. For så vidt angår satellit- og kabel-stationernes, de landsdækkende radioer og networking-stationers overtrædelse af reklamebestemmelserne kan Nævnet endvidere, hvis en overtrædelse er grov eller ofte gentaget, inddrage tilladelsen midlertidigt eller endeligt.

Nævnet træffer endvidere afgørelse om identifikation af sponsor og sponsorerede programmer. Endelig træffer Nævnet afgørelse om spørgsmål om tilskyndelse til afsætning m.v. i sponsorerede programmer, Hvis der er tale om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, hvor der ikke er tale om networking, kan Nævnet dog kun afgive udtalelser herom.

Andet

Udover ovenstående opgaver rådgiver Radio- og tv-nævnet kulturministeren om radio- og tv-forhold.

Sekretariatet

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10-1

1120 Kbh. K.

Telefon: 33 18 68 68

Telefax: 33 28 68 69

www.mediesekretariatet.dk

[e-mail-adresse: rtv@mediesekretariat.dk](mailto:rtv@mediesekretariat.dk)

På Mediesekretariatets hjemmeside kan ses alle afgørelser på lokal radio- og tv-området og på reklame- og sponsoreringsområdet. Hjemmesiden indeholder endvidere dagsordener til møderne i såvel Radio- og tv-nævnet som i Nævnets underudvalg samt en mængde andre oplysninger, der kan bidrage til forståelsen af Radio- og tv-nævnets virke.

2. Lokalradio- og tv-området

Sager i 2004

Radio- og tv-nævnet modtog i 2004 foruden klager over afslag på ansøgning om programtilladelse og inddragelse af tilladelse til programvirksomhed tillige klager, der omhandlede spørgsmål, som ikke tidligere har været behandlet. Disse spørgsmål vil blive omtalt under afsnittet "Principielle afgørelser". For så vidt angår de øvrige sager henvises til Mediesekretariatets hjemmeside på www.mediesekretariatet.dk, hvor samtlige sager på lokalradio- og tv-området in extenso er tilgængelige.

Sekretariatet for Radio- og tv-nævnet giver gerne generel rådgivning til lokale nævn, både hvad angår spørgsmål om radio- og tv-lovgivningen og om sagsbehandlingen. Af hensyn til Radio- og tv-nævnets funktion som ankeinstans, kan sekretariatet imidlertid ikke tage stilling i konkrete sager. Sekretariatet redegør for praksis og henviser hyppigt til årsberetninger fra såvel Nævnet som det tidligere "Udvalget vedr. Lokal Radio og TV", hvor alle væsentlige afgørelser er omtalt. Ligeledes opfordres de lokale nævn til at udveksle erfaringer med andre lokale nævn, som har haft lignende spørgsmål til behandling.

Flere klager over de lokale nævns afgørelser indeholdt som tidligere år også klager over de lokale nævns sagsbehandling, f.eks. manglende begrundelse af afslag på ansøgning, klager over langsom og sagsbehandling, inhabilitet i forbindelse med vurdering af ansøgninger etc. Nævnet behandler disse klager samtidig med selve klagesagen.

Radio- og tv-nævnet har ikke i 2004 behandlet dispensationsansøgninger om udvidelser af nævn.

Radio- og tv-nævnet er tillagt den endelige administrative afgørelse i de konkrete sager, og kulturministeren er afskåret fra at gå ind i sagerne. Såfremt der er politisk interesse for en sag, kan ministeren udelukkende orientere tredjemand, herunder Folketinget om den afgørelse, som Radio- og tv-nævnet har truffet. Et eksempel fra 2004, som illustrerer dette, er Nævnets behandling af sagen om tilskud til den

nazistiske radio Oasen, hvor Nævnet gav radioen afslag på driftstilskud. Baggrunden for Nævnets afgørelse var, at Nævnet ikke finder, at radioen har den fornødne brede kontakt til lokalsamfundet.

2.1 Radio- og tv-nævnets konkrete sager i 2004

Radio- og tv-nævnet har i 2004 behandlet 15 klage- og tilsynssager.

Sagerne fordelte sig således:

	Afslag på tilladelse	Inddragelse af tilladelse	Øvrige sager
Antal i alt	8	4	3
Klager fik medhold	4	2	1
Klager fik ikke medhold	4	2	2

Endelig har Nævnet behandlet en række anmodninger om tildeling af supplerende frekvenser og diverse henvendelser fra lokale nævn, tilladelseshavere og borgere.

2.2. Principielle sager

Udnyttelse af frekvenser.

Spørgsmålet om en lokal mediepolitik krav om en særlig programpolitik, ofte omfanget af lokalt stof i konkurrence med kravet om en udnyttelse af ledig sendetid på frekvenser, har spillet en rolle i flere af Nævnets afgørelser. Som eksempel herpå kan nævnes klagesagen fra Radio Globus Guld. I dette tilfælde havde Fællesnævnet for Lokalradio- og -TV i Bov, Lundtoft, Rødekro, Tinglev og Aabenraa Kommuner fastsat, at en begrænset del af sendetiden på nogle få frekvenser kun kunne søges af ikke-kommercielle stationer. I den konkrete sag klagede den kommercielle station Radio Globus Guld over, at Fællesnævnet havde meddelt afslag. I afgørelsen af klagesagen meddelte Radio- og tv-nævnet, at det følger af § 14 i bekendtgørelsen om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, at et lokalt nævn kan udforme en lokal mediepolitik, der bl.a. kan fastlægge de overordnede rammer for, hvorledes det lokale nævn vil prioritere mellem forskellige ansøgere. På denne baggrund fandt Nævnet, at det er i overensstemmelse med radio- og fjernsynsloven, at nævnet i sit opslag prioriterer ikke-kommercielle radiostationer på den ledige sendetid på de tre frekvenser.

I den konkrete sag var der imidlertid ingen ikke-kommercielle stationer, der søgte i konkurrence med kommercielle ansøgere. Radio- og tv-nævnet og tidligere Udvalget vedr. Lokal Radio og TV har i lignende sager tidligere udtalt, at frekvenser og ledig sendetid på frekvenser anses for at være en begrænset ressource, som et lokalt nævn ikke kan undlade at benytte, dersom en ansøger, der i øvrigt opfylder radio- og fjernsynslovens betingelser for at få tilladelse til lokal radiovirksomhed, ønsker at udøve programvirksomhed. Nævnet tilføjede, at det fremgår af § 18, stk. 1, i bekendtgørelsen om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, at der ved udstedelse af en programtilladelse tildeles ansøgeren en ugentlig minimumssendetid. Nævnet gjorde tillige opmærksom på, at bekendtgørelsens § 18, stk. 4, fastsætter, at sendetid ud over den tildelte minimumssendetid, som midlertidigt udnyttes af de stationer, der sender på den pågældende frekvens, kan disponeres over af nævnet i forbindelse med udstedelse af nye tilladelser. I den konkrete sag, hvor den kommercielle radiostation Mojn ikke udnyttede hele sendetiden på alle sine frekvenser, men kun havde fået tildelt 98 timer om ugen som minimumssendetid, kunne det lokale nævn således med henvisning til dels § 18, stk. 4, dels grundprincippet om, at ledig sendetid skal udnyttes, anvise en anden station, dvs. også en kommerciel station, der allerede har en tilladelse i området, den ledige sendetid på de omtalte frekvenser som yderligere sendetid. En sådan tildeling ville have den konsekvens, at sendetiden måtte opgives, hvis nævnet senere tildelte en ikke-kommerciel ansøger en programtilladelse på den ledige sendetid på frekvenserne. Derved ville Fællesnævnet kunne realisere sin politik om, at ikke-kommercielle stationer ville blive prioriteret højest. Radio- og tv-nævnet pålagde

derfor Fællesnævnet at tage sagen op igen med henblik på at tildele de to omtalte frekvenser til én af de to ansøgere.

Særlige vilkår i programtilladelse.

Sagen fra Radio Holger drejede sig om, at Lokalradionævnet i København havde fundet, at der i to udsendelser i radioen gentagne gange havde forekommet ringeagtende ytringer, og at disse ytringer var i strid med § 4, stk. 3, i bekendtgørelsen om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, hvorefter programmerne ikke på nogen måde må tilskynde til had på grund af race, køn, religion, nationalitet eller seksuel observans. Under Radio- og tv-nævnets behandling af sagen fandt Nævnet, at ovennævnte § 4, stk. 3, ikke kunne anvendes som en enkeltstående hjemmel i forhold til programindholdet på en lokal radio, da bestemmelsen kun omhandler lokal tv. Nævnet gav derfor det lokale nævn lejlighed til at fremsætte supplerende oplysninger til afklaring af, om det lokale nævn fandt, at der var sket en overtrædelse af radioens programvilkår, en overtrædelse af radio- og fjernsynsloven eller af bekendtgørelse om lokal radio og fjernsyn eller andet, hvorpå lokalradionævnet kunne begrunde en inddragelse. Det lokale nævn svarede, at man fandt, at der i sager om lokal radiovirksomhed burde kunne træffes en afgørelse baseret på en analog fortolkning af bekendtgørelsen § 4, stk. 3. Nævnet meddelte endvidere, at bestemmelsens ordlyd ikke specifikt var indarbejdet i radioens programtilladelse, men at det fremgik af tilladelsen, at denne var givet på de vilkår, der fremgår af såvel radio- og fjernsynsloven som af den tilhørende bekendtgørelse. Det oplystes endvidere, at lokalradionævnet på en dato, der lå efter beslutningen om midlertidig inddragelse af radioens programtilladelse, havde besluttet et regelsæt for lokalradiovirksomhed i København, hvoraf også nævnets mediepolitiske principper fremgår. Af regelsættet fremgår, at der ikke må sendes programmer, der tilskynder til had på grund af race, køn, religion, nationalitet, handicaps eller seksualitet, ligesom det fremgår, at regelsættet er gældende for programtilladelser, der udstedes efter vedtagelse af de mediepolitiske principper.

Radio- og tv-nævnet lagde i sin afgørelse til grund, at der ikke var grundlag for at foretage en analogi-slutning fra bekendtgørelsens § 4, stk. 3, der udtrykkeligt alene vedrører fjernsynsvirksomhed til også at dække radioudsendelser. Nævnet påpegede endvidere, at såvel Nævnet som tidligere Udvalget vedr. Lokal Radio og TV i lignende tilfælde har peget på den mulighed, at der som et vilkår i programtilladelser til lokalradioer indsættes vilkår med et indhold, der svarer til det, der i bekendtgørelsens § 4, stk. 3, er formuleret for fjernsyn. Da de påklagede udsendelser var udsendt inden vedtagelsen af det lokale nævns mediepolitiske principper, kunne disse ikke danne grundlag for den trufne afgørelse. Radio- og tv-nævnet måtte derfor ophæve det lokale nævns afgørelse.

Frekvensspørgsmål.

Radio- og tv-nævnet behandlede en sag, der var rejst af det lokale radio- og fjernsynsnævn i Sallingsund, Spøttrup, Sundsøre, Vinderup og Skive kommuner, hvori nævnet anmodede Radio- og tv-nævnet om tilladelse til, at Radio Skive kunne få lov til at beholde sin hidtidige frekvens frem for at skulle skifte til en ny frekvens i forbindelse med indførelse af den 5. og den 6. FM-baserede radiokanal. Det specielle ved denne anmodning var, at en bibeholdelse af radioens hidtidige frekvens faktisk under de nye forhold ville medføre en teknisk dårligere dækning end den nye frekvens, der var blevet tilbudt radioen og nævnet.

Radio- og tv-nævnet gav –efter at have indhentet en udtalelse fra IT- og Telestyrelsen - det lokale nævn og radioen afslag. Man kunne ikke blot kan tage hensyn til radioens og det lokale nævns aktuelle vurderinger af behovet for en rimelig dækning af lokalområdets frekvenser. Der må også tages hensyn til, at en ringere dækning i lokalområdet i givet fald måtte tåles af alle efterfølgende lokalradioer på frekvensen. Det kunne give anledning til senere ønsker om tildeling af nye frekvenser til området. Resultatet kunne blive, at der skulle anvendes yderligere frekvenser fra den samlede sparsomme frekvenspulje. Så

Skive radioen måtte på linie med andre berørte lokalradioer finde sig i de ulemper, der er forbundet med at skifte frekvens.

Inhabilitet i lokalnævn.

Nævnet har behandlet tre sager, hvori spørgsmålet om inhabilitet i det lokale nævn spillede en væsentlig rolle, nemlig i klagesagen fra Foreningen Radio 2003, i klagesagen fra City FM og i klagesagen fra Radio Globus Guld

I klagesagen fra Foreningen Radio 2003 drejede sagen sig om, at et medlem af Nævnet var ansat i en virksomhed, der udførte reklamesalgssarbejde for den dominerende radio i området, nemlig Radio Mojn. Radio Mojn søgte om tildeling af de frekvenser, som klageren også søgte programtilladelse til. I dette tilfælde fandt Radio- og tv-nævnet, at vedkommende nævnsmedlem havde haft en direkte og økonomisk interesse i sagens udfald. Hvis Radio Mojn fik tilladelsen, kunne det således betyde en ekstraintægt for den ansattes firma eller for ham selv, da firmaets reklamesalg derved ville få et større marked; hvis Radio Mojn ikke fik tilladelsen, ville dette kunne bevirke, at en del af reklamemarkedet kom uden for firmaets interessesfære. Nævnet fandt således, at vedkommende nævnsmedlem var inhabil, jf. forvaltningslovens § 3, stk. 1, nr. 1. Den ansatte burde derfor ikke have deltaget i behandlingen af ansøgerne, og denne inhabilitet førte i sig selv til, at Nævnets afgørelse var ugyldig. Til Fællesnævnets argument om, at vedkommende ikke havde en ledende stilling på Radio Mojn, henviste Nævnet til, at spørgsmålet om en ledende stilling ganske vist er behandlet i § 36, stk. 1, nr. 1, i bekendtgørelsen om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed om generel inhabilitet, men at der i henhold til samme bekendtgørelses § 37 netop henvises til, at det lokale nævn på grundlag af forvaltningslovens regler træffer afgørelse om, hvorvidt et medlem er inhabil i forhold til en bestemt sag, der behandles af nævnet.

I klagesagen fra City FM, drejede konflikten sig bl.a. om, hvorvidt det lokale nævn havde haft grundlag for at afslå en anmodning om, at det lokale nævn skulle søge en ekstra frekvens til området, viste det sig, at formanden for lokalnævnet sammen med ét yderligere medlem af nævnet, og som begge var ansat ved en med klageren konkurrerende medievirksomhed i området var fortalere for, at der ikke skulle søges en ny frekvens. Det blev i forbindelse med sagen oplyst, at det ene medlem af lokalradionævnet var ansat som fotograf ved en lokal avis, mens det andet medlem var ansat som områdechef for så vidt angår annoncer til to større aviser i lokalområdet. Radio- og tv-nævnet fandt i sin afgørelse af klagesagen, at specielt områdechefen ikke burde have deltaget i Lokalradionævnet behandling af specielt dette spørgsmål, jf. forvaltningslovens § 3, stk. 1, nr. 1. Baggrunden for dette var, at Nævnet fandt, at områdechefen havde en særlig personlig og økonomi interesse i, at der ikke kom yderligere konkurrence på annoncemarkedet. Lokalradionævnets samlede behandling af klagers ansøgning måtte derfor betragtes som ugyldig som følge af denne sagsbehandlingsfejl.

2.3. Andre sager. Øget sendestyrke på lokalradioområdet

Allerede i sommeren 2003 påbegyndte Radio- og tv-nævnet i samarbejde med IT- og Telestyrelsen at realisere et projekt for en øgning af sendestyrken for enkelte, konkrete lokalradioer. Projektet var et komponent i den mediepolitiske aftale indgået mellem regeringen og Dansk Folkeparti for 2002-2006, der fastsætter, at der skal gives enkelte konkrete lokale FM-radiokanaler mulighed for at øge sendestyrken, hvor det er muligt. Kulturministeriet fastsatte ved brev af 11. juni 2003 den nærmere procedure for øgning af sendestyrken. Proceduren tog udgangspunkt i en liste over lokalradioer, der var genereret på baggrund af Gallus Radio Index over de forskellige stationers lyttertal, således at de radioer, der havde de højeste lyttertal først blev undersøgt af IT- og Telestyrelsen. IT- og Telestyrelsen startede herefter fra toppen af listen og undersøgte for alle de frekvenser, som den første station sender på, om nogle af dem kan øge sendestyrken til max 500 W uden at forstyrre andre stationers sendere. En station kunne således kun få øget sendestyrken på én af sine sendere. Når den første station var færdigbehandlet (en-

ten ved at konstatere, at ingen af dens sendere kan få øget styrken, eller efter at én sender var udpeget og styrket), gik IT- og Telestyrelsen videre til den næste station på listen og gennemførte som udgangspunkt samme øvelse.

Pr. den 1. april 2004 kunne Radio- og tv-nævnet konstatere, at samtlige muligheder for at øge sendeeffekten på lokalradioområdet nu var undersøgt af IT- og Telestyrelsen og udmeldt af Radio- og tv-nævnet i henhold til radio- og fjernsynslovens § 43, nr. 5, således at 55 stationer havde fået mulighed for at øge sendestyrken.

Ved brev af 19. november 2004 meddelte Radio- og tv-nævnet de samme stationer, at kulturministeren og de mediepolitiske ordførere bag mediaaftalen for 2002-2006 havde besluttet, at der skal foretages en yderligere undersøgelse af, hvorvidt det er muligt for et tilsvarende antal lokalradioer at få øget sendestyrken på en af sine sendere. Dette nye projektet blev således igangsat, men er i sagens natur ikke afsluttet ved årsskiftet.

3. Tilskud til ikke-kommercielle radio- og tv-stationer

Radio- og tv-nævnet yder tilskud til ikke-kommercielle lokale radio- og tv-stationer. I 2004 blev tilskuddene ydet som drifts- og programtilskud samt tilskud til uddannelsesaktiviteter og medieskoletjenestevirksomhed.

3.1 Bevilling

Der var i 2004 et beløb på 30,8 mio. kr. til fordeling, heraf 2,5 mio. kr. til uddannelsesaktiviteter og medieskoletjenestevirksomhed.

Pr. 1. januar 2004 trådte en ny bekendtgørelse i kraft. De væsentligste ændringer er:

- at det automatiske basistilskud fra 2004 afløses af et driftstilskud, som ydes på baggrund af en konkret vurdering og indstilling fra de lokale nævn
- at programtilskud kun gives til modtagere af driftstilskud
- at der blev givet hjemmel til et lavere tilskud pr. time for kabelfødt programvirksomhed afhængig af antallet af tilslutninger til fællesantenneanlægget.

I henhold til bekendtgørelsen om lokal radio- og fjernsynsvirksomhed udgør driftstilskuddet i 2004 500 kr. pr. time i max 3 timer pr. uge for tv-stationer og 100 kr. pr. time i max 15 timer pr. uge for radiostationer. Det maximale driftstilskud udgør 78.000 kr. pr. år for såvel radio- som tv-stationer.

I 2004 blev der givet programtilskud til programmer, som indholdsmæssigt tager deres udgangspunkt i det lokale område og omhandler det lokale områdes historie, kultur, dagligdag, samfundsliv m.v.

Udvikling i bevilling og tilskud 2000-2005 (mio. kr.)

	2000	2001	2002 *	2003	2004	2005 **
Finanslovsbevilling	50,0	57,0	50,0	34,4	30,8	30,8
Tilskud i alt	46,5	55,2	51,9	34,4	30,6	35,8 ***
Basistilskud	19,8	21,8	22,8	22,1		
Driftstilskud					17,5	18,3
Programtilskud	22,3	28,4	29,1	9,8	10,6	15,0
Uddannelsestilskud	4,4	5,0	0	1,7	1,4	1,3
Medieskoletjenester				0,8	1,1	1,2

* Bevillingen overskrides, da en rest på ca. 2 mio. kr. fra 2001 anvendes til tilskud i 2002

** Beløb vedr. nye stationer, som er berettiget til tilskud, og som søger pr. 1. juni 2005, er ikke medtaget

*** Der er disponeret over et videreførselsbeløb fra tidligere år på i alt 6,8 mio. kr. Heraf er en del reserveret nye stationer

3.2 Fordeling af tilskud

Radio- og tv-nævnet har i alt givet tilsagn på 30,6 mio. kr. i 2004 til drifts-, program- og uddannelsestilskud til ikke-kommercielle lokale radio- og tv-stationer og som tilskud til medieskoletjenestevirksomhed.

I efteråret 2004 blev der endvidere fordelt tilskud på i alt 35,8 mio. kr. til 2005.

Udvikling i antal tilsagn 2000-2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005 *
Antal tilsagn i alt	397	423	440	523	397	437
Driftstilskud i alt					263	267
Basistilskud i alt	245	257	263	281		
Radio	155	163	163	162	153	153
TV	90	94	100	119	110	114
Programtilskud i alt	152	166	177	194	102	133
Radio	80	83	93	107	55	69
TV	72	83	84	57	47	64
Uddannelsestilskud				47	25	33
Radio				23	11	15
TV				23	12	17
Organisationer				1	2	1
Medieskoler				4	7	4
Radio				2	2	1
TV				2	5	3

* Beløb vedr. nye stationer, som er berettiget til tilskud, og som søger pr. 1. juni 2005, er ikke medtaget

3.2.1 Driftstilskud

En ansøger er berettiget til at modtage driftstilskud, når følgende betingelser er opfyldt:

1. Ansøgeren er en ikke-kommerciel lokal radio- eller tv-station, eller en kommune, som har tilladelse til programvirksomhed. Ved ikke-kommercielle stationer forstås stationer, som ikke har reklameindtægter
2. Ansøgeren skal på ansøgningstidspunktet have haft regelmæssig udsendelsesvirksomhed i seks måneder.

Nævnet kan i særlige tilfælde efter en konkret vurdering fravige én eller begge betingelser.

Radio- og tv-nævnet har valgt at tildele ikke-kommercielle lokalradio- og tv-stationer driftstilskud, selv om de har reklameindtægter på op til 10% af det driftstilskud, stationen kan forventes tildelt. Forudsætningen for denne fravigelse er, at en reklameindtægt af denne størrelse er uvæsentlig i forhold til den samlede drift, at stationen i øvrigt fremtræder som ikke-kommerciel, og at programvirksomheden klart fokuserer på lokale forhold. Sponsor- og reklameindtægter sidestilles i denne henseende.

I vejledning af april 2004 blev det præciseret, at tilskud skal tilbagebetales, hvis stationen ved udgangen af året har haft reklame- og/eller sponsorindtægter på mere end 10% af driftstilskuddet, idet stationen i så tilfælde ikke anses som ikke-kommerciel og derved ikke er berettiget til tilskud.

Radio- og tv-nævnet fortolker perioden for udsendelsesvirksomhed således, at stationer, som ved tilskudsperiodens start har haft regelmæssig udsendelsesvirksomhed i 6 måneder, er berettiget til driftstilskud.

Nævnet bevilgede driftstilskud til 2 nye tv-stationer, der blev berettiget til tilskud i løbet af 2004, på i alt 84.250 kr.

Der blev givet tilsagn om driftstilskud i 2004 for i alt 17,5 mio. kr. til i alt 263 radio- og tv-stationer.

Fra 2004 ydes driftstilskud under hensyntagen til en begrundet indstilling fra det lokale radio- og tv-nævn.

Det lokale nævn kan i sin indstilling lægge vægt på, om ansøgeren har bred kontakt til lokalsamfundet og kan lægge vægt på, om ansøgeren bidrager til at opfylde lokale mediepolitiske målsætninger.

I forbindelse med stillingtagen til spørgsmålet om en lokal radio- eller tv-station har bred kontakt til lokalsamfundet, kan det lokale nævn eksempelvis lægge vægt på den lokale opbakning bag stationen, samarbejdsrelationer til andre lokale foreninger og institutioner, foreningens medlemstal, antal aktive i forbindelse med udøvelsen af programvirksomheden, bredden i evt. tilknyttede foreninger og lignende forhold. Nævnet kan endvidere lægge vægt på, at stationernes udsendelser i deres form er gavnlige for det lokale demokrati.

Endelig vurderer det lokale nævn, om stationen udgør en selvstændig enhed med selvstændig programvirksomhed, således at stationen samlet set har en selvstændig karakter, og at stationer ikke er opsplittet kunstigt med henblik på at opnå flere tilskud.

Radio og tv-nævnet kan lægge vægt på samme forhold som det lokale nævn og vil i sin vurdering være opmærksom på:

- stationens bidrag til den samlede, brede kontakt til lokalsamfundet og bidrag til de samlede mediepolitiske målsætninger, hvis der findes flere lokale stationer i området
- stationens bidrag til det lokale demokrati som fx kan være referater fra det lokale politiske liv, diskussionsudsendelser eller kritisk undersøgende udsendelser.

For stationer knyttet til en uddannelsesinstitution betragter Radio- og tv-nævnet institutionen som stationens lokalsamfund.

Som følge af ovennævnte kriterier besluttede Radio- og tv-nævnet i 2004 at undlade at tildele Radio Oasen driftstilskud, idet Nævnet vurderede, at denne radio ikke kan siges at yde et bidrag til den samlede, brede kontakt til lokalsamfundet.

Frederiksberg Natradio fik ligeledes afslag på sin ansøgning om driftstilskud i 2004. Begrundelsen var, at Radio- og tv-nævnet vurderede, at der ikke var tale om selvstændig programvirksomhed, men at der var udsendelsesmæssig sammenfald med Frederiksberg Journalen. Radio- og tv-nævnet har her fulgt indstillingen fra Frederiksberg Lokalradionævn, som har aflyttet et større antal udsendelser fra de to

stationer, og som på denne baggrund fandt, at der er tale om kunstig opsplitting i forsøget på at udnytte reglerne for tilskud.

Også Radio Midt Imellem, Indiavision samt Frederik den VII's Kanal fik afslag. Frederik den VII's Kanal med begrundelsen, at det lokale nævn ikke havde fremhævet nogen form for lokal opbakning til stationens virke eller opfyldelse af lokale mediepolitiske målsætninger. Stationen ankede afgørelsen og fik, da lokalnævnet indsendte nye oplysninger, alligevel tilskud. De to øvrige stationer fik afslag med samme begrundelse.

I efteråret 2004 behandlede Radio- og tv-nævnet ansøgningerne om driftstilskud til 2005. 153 radiostationer fik tildelt 11,0 mio. kr., mens to fik afslag. 114 tv-stationer fik tildelt i alt 7,3 mio. kr.

3.2.2 Programtilskud

Radio- og tv-nævnet kan efter en kvalitetsbedømmelse yde programtilskud til enkeltprogrammer og programrækker, som indholdsmæssigt tager deres udgangspunkt i det lokale område og som omhandler det lokale områdes historie, kultur, dagligdag, samfundsliv m.v.

Nævnet har ved bedømmelsen heraf lagt vægt på de lokale nævns indstillinger og prioriteringer.

Nævnet har endvidere lagt vægt på, at der forelå budgetter for de enkelte programmer/programrækker og har bl.a. inddraget de gennemsnitlige timeomkostninger ved programmerne i prioriteringen af ansøgningerne. Programmer, der uden særlig begrundelse havde væsentligt højere gennemsnitlige timeomkostninger end tilsvarende programmer, har alt andet lige ringere mulighed for at opnå programtilskud.

Radio- og tv-nævnet fordelte i 2004 4,7 mio. kr. i programtilskud til 55 radiostationer og 5,9 mio. kr. til 47 tv-stationer.

I efteråret 2004 behandlede Radio- og tv-nævnet ansøgningerne om programtilskud i 2005. I alt blev der til 2005 fordelt 6,3 mio. kr. til 69 radiostationer og 8,7 mio. kr. til 64 tv-stationer.

3.2.3 Tilskud til uddannelsesaktiviteter

Som nævnt er i alt 2,5 mio. kr. afsat som tilskud til uddannelsesaktiviteter og til medieskoletjenestevirksomhed.

Radio- og tv-nævnet yder tilskud til uddannelsesaktiviteter, der primært skal anvendes til uddannelse af frivillige medarbejdere på de lokale radio- og tv-stationer.

Tilskud til uddannelsesaktiviteter er ikke begrænset til indehaveren af en programtilladelse eller til registrerede foretagender, men kan også ydes til aktiviteter arrangeret for personer, der er knyttet til en ikke-kommerciel lokal radio- eller tv-station, af de ikke-kommercielle stationers organisationer og af højskoler m.v.

Radio- og tv-nævnet fordelte i 2004 1,4 mio. kr. i tilskud til uddannelsesaktiviteter til 11 radiostationer og 12 tv-stationer. Der blev i lighed med tidligere år givet tilskud til to organisationer, nemlig Sammenlutningen af lokale radio- og tv-stationer (SLRTV) og til Den Kristne Producent Komité (KPK) til afholdelse af kurser for ikke-kommercielle lokal radio- og tv-stationer. Kurserne er ikke begrænset til organisationernes egne medlemmer.

I efteråret 2004 fordelte Radio- og tv-nævnet endvidere 1,3 mio. kr. til 15 radiostationer og 17 tv-stationer samt til én organisation til uddannelsesaktiviteter i 2005.

3.2.4 Medieskoletjenestevirksomhed

Radio- og tv-nævnet yder tilskud til medieskoletjenestevirksomhed. Ved medieskoletjenestevirksomhed forstås aktiviteter i forhold til grundskolen og ungdomsuddannelserne med henblik på at give grundskolen og ungdomsuddannelserne adgang til mediemæssig kompetence som supplement til den viden, der findes på skolerne.

Det er kun medieskoletjenestevirksomhed inden for de audiovisuelle medier (lydmediet og de levende billeder), der støttes.

Medieskoletjenesternes tilbud omfatter modtagelse af skoleklasser og lærere, tilrettelæggelse af undervisningsforløb samt kurser for lærere i grundskolen og på ungdomsuddannelserne. Medieskoletjenestevirksomheden skal have kompetencer til at arbejde med børn, unge og medier.

Tilskud til medieskoletjenestevirksomhed er ikke begrænset til indehaveren af en programtilladelse. Tilskud kan ydes til institutioner, organisationer og virksomheder, der opfylder ovennævnte formål. Der gives ikke tilskud til enkeltpersoner.

Radio- og tv-nævnet fordeler midlerne til medieskoletjenestevirksomhed på baggrund af en vurdering af de indkomne ansøgninger. Det enkelte projekt bedømmes ud fra en samlet vurdering af projektets kvalitative indhold, idet der lægges vægt på følgende:

- At medieskoletjenesten har tilknytning til et professionelt mediemiljø inden for de audiovisuelle medier, fx radio- og tv-stationer eller mediecentre med faguddannet personale eller personale med tilsvarende kvalifikationer
- At medieskoletjenesten giver tilbud om at modtage lærere og elever
- At medieskoletjenesten giver ligeledes tilbud om konsulentbistand til skoler og ungdomsuddannelser i forbindelse med disses projekter om medievirksomhed
- At medieskoletjenesten råder over tekniske og lokalemæssige faciliteter samt faglige og pædagogiske kompetencer.

Radio- og tv-nævnet fordelte 1,1 mio. kr. i tilskud til syv medieskoletjenester i 2004, heraf to inden for lydmediet og fem inden for de levende billeder.

I efteråret 2004 fordelte Radio- og tv-nævnet 1,1 mio. kr. til 4 medieskoletjenester i 2005, heraf én radiostation og 3 inden for de levende billeder.

3.3 Stikprøver

I henhold til bekendtgørelsens §33 kan Radio- og tv-nævnet hvert år foretage et antal stikprøver af programmer, uddannelsesaktiviteter og medieskoler, hvortil der er ydet tilskud. I henhold til Mediesekretariatets resultatkontrakt med Kulturministeriet blev der foretaget stikprøver af to programmer, nemlig TV-Tingbjergs "Gadespejlet" og XFM Lyngbys "Morgenholdet" og af én medieskoletjenestevirksomhed, nemlig TV/Midtvests "TV-Journalist for en dag". I alle tre tilfælde levede programmerne op til beskrivelserne, og især TV/Midtvests medieskole må efter Radio- og tv-nævnets vurdering betegnes som en succes.

3.4 Regnskabs gennemgang

Ifølge bekendtgørelse om ikke-kommerciel radio- og fjernsynsvirksomhed skal modtagere af tilskud afgive årsregnskab for stationen. Endvidere skal modtagere af projekttilskud afgive projektregnskab og -rapport i forbindelse med årsregnskabet. Regnskaber og rapporter skal indsendes senest den 1. april det følgende år.

Som en følge af Rigsrevisionens gennemgang af tilskuddene i 2002, som Rigsrevisionen fandt mangelfuld, er der siden strammet op om regnskabs gennemgangen. I 2004 blev der strammet op om rykkerproceduren. I denne forbindelse kan nævnes, at af i alt 281 modtagere af basistilskud i 2003 indsendte 59% indsendt regnskab til tiden, og yderligere 33% tre måneder senere, dvs. pr. 1. juli 2004. Resten er modtaget i løbet af året efter flere rykkere.

Af de modtagne regnskaber var 51% godkendt uden bemærkninger pr. 1. juli 2004. Yderligere 30% efter én henvendelse og endnu 9% efter to eller flere henvendelser. Pr. 1. november manglede stadig 3% at få godkendt deres regnskaber.

Den hyppigste fejl i regnskaberne var mangler i selve opstillingen, f.eks. at regnskabet ikke havde en balance, eller at basis- og programtilskuddene ikke fremgik hver for sig.

Som helhed må stationernes regnskabsafklæggelse betegnes som tilfredsstillende, men det må smatidigt konstateres, at knap halvdelen af stationerne tydeligvis har vanskeligt ved at udarbejde regnskaber, der lever op til kravene i regnskabs- og revisionsinstrukserne.

På denne baggrund besluttede Radio- og tv-nævnet i begyndelsen af 2005 at udsende en revideret vejledning samt et regnskabseksempel til stationerne for at lette deres regnskabsafklæggelse.

3.5 Administration af tilskudsområdet

I oktober 2004 kunne TAS3 (et tilskudsadministrativt system) endelig tages i brug efter flere års tilløb, efter en lang og grundig oprydning i gamle sager og efter en succesfuld konvertering fra TAS2.

Systemet tegner til at give en bedre og hurtigere administration, men endnu er ikke alle ”børnesygdomme” overstået.

Sekretariatet arbejder endvidere på løbende at forenkle og forbedre regnskabs- og revisionsinstrukserne til stationerne og de skriftlige retningslinjer for gennemgang af stationernes regnskaber.

Endelig er en intern administrativ vejledning under udarbejdelse med henblik på at få præciseret praksis på området.

4. Registrering af satellit- og kabel- og kortbølgeprogramvirksomhed

Siden 1. januar 2001 har Radio- og tv-nævnet varetaget administrationen af lovgivningen vedrørende tilladelser til udøvelse af programvirksomhed via satellit og kabel til områder, der går ud over ét lokalt område, herunder udstedelse af tilladelser, tilsyn og opkrævning af gebyrer. Fra 1. januar 2003 har satellit- og kabelstationer samt stationer, der ønsker at sende via kortbølge, skullet registreres hos Radio- og tv-nævnet.

Der var ved årets begyndelse 13 tilladelser til og registreringer af satellit- og kabelvirksomhed samt kortbølgeradio.

For året 2004 er der registreret fem nye stationer (samt en tidsbegrænset registrering), mens to tilladelsehavere har valgt ikke at forlænge deres tilladelser ved udgangen af 2004.

Der var således ved årets udgang 16 eksisterende satellit- og kabeltilladelser og registrerede stationer.

Nævnet registrerede for første gang en station for en tidsbegrænset periode, idet tv-stationen UTV ønskede at sende live fra Roskilde Festivalen via kabel.

Acontobetalingen vedrørende gebyr til Radio- og tv-nævnet er i kabel- og satellitbekendtgørelsen fastsat til kr. 30.000 på baggrund af en vurdering af de forventede omkostninger ved registrering af stationer, opkrævning af gebyrer og gennemførelse af tilsyn. De opkrævede acontogebyrer for 2004 har oversteg omkostningerne ved tilsyn med videre, og således er der blevet tilbagebetalt en del af acontogebyret til stationerne.

4.1 Oversigt over registrerede stationer og tilladelser i 2004:

Selskabets navn + Stationens navn	Type	Gældende 1.1.2004?
Radio 2	Satellit-radio	Ja
SBS Broadcast Danmark TvDanmark	Satellit-tv	Ja
CIAC Holding DK 4	Satellit-tv	Ja
Nordisk Radioreklame The Voice	Satellit-radio	Ja
Mesopotamia Broadcast METV	Satellit-tv	Ja
Nordisk Radioreklame The Voice Pop FM	Satellit-radio	Ja
DanToto Racing Live	Satellit-tv	Ja
Mesopotamia Broadcast Radio Mesopotamia International	Satellit-radio	Ja
Danmarks Erhvervs-radio og -TV A/S Nyhedsradioen 24-7	Satellit-radio	Ja
TV 2 Zulu A/S	Satellit-tv	Ja
WMR – World Music Radio	Kortbølge-radio	Ja
24NORDJYSKE	Satellit-tv	Ja
ROJ TV	Satellit-tv	Ja
CIAC A/S DK Sport	Satellit-tv	Nej
TV 2 Charlie A/ S	Satellit-tv	Nej

Nyhedskanal Mesopotamia Broadcast METV	Satellit-tv	Nej
Musikkanal Mesopotamia Broadcast METV	Satellit-tv	Nej
Sky Radio*	Satellit-radio	Nej

* Registret pr. 27. maj 2004, men først indsendt til Nævnet i januar 2005

5. Udbud af radiokanaler – de ledige mellembølgefrequenser

Radio- og tv-nævnet udbød i henhold til udbudsbekendtgørelse udstedt af Kulturministeriet den 20. januar 2004 de ledige mellembølgefrequenser ved auktion. Nævnet offentliggjorde udbudsmaterialet for auktionen den 5. marts. De væsentligste punkter i forbindelse med auktionen var:

De ledige mellembølgefrequenser skulle udbydes ved en åben auktion, som skulle gennemføres over internettet. Auktionsfirmaet Lauritz.com var ansvarlig for den praktiske gennemførelse af auktionen og auktionarius. Der var tilmeldingsfrist til auktionen den 26. april. I perioden 5. marts til 13. april kunne interesserede stille spørgsmål til udbudsmaterialet. Der blev ikke stillet uddybende spørgsmål.

Betingelserne ved auktionen var blandt andet, at

- Deltagerne skulle ved auktionen byde på den faste årlige koncessionsafgift. Udover den faste årlige afgift skulle tilladelseshaveren betale en variabel, omsætningsafhængig koncessionsafgift.
- Tilladelsesperioden var 12 år.
- Programmerne måtte ikke på nogen måde tilskynde til had på grund af race, køn, religion, nationalitet eller seksuel observans.
- At der ikke var andre krav til programindholdet.
- Der skulle stilles en rullende anfordringsgaranti for tre års betaling af den faste, årlige koncessionsafgift.
- Der var to års frist til at starte programvirksomheden.

De tilmeldte skulle stille en bankgaranti på kr. 250.000. DR kunne ikke deltage i auktionen.

Ved auktionen var minimumsbudet kr. 250.000.

Ved tilmeldingsfristens udløb havde Nævnet modtaget en tilmelding fra SBS Radio. Med én tilmelding var der ikke grundlag for at gennemføre auktionen. SBS Radios tilmelding blev godkendt den 27. april.

Den 11. maj fik SBS Radio forlænget fristen for betaling af første års koncessionsafgift (svarende til minimumsbudet kr. 250.000) og indlevering af den rullende anfordringsgaranti til den 29. september. Den 9. september meddelte SBS Radio, at man ikke ønskede at benytte sig af muligheden for at få tilladelse til de ledige mellembølgefrequenser. Nævnet har meddelt Kulturministeriet resultatet af udbudet, og der er p.t. ikke truffet beslutning om eventuelt udnyttelse af de ledige mellembølgefrequenser.

6. Tilsyn med overholdelse af tilladelsesvilkårene for den fjerde, den femte og den sjette radiokanal

6.1 Tilsyn med overholdelse af tilladelsesvilkårene for den fjerde radiokanal (DR P2)

Programtilladelse til den fjerde FM-radiokanal blev udstedt til DR efter udbud (skønhedskonkurrence) i marts 2001 af Radio- og tv-nævnet.

DR skal rapportere og dokumentere opfyldelse af de vilkår, der er angivet i tilladelsen. Vilkårene omfatter blandt andet, at kanalen skal være en nuanceret public service-orienteret kanal med klassisk musik – suppleret med præsentation af rytmisk musik, jazz og dansk musik – kulturprogrammer, samfunds- og debatprogrammer m.v. I henhold til radio- og fjernsynsloven indgår programvirksomheden på den fjerde FM-radiokanal i den samlede public service-virksomhed. Kanalen skal således også opfylde de generelle krav til public service, som fremgår af loven. Endelig skal programvirksomheden på kanalen være i overensstemmelse med beskrivelsen af programvirksomheden i ansøgningen samt de senere med Nævnet aftalte ændringer af programvirksomheden.

Radio- og tv-nævnet modtog den 3. maj 2004 DRs public service-redegørelse, herunder redegørelse for overholdelse af vilkårene på den fjerde radiokanal. Af redegørelsen, som blandt andet var bilagt programplaner og uge-planche, fremgik, hvordan DR har levet op til vilkårene i programtilladelsen. DR har i redegørelsen beskrevet, hvordan de forskellige krav i tilladelsen – set i sammenhæng med indholdet af DRs tilbud, som vandt udbudet – er blevet opfyldt.

Nævnet behandlede DRs redegørelse og regnskab med bilag på sit møde den 16. juni 2004. Nævnet drøftede den tilsendte redegørelse, som blev godkendt. Efter Nævnets vurdering overholdt DR vilkårene i tilladelsen, ligesom Nævnet fandt, at programvirksomheden var i overensstemmelse med beskrivelsen i ansøgningen med den senere med nævnet aftalte ændringer af programvirksomheden.

6.2 Tilsyn med overholdelse af tilladelsesvilkårene for den femte radiokanal (Sky Radio)

Programtilladelse til den femte FM-radiokanal blev udstedt til Sky Radio den 18. juli 2003.

I 2003 sendte Sky Radio cirka 1½ måned i perioden 15. november til 31. december. 2004 har således været det første hele kalenderår med programvirksomhed på den femte radiokanal.

Sky Radio skal rapportere og dokumentere opfyldelse af de vilkår, der er angivet i tilladelsen. Vilkårene omfatter blandt andet, at programvirksomheden på kanalen skal omfatte public service-nyhedsdækning med mindst 1.000 timers nyhedsudsendelser og magasinprogrammer. Der skal hver dag sendes en times længerevarende magasinprogrammer. Endvidere skal skandinavisk musik udgøre cirka 30% af musikfladen. Hvert år skal Sky Radio senest den 1. maj indsende en redegørelse for opfyldelse af tilladelsesvilkårene i det foregående år. Ligeledes skal Sky Radio indsende revideret årsregnskab sammen med en opgørelse af en eventuel variabel koncessionsafgift. Da Sky Radios regnskabsår går fra 1. juli til 30. juni, er det aftalt med Sky Radio, at fristen for indsendelse af revideret årsregnskab og opgørelse af afgiftsgrundlag er den 1. november. Frist for opgørelse af variabel koncessionsafgift og indbetaling af denne er 1. december.

Da Sky Radios omsætning i 2004 ikke har oversteget kr. 100 mio., skal der ikke betales variabel koncessionsafgift.

6.2.1 Korte nyhedsprogrammer

På baggrund af en gennemlytning af korte nyhedsudsendelser udsendt på Sky Radio i december 2003, som stationen efter aftale havde indsendt til Radio- og tv-nævnet, udarbejdede Nævnet en analyse af de korte nyhedsudsendelser for perioden. Nævnet valgte at basere analysen på gennemlytning af alle udsendelser kl. 6, kl. 8, kl. 12 og kl. 17 for at få en spredning over dagen med vægt på de tidspunkter på døgnet, hvor folk traditionelt lytter mere til nyheder. Analysen blev udarbejdet med parametrene geografi (hvilket geografisk område nyheden vedrører), emne (fordelt på en række emnekategorier) og form (oplæsning, interview eller reportage). Nævnets opfattelse var på baggrund af analysen, at de korte nyheder, deres form taget i betragtning, var relativt mangfoldige, men at der var en lav andel af interviews og reportage i morgenudsendelserne, og der var meget lidt stof fra provinsen. Nævnet anmodede herefter Sky Radio om at indsende optagelser af de korte nyheder fra april og juni måned.

Da Nævnet havde modtaget de korte nyheder fra disse måneder, blev der udarbejdet en analyse på baggrund af de samme parametre (geografi, emne, form) som i analysen af nyhederne i december 2003.

Den nye analyse viste, at de korte nyhedsudsendelser fortsat var relativt mangfoldige med en vægt på danske nyheder. Der var fortsat meget oplæsning i de tidlige morgenudsendelser, og vejrudsigter og oplæsning af KENO-tal fyldte relativt meget (i andel af indslag). Analysen blev sendt til Sky Radio med opfordring til stationen om at indsende eventuelle bemærkninger til Nævnets notat. Sky Radio tog Nævnets betragtninger til efterretning og pegede på, at den lave andel af interview og reportage i de tidlige morgenudsendelser skyldtes, at det kan være problematisk at lave et interview, hvor man ringer folk op før kl. 6 om morgenen. Med hensyn til den høje andel af KENO-tal oplyste Sky Radio, at Nævnets valg af udsendelser til analysen betød, at andelen af indslag om dette emne viste en større andel, end hvis man analyserede samtlige korte nyhedsudsendelser hen over døgnet. Sky Radio påpegede endvidere, at klassificeringen af indslagene i emnekategorier og geografi var en vurdering, og at stationens egen klassificeringen af indslagene gav et anderledes billede end Radio- og tv-nævnets analyse. Nævnet tog Sky Radios bemærkninger til efterretning og konkluderede, at Sky Radio opfyldte kravene til korte nyhedsudsendelser.

6.2.2 Nyhedsmagasiner

Sky Radio valgte fra starten af sin udsendelsesvirksomhed på den femte radiokanal at sende programmet "Romantica" med henblik på opfyldelsen af kravet om mindst en times daglige nyhedsmagasiner. På baggrund af stikprøvevis aflytning af programmet anmodede Nævnet Sky Radio om at indsende optagelser af programmet. På baggrund af gennemlytningen konstaterede Nævnet, at Romantica efter Nævnets opfattelse ikke var et nyhedsmagasin. Programmet var snarere et traditionelt telefonprogram med musik og lyttersamtaler, og at emnerne var begrænset til stort set kun at handle om sex, samliv og parforhold. Programmerne indeholdt efter Nævnets opfattelse tillige en for stor andel musik, som ikke havde sammenhæng med indslagene. Nævnet konkluderede, at programmet i den anvendte form ikke kunne indgå i opgørelsen af 1.000 timers nyhedsmagasiner pr. år, og at stationen derfor ikke opfyldte tilladelsens vilkår om nyhedsmagasiner.

Sky Radio var ikke enig i Nævnets opfattelse, men i marts måned oplyste Sky Radio, at man ville begynde at sende 15 minutters nyhedsmagasin pr. dag.

I Nævnets svar hertil (maj 2004) understregedes public service-kravene om nyhedsdækning og skandinavisk musik i Sky Radios programtilladelse, ligesom Nævnet konstaterede, at stationen ville mangle 45 minutters nyhedsmagasin pr. dag for at opfylde tilladelsesvilkårene, idet Romantica fortsat ikke kunne medregnes. Nævnet pålagde Sky Radio at indsende en plan for opfyldelse af forpligtelsen til at sende nyhedsmagasiner inden sommerferien, således at stationen kunne sende nyhedsmagasiner i henhold til forpligtelserne i tilladelsen senest fra 1. august 2004.

Den 1. maj modtog Nævnet Sky Radios redegørelse for opfyldelse af tilladelsesvilkårene. Væsentlige forhold i den forbindelse – nyheder og nyhedsmagasiner – var allerede behandlet løbende i forbindelse med Nævnets sagsbehandling, men Sky Radio redegjorde for, at musikandelen for skandinavisk musik i 2003 havde være 29,2% (krav cirka 30%), og at kravet om mindst 18 timers programvirksomhed var opfyldt (Sky Radio sender 24 timer i døgnet). Ligeledes oplyste Sky Radio, at radioen stadig var i gang med at udvikle de korte nyhedsudsendelser.

I maj måned oplyste Sky Radio, at man ville starte et nyt magasinprogram, som ville opfylde Nævnets krav til et nyhedsmagasin. Nævnet forlængede i den forbindelse fristen for indsendelse af en plan til den 12. juli.

12. juli modtog Nævnet en programplan fra Sky Radio, hvoraf det fremgik, at Sky Radio fra 1. august ville sende én times nyhedsmagasin pr. dag samt på hverdage én times Romantica.

11. august modtog Nævnet optagelser af magasinprogrammer fra perioden 1. august til 8. august. Efter en gennemlytning af de modtagne programmer var det Nævnets opfattelse, at Sky Radio fremover ville kunne opfylde kravet om én times daglige nyhedsmagasiner. Magasinet Romantica opfyldte efter Nævnets opfattelse fortsat ikke kravene til et nyhedsmagasin.

I november måned blev Nævnet opmærksom på, at Sky Radio tilsyneladende genudsendte nogle nyhedsmagasiner, samt at musikandelen i programmerne kunne virke relativt høj. Sky Radio blev derfor anmodet om at indsende en redegørelse om disse forhold.

På baggrund af Sky Radios redegørelse meddelte Nævnet i december, at force majeure situationer (for eksempel afbud eller teknisk svigt) kunne indebære, at genudsendelser i konkrete situationer kan være eneste udvej, men at genudsendelser af nyhedsmagasiner ikke kan tælles med i opgørelsen af 1.000 timers magasinprogrammer pr. år. Med hensyn til musik i nyhedsmagasinerne var det Nævnets opfattelse, at musik anvendt efter de retningslinjer og i det omfang, Sky Radio havde oplyst over for Nævnet, vil kunne indgå i opgørelsen af de 1.000 timer.

6.3 Tilsyn med overholdelse af vilkårene for den sjette radiokanal

Tilladelsen til den sjette radiokanal indeholder ikke er særlige vilkår til programvirksomheden, men alene vilkår af mere generel karakter. Indehaveren af tilladelsen, Talpa Radio, – som sender under navnet Radio 100 FM – skal derfor ikke indsende en årlig redegørelse for overholdelse af tilladelsesvilkårene.

Talpa Radio skal hvert år senest den 1. maj indsende revideret årsregnskab sammen med en opgørelse af afgiftsgrundlaget for den variable koncessionsafgift. Frist for opgørelse af variabel koncessionsafgift og indbetaling af denne er 1. juni.

Da Talpa Radios omsætning i 2003 ikke har oversteget kr. 25 mio., er der ikke betalt variabel koncessionsafgift. Det samme gør sig gældende for 2004.

6.3.1 Placering af sender i Randers

Talpa Radio ansøgte kort før tilladelsens ikrafttrædelse om tilladelse til midlertidigt at opstille senderen ved Randers på en anden placering. Nævnet gav tilladelse til midlertidig placering af senderen i Lysnet frem til den 14. maj 2004.

Talpa Radio ønskede herefter en permanent flytning af senderen til Lysnet. Radio- og tv-nævnet var ikke umiddelbart indstillet på at give tilladelse til en permanent flytning, idet man mente, at det kunne forrykke de vilkår, som de to tilladelser til den femte og den sjette radiokanal var givet på efter den simultane auktion.

Nævnet anmodede Kammeradvokaten om en udtalelse i sagen. På baggrund af denne og efter drøftelse med IT- og Telestyrelsen blev det fastslået, at IT- og Telestyrelsen tager stilling til og træffer afgørelser i sager om flytning og placering af sendeplaceringer, og at styrelsen, forinden den træffer afgørelse, vil anmode Radio- og tv-nævnet om en udtalelse. I sagen om Talpa Radios sender i Randers viste IT- og Telestyrelsens beregninger af befolkningsdækningen, at dækningen ikke, som først antaget, er blevet større efter flytning af senderen i Randers. Det måtte derfor fastslås, at det faktum, at Talpa Radio ønsker en sendeplacering med en mindre befolkningsmæssig dækning end forudsat i forbindelse med udbudet og auktionen, er stationens egen afgørelse, så længe stationen er til stede i Randersområdet og udøver programvirksomhed med alle de i auktionen tildelte frekvenser.

7. Udtalelser om public service-redegørelser

Radio- og tv-nævnet afgav i sommeren 2004 udtalelser om DR's, TV 2/Danmark A/S' og de regionale TV 2-stationers public service-redegørelser for 2003. Det er første gang public service-stationerne har redegjort for opfyldelsen af de public service-kontrakter, som stationerne indgik i 2003 med Kulturministeriet. Nævnets udtalelser er afgivet i medfør af radio- og fjernsynslovens § 40, stk. 2¹ og kan findes på www.mediesekretariatet.dk.

Nævnet konstaterede i sine udtalelser, at begge stationer levede op til deres public service forpligtelser.

I sin vurdering af DR's og TV 2/DANMARK A/S' s public service-redegørelser lagde Nævnet vægt på:

1. Om de specifikke minimumskrav i kontrakterne² til redegørelsernes indhold er opfyldt. Dvs. om taloplysninger og tabeller mv. er tilstrækkelig detaljerede, og om brug af begreber og kategorier svarer til gængse mediefaglige standarder
2. Om der er overvejelser om kvalitet på de punkter hvor kontrakterne nævner dette. F.eks. omkring børneprogrammer.
3. Selve resultaterne. Dvs. om redegørelserne er fyldestgørende og retvisende redegør for, hvordan kontrakten er opfyldt eller forsøgt opfyldt, og om der - hvis det ikke har været muligt at opfylde en forpligtelse - er redegjort for baggrunden herfor, og for hvorledes forpligtelsen fremover kan opfyldes³.

1

Radio- og fjernsynslovens § 40, stk. 2 har følgende ordlyd:

¹”Radio- og tv-nævnet skal endvidere afgive udtalelse om radio- og tv-foretagenders redegørelser for opfyldelse af public service-kontrakterne.”

² Henholdsvis punkt 9 i kontrakten med DR og punkt 7 i kontrakten med TV 2 DANMARK A/S

³ Jf. de almindelige bemærkninger til ”L 40” af 31. oktober 2002, afsnit 2.3.2.1 om public service-forpligtelserne.

- Om der er kommentarer og overvejelser vedrørende andre dele af kontrakten, f.eks. om aktiv sprogpolitik, integration, mangfoldighed af kultur, livsopfattelser og levevilkår, koordineringen mellem DR og TV 2/DANMARK A/S om dansk tv-dramatik, beskyttelse af børn og unge, bl.a. med hensyn til sendetidspunkter.

Nævnet vurderede, at specielt TV 2/DANMARK A/S's redegørelse i kraft af sin detaljeringsgrad og grundige fremlæggelse af eksempler og overvejelser gav et godt billede af stationens programvirksomhed i 2003. For så vidt angår DR, hæftede nævnet sig særligt ved DR's egen konstatering af, at der i de kommende år må ske en opprioritering af dansk dramatik i såvel radio som tv, hvis kontraktens samlede krav for aftaleperioden skal overholdes.

I sin vurdering af de otte regionale TV 2-virksomheders (TV2/NORD, TV/MIDT-VEST, TV 2/ØSTJYLLAND, TV SYD, TV 2/FYN, TV2 ØST, TV 2/LORRY og TV 2/BORNHOLM) lagde Nævnet vægt på,

- om redegørelsen forholder sig til kontraktens krav
- om redegørelsen giver et klart billede af stationens public service-aktiviteter
- om oplysninger om sendetid og seertal er opdelt sådan, at det tydeligt fremgår, at der bliver produceret og sendt nyheder og oplysning,
- om der er visioner og nytænkning i såvel enkeltprogrammer som den samlede programflade eller med hensyn til andre af kontraktens krav

Nævnet efterlyste på baggrund af sin gennemgang af de otte regionale TV 2-stationers public service-redegørelser for 2003 i fremtiden en mere fælles struktur for regionernes redegørelser og gav i sin udtalelse et forslag hertil med vejledende kommentarer til de enkelte punkter.

Som bilag til Nævnets udtalelser var der vedlagt to selvstændige analyser udarbejdet af Mediesekretariatet om henholdsvis public service-kanalernes (DR 1, DR 2 og TV 2/DANMARK A/S) ugentlige dækning i programtyper og om seertal for TV 2- regionernes hovedudsendelse (nyhedsudsendelsen kl. 19.30).

8. Reklame- og sponsoreringsområdet

I 2004 behandlede Radio- og tv-nævnet i alt 41 sager. 13 af sagerne vedrørte indholdet af reklamer. Herudover traf Nævnet 13 afgørelser vedrørende skjult reklame, ni afgørelser om placeringen af reklamer og endelig seks afgørelser om sponsoring.

Sagernes fordeling på stationerne

	Sager om indhold af reklamer	Sager om skjult reklame	Sager om placering af reklame	Sager om sponsoring	Sager i alt
TV 2/DANMARK A/S & de regionale stationer	11	7	3	3	25
DR		6		2	8
TV Danmark	2		6	1	12
I alt	13	13	9	6	41

Sagerne er indbragt for Radio- og tv-nævnet af

	Sager om indhold af reklamer	Sager om skjult reklame	Sager om placering af reklame	Sager om sponsoring	Sager i alt

Klager fra privatpersoner	10	10	6	2	28
Klager fra konkurrenter		1			1
Klager fra foreninger m.v.	1				1
Sager Nævnet har taget op af egen drift	2	2	3	4	11
I alt	13	13	9	6	41

Sager om reklamers indhold

I relation til kapitel 3, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklamer og sponsorering i radio og fjernsyn fordelte de 13 sager om reklamers indhold sig således:

- otte af sagerne vedrørte § 8. Af disse vedrørte:
 - to sager § 8, stk. 1, i henhold til hvilken reklame i radio- og fjernsyn skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse. Begge sager vedrørte tillige andre bestemmelser i bekendtgørelsen. Den ene vedrørte § 10, stk. 2, i henhold til hvilken reklamer ikke må være diskriminerende med hensyn til race, køn, alder, religion eller nationalitet. Den anden omhandlede tillige § 10, stk. 1, 2. pkt., om at reklamer ikke på utilbørlig vis må spille på overtro eller frygt.
- fem sager § 8, stk. 2, i henhold til hvilken reklamer skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normsæt. Sagerne angik alle hovedsageligt spørgsmålet om vildledende reklame, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 1.
- Én sag § 10, stk. 2, hvorefter reklamer ikke må være diskriminerende med hensyn til race, køn, alder, religion eller nationalitet, eller krænke personers religiøse eller politiske overbevisning.
- Én sag § 11, 1. pkt., i henhold til hvilken reklamer ikke må afbilde eller referere til personer, det være sig i disses private eller offentlige egenskaber, medmindre forudgående tilladelse er opnået.
- To sager § 14, hvorefter reklamer for lægemidler og sundhedsydelse kan udsendes i henhold til regler fastsat herom i lov om lægemidler og lov om reklamering for sundhedsydelse eller regler fastsat i medfør heraf.
- Én sag § 15, ifølge hvilken der ikke må udsendes reklamer for arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger eller for religiøse bevægelser eller politiske partier.

Resultatet af Radio- og tv-nævnets behandling af disse sager fremgår af følgende skema:

Radio- og tv-nævnets afgørelser om reklamers indhold

	Reklamen er i strid med gældende regler	Reklamen er ikke i strid med gældende lovgivning	I alt
TV 2/DANMARK A/S & de regionale stationer	3	8	11
TV Danmark	1	1	2

I alt	4	9	13
-------	---	---	----

Udvalgte sager om reklamers indhold

I det følgende omtales et udvalg af Radio- og tv-nævnets afgørelser om reklamers indhold, idet vægten er lagt på at præsentere de mest væsentlige og principielle afgørelser. Der henvises i øvrigt til Mediesekretariatets hjemmeside på www.mediesekretariatet.dk, ”afgørelser vedr. reklame 2004”, hvor samtlige sager på reklame- og sponsoreringsområdet in extenso er tilgængelige. I slutningen af de enkelte afsnit henvises til de sager, der ikke er omtalt i årsberetningen.

”Dead Man Walking” af 22. marts 2004 sendt på TV Danmark

TV Danmark viste en tv-reklame for Rådet for større færdselssikkerhed. Reklamen omhandlede en ung mand, som var skyld i en trafikulykke, hvor hans bedste ven døde. Som symbol på at han havde sin vens liv på samvittigheden, så man liget af hans døde ven holde fast om hans ankel, mens liget blev slæbt hen ad jorden.

Radio- og tv-nævnet har i tidligere afgørelser anlagt den praksis, at der for informationskampagner indrømmes en større margin end for traditionelle reklamer.

I den konkrete sag anlagde Radio- og tv-nævnet således en snæver fortolkning af hensynene i § 8, stk. 1, som foreskriver, at reklame i fjernsyn skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse. Spørgsmålet var dog om reklamen, på trods af sin egenskab som informationskampagne, var i strid med kravet om behørig social ansvarsfølelse, og om den på utilbørlig vis spillede på frygt i henhold til reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1, 2. pkt.

Radio- og tv-nævnet fandt, at reklamen bedømt ud fra en helhedsvurdering af lyd, tekst og billede, havde en voldsom virkning på seerne på grund af reklamens stærke virkemidler, såsom brugen af et lig, der blev slæbt hen ad jorden samt speakerens ubehagelige oplysninger om den unge mands skæbne. Nævnet anerkendte imidlertid, at der utvivlsomt skal stærke og utraditionelle virkemidler til for at få de unges opmærksomhed, men at det på den anden side er vigtigt at sætte nogle moralske grænser for, hvad man vil tillade i reklamer og informationskampagner.

Ud fra en samlet vurdering fandt Radio- og tv-nævnet, at reklamen lå på grænsen til det tilladelige, men at reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, og § 10, stk. 1, 2. pkt., ikke var overtrådt. Nævnet understregede, at kampagnens formål havde afgørende betydning for Nævnets afgørelse.

Tv-reklame for Hans Just – Jägermeister – girls af 22. december 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Nævnet skulle i denne sag vurdere, om en tv-reklame for Jägermeister fandtes kønsdiskriminerende. I reklamen kom tre unge kvinder ind på en bar og bestilte Jägermeister, som bartenderen hældte op i afkølede glas. Umiddelbart efter at kvinderne havde drukket bitteren, reagerede to af dem ved at tage sig til brysterne – den tredje stod lidt uforstående, indtil det gik op for hende, at den kolde drik havde givet hende hårde brystvorter. Kvinden havde en meget stor barm, og brystvorterne fremtrådte uforholdsmæssigt tydeligt, hvilket gjorde, at bartenderen stirrede veltilfreds og smilende på kvindernes arme, mens han nikkede til musikken. Nævnets vurdering af reklamens budskab var, at Jägermeister skal nydes iskold, hvilket ud over de afkølede glas blev illustreret ved kvindernes opstemthed af den kolde bitter. Den seksuelle undertone blev forstærket af bartenderens flirtende smil og stirren på kvindernes

barme. Bartenderens nik kunne ligeledes opfattes på to måder, enten som rytmiske nik i takt med musikken eller som et anerkendende nik, fordi han fandt kvindernes barme opstemmende.

Radio- og tv-nævnet fandt, at reklamen ved den direkte fokusering på kvindernes store barme og hårde brystvorter brugte kvinderne som blikfang for produktet Jägermeister, idet der ikke var en naturlig sammenhæng mellem Jägermeister og en kvindes barm. Nævnet bemærkede endvidere, at reklamens karikerede fremstilling af kvinderne og brystvorternes reaktion på den kolde drink prætenderede at være humoristisk ligesom man noterede sig, at Nævnet i praksis har tilladt en bredere margin for reklamer, der anvender humoristiske og ironiske virkemidler.

På trods af reklamens seksuelle fremstilling af kvinderne, fandt Nævnet imidlertid ikke, at reklamen var kønsdiskriminerende, da fremstillingen af kvinderne var overdreven og virkelighedsfjern og ikke gik ud over, hvad der var sædvanligt i mediebilledet i dag.

Ved vurderingen af § 8, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter reklame i fjernsyn som al anden reklame skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse, henviste Radio- og tv-nævnet til Nævnets udtalelse i afgørelse af 28. juni 2002 vedr. en tv-reklame for Arla Mini:

”Det forhold, at der vises letpåkledte piger i en reklame, er ikke ensbetydende med, at reklamen er usømmelig. Det er Nævnets praksis at tillade en bred margin for anvendelse af humoristiske og ironiske tv-reklamer. Det er endvidere Nævnets praksis at tillade anvendelse af humor, selvom kønnet benyttes som objekt, idet anvendelse af mænd og kvinder som blikfang og virkemiddel i reklamemæssig henseende er ganske udbredt.”

Radio- og tv-nævnet fandt herefter ikke, at reklamen for Jägermeister var usømmelig.

Tre medlemmer af Radio- og tv-nævnet fandt imidlertid, at reklamen for Jägermeister overtrådte reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, og § 10, stk. 2, om henholdsvis usømmelighed og kønsdiskrimination. Disse medlemmer fandt, at reklamen overskred den accepterede grænse for brug af kvinder som blikfang. Det var medlemmernes opfattelse, at reklamens fremstilling af, at Jägermeister skulle give seksuel opstemthed – herunder også bartenderens nedstirrende blik – var ubehagelig og nedvurderende. De dissenterende medlemmer fandt, at humor i reklamer kan være medvirkende til at give en distance, der slører den kønsdiskriminerende effekt. Dette resulterer i en "glidebane", hvor grænserne for, hvad der er acceptabelt – og dermed også grænserne for, hvad der anses for kønsdiskriminerende – forrykkes.

I den konkrete reklame anså de øvrige tre medlemmer reklamens humor og ironi for mislykket, hvilket betød, at reklamen burde vurderes uden hensyn til den bredere margin, der normalt tillades ved anvendelse af humoristiske og ironiske reklamer.

Radio- og tv-nævnet traf herefter afgørelse om, at reklamen ikke var i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, og § 10, stk. 2.

”Telia” af 20. oktober 2004 sendt på TV Danmark

Tv-reklamen reklamerede for et nyt produkt fra Telia, hvor forbrugeren kunne tale ubegrænset i mobiltelefon for 400 kr. om måneden. Reklamen viste en kvinde, som stod til en festival med et reb bundet om hovedet og en mobil fastgjort til øret. Kæresten, som ikke kunne tage med til festivalen, kunne dermed alligevel få del i musikoplevelsen gennem mobiltelefonen.

Reklamen sluttede med speaken: ”Tal unlimited på mobilen for 400 kr. om måneden...Telia Unlimited... her og nu hos Telekæden.” Samtidig vises teksten: ”Tal unlimited på mobilen for 400 kr. om måneden.....Telia Unlimited.....www.telekæden.dk”. Teksten var skrevet med store bogstaver. Nedenfor stod med småt ”Telia Unltd. Fast pris 400 kr. om måneden via PBS oprettelse 99 kr. SMS 20 øre/stk. Hver samtale må vare op til 1 time. På hverdage max 3 timers samtale mellem kl. 8-16.” Teksten stod på skærmen i 8 sek.

Radio- og tv-nævnet påpegede i sin afgørelse, at reklamens udsagn ”Tal Unlimited på mobilen for 400 kr. om måneden – Telia Unlimited” måtte give en ”almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet dansk gennemsnitsforbruger” indtryk af, at man kunne tale ubegrænset i telefon for 400 kr. om måneden. Den billedmæssige del af reklamen understøttede dette, idet seeren fik indtryk af, at kvinden i reklamen kunne tale ubegrænset i mobil hele festivalen igennem uden at bekymre sig om prisen.

Dette udsagn var imidlertid ikke korrekt, da der gjaldt visse begrænsninger i brugen. Udsagnet ”Tal unlimited for 400 kr. om måneden” var derfor urigtig. Spørgsmålet var herefter, om udsagnet var ”egnet til at påvirke efterspørgsel og udbud”; om angivelsen faktisk fik eller havde haft en sådan kommerciel effekt var uden betydning. Seeren skulle på 8 sekunder nå at gøre sig bekendt med, at man skulle betale en fast pris på 400 kr. om måneden via PBS oprettelse, som kostede 99 kr., og at SMS’er kostede 20 øre/stk., samt at hver samtale måtte vare op til 1 time, men på hverdage max 3 timer mellem kl. 8-16. Yderligere blev det bemærket, at udsagnet ”Tal unlimited for 400 kr. om måneden” stod med væsentlig større bogstaver end begrænsningerne. Når det ”højlydt” med produktnavn, lyd og billede blev tilkendegivet, at man kunne tale ubegrænset for 400 kr., burde reklamen i tydeligere omfang end tilfældet var oplyse om de gældende begrænsninger.

Nævnet fandt, at der skulle være en balance mellem hovedbudskabet og begrænsningerne, hvilket var særligt vigtigt, når der var tale om væsentlige begrænsninger. Begrænsningerne i det foreliggende tilfælde måtte anses for at være væsentlige. Det, at telebranchen er præget af uigennemskuelige priser og vanskeligt forståelige abonnementsvilkår, talte ydermere for en tydeliggørelse af begrænsningerne i et så stærkt medie som tv. Radio- og tv-nævnet fandt derfor, at det urigtige og vildledende udsagn var egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer og dermed var i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2. Reklamen måtte således ikke vises, medmindre der blev skabt en bedre balance mellem hovedbudskabet og begrænsningerne hertil, således at reklamen ikke var egnet til at vildlede.

”CopyGene” af 22. december 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Sagen handlede om, hvorvidt CopyGene lovligt kunne reklamere for stamcellebiobanker i fjernsynet. Markedsføring for sundhedsydelse må ikke finde sted i fjernsyn, og det afgørende var derfor, om stamcellebiobanker måtte anses for at være en sundhedsydelse.

Radio- og tv-nævnet havde i den forbindelse indhentet en udtalelse fra Sundhedsstyrelsen, som var af den opfattelse, at CopyGene’s henvisning i tv-reklamen til deres webside, hvorpå ydelsen, i modsætning til i tv-reklamen, blev markedsført som en sundhedsydelse, var i strid med forbudet mod markedsføring af sundhedsydelse i tv.

Nævnet var af den opfattelse, at Sundhedsstyrelsens udtalelse, hvori der blev lagt afgørende vægt på henvisningen til websiden, indebar, at Nævnet ikke på det foreliggende grundlag kunne træffe afgørelse om, at der i tv-reklamen skete markedsføring af en sundhedsydelse. Dette skyldtes, at Nævnet som udgangspunkt ikke inddrager en websides indhold i sin afgørelse om, hvorvidt en tv-reklame er i overens-

stemmelse med radio- og fjernsynslovens og reklamebekendtgørelsens bestemmelser, uanset at der blev henvist til websiden i tv-reklamen. I den forbindelse lagde Radio- og tv-nævnet afgørende vægt på Sundhedsstyrelsens klare tilkendegivelse af, at ydelsen på websiden blev markedsført som en sundhedsydelse, i modsætning til i tv-reklamen. Reklamen for CopyGene, der var sendt på TV 2/DANMARK A/S, var derfor ikke i strid med radio- og fjernsynslovens og reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

Som tidligere nævnt henvises i øvrigt til ”Afgørelser vedr. reklame” på www.mediesekretariatet.dk:

”Dansk Tipstjeneste - Oddset” af 9. september 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - TV-reklame for ”Superbest –Medister” af 16. december 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Optiker Louis Nielsen” af 18. juni 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Becel pro.activ” af 30. september 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - Tv-reklame for ”DSB pendlerkort” af 16. december 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - Tv-reklame for ”Debitel – 1 øre” af 22. december 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Se og Hør” af 21. juni 2004 ” - Dansk Hørecenter” af 22. marts 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”FAI Garanti” af 21. juni 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Skjult reklame

EU-direktivet ”fjernsyn uden grænser” indeholder en definition på skjult reklame, hvorefter den mundtlige eller visuelle fremhævelse af varer eller tjenesteydelser eller af en vareproducents eller en tjenesteydelsesleverandørs navn, varemærke eller aktiviteter i programmer skal opfylde tre kumulative betingelser: fremhævelsen skal være tilsigtet fra tv-radiospredningsorganets side - den skal være i reklameøjemed - og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse.

I praksis kan det imidlertid være vanskeligt for de nationale myndigheder at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer, tjenesteydelser eller økonomiske aktørers varemærke eller navn. Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse af 28. april 2004 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet ”fjernsyn uden grænser” i forbindelse med tv-reklamer indført kriteriet ”uberettiget fremhævelse” af en vare eller tjenesteydelse eller af en virksomheds varemærke eller navn.

Radio- og tv-nævnet har i afgørelserne, der ligger efter Kommissionens fortolkningsmeddelelse derfor benyttet begrebet ”uberettiget fremhævelse”.

Radio- og tv-nævnets afgørelse om skjult reklame

	Skjult reklame	Ikke skjult reklame	I alt
TV 2 Danmark A/S & de regionale stationer	5	2	7
DR	2	4	6
TV Danmark 2			
I alt	7	6	13

Udvalgte sager om skjult reklame

”Sport 2003 – Herning messecenter” af 26. februar 2004 sendt på DR

Sport 2003 er en årlig sportsrevy, hvor årets sportspriser uddeles. Prisoverrækkelsen fandt sted på en rund scene, som var beklædt med sponsornavne. Herudover stod dagbladene bag de fleste priser, hvorefter uddelingen af hver pris blev indledt med visningen af det pågældende dagblads logo og derefter af en præsentation af prisen. Under uddelingen vistes dagbladets logo ligeledes på en skærm i baggrunden. Herudover kårede Ekstra Bladet og Spillerforeningen i samarbejde årets danske fodboldspiller. Udover dagbladenes priser havde DR i samarbejde med Dansk Tipstjeneste indstiftet en pris for ”Årets mål i superligaen”, hvor seerne via odds og sms kunne være med til at vælge årets bedste mål i superligaen. I forbindelse med udsendelsen blev afholdt en præmiekonkurrence, hvor seerne kunne vinde en Honda Accord til 400.000 kr. Bilen blev præsenteret 6 gange i løbet af programmet. To gange blev præmien præsenteret af tv-værten, som sad på bilens køler og oplyste bilens mærke og pris. Tre gange præsenteredes bilen i et redigeret klip i forbindelse med spørgsmålene til konkurrencen.

Udover prisuddelingerne og kåringerne blev vist forskellige indslag med diverse sportsudøvere, der blev interviewet på scenen. I et af disse indslag kørte verdensmesteren i speedway, Nicky Petersen og tidligere verdensmester, Ole Olsen ind i studiet på motorcykler, som var dækket af sponsorlogoer. Herudover bar Nicky Petersen en skjorte med sponsorlogoer på kraven.

I et tilsvarende indslag kørte Le Mans vinder, Tom Kristensen ind i studiet i sin racerbil, som ligeledes var beklædt med sponsorlogoer. Et interview med roerne blev indledt med, at musikgruppen Safri Duo benyttede roernes båd som tromme. Båden var mærket med sponsorlogoer, og roerne bar ens skjorter med deres sponsors logo trykt på kravet.

Angående angivelsen af Team Danmarks sponsorer på scenen, fandt Radio- og tv-nævnet, at disse gav tilskud til dækning af en del af omkostningerne ved showet, hvorefter angivelsen af sponsorerne i begyndelsen og i slutning af programmet efter Radio- og tv-nævnets opfattelse var i overensstemmelse med § 80, stk.1, 1. pkt., i radio- og fjernsynsloven. Sådanne angivelser må dog ikke forekomme i programmet, hvorfor Nævnet fandt, at angivelsen af Team Danmarks sponsorer på scenen var i strid med § 80, stk.1, 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven.

Vedrørende ”Årets mål i superligaen” og kåringen af årets danske fodboldspiller burde Dansk Tipstjeneste, Ekstra Bladet og Spillerforeningen i henhold til radio- og fjernsynslovens § 80, stk. 1, 1.

pkt., have været krediteret. DR var opmærksom herpå og beklagede fejlen, hvorefter Radio- og tv-nævnet ikke foretog sig yderligere i denne henseende.

Endvidere oplyste DR i sit høringssvar, at Herning Messecenter var krediteret, hvilket ikke var korrekt. Herning Messecenter burde have været krediteret i henhold til lovens § 80, stk. 1, 1. pkt. Den manglende kreditering udgjorde således en overtrædelse af loven.

Hvad angik afholdelsen af præmiekonkurrencen, oplyste DR, at Honda var sponsor for bilen. Som det fremgår af § 28, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, må visning og omtale af præmierne ikke gå ud over den information, som med rimelighed er påkrævet for at gennemføre konkurrencen. Denne proportionalitetsvurdering fortolker Nævnet forholdsvis snævert. Nævnet finder det ikke ønskeligt, at præsentationer ledsages af en detaljeret forherligende omtale, herunder en kvalitativ vurdering af det enkelte produkt, ligesom det ikke er nødvendigt, at kameraet eksponerer produktet meget længe og på meget tæt hold. Dette betyder ikke, at Nævnet ikke anerkender sponsorernes legitime og forståelige ønske om, at deres produkter i forbindelse med udlodningen bliver vist udover den i øvrigt pligtige sponsorkreditering før og/eller efter programmet.

Det var imidlertid Radio- og tv-nævnets opfattelse, at seks præsentationer, heraf to gange hvor tv-værten sad på bilen, samt 3 redigerede klip, var i overkanten af hvad, der var påkrævet for at gennemføre konkurrencen. Samlet set var det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 2, var overtrådt.

Som angivet ovenfor blev diverse sportsudøvere interviewet under showet. Mange af sportsudøverne bar skjorter, hvorpå deres sponsoreres navne var skrevet. I samme forbindelse blev deres udstyr vist, hvorpå der var påklippet flere sponornavne. Disse firmaer sponsorerede imidlertid sportsudøverne og ikke selve programmet. Angivelserne af disse sponsorlogoer var derfor ikke omfattet af reklamebekendtgørelsens regler herom. Ifølge lovens § 72 skal reklamer imidlertid klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

Radio- og tv-nævnet fandt ud fra en samlet vurdering, at sponsorlogoerne, der var angivet på sportsudøvernes tøj og udstyr, var fremhævet på en sådan måde, at der var tale om overtrædelse af lovens bestemmelser om skjult reklame. Nævnet udtalte, at de enkelte tilfælde muligvis ikke i sig selv ville udgøre en overtrædelse af loven, men at det ud fra en helhedsvurdering måtte antages, at det store antal af sponsorlogoer, der optrådte i showet, efterlod seerne med en fornemmelse af, at der var tale om et kommercielt show og ikke et af DR tilrettelagt og styret underholdningsprogram.

For så vidt angik uddelingen af dagbladenes priser fandt Nævnet, at der var tale om skjult reklame, da der var sket en fremhævelse af dagbladenes logoer i forbindelse med uddelingen af priserne, og da fremhævelsen var tilsigtet fra DR's side. DR oplyste i sit høringssvar, at DR havde indgået en aftale med dagbladene om, at det klart skulle fremgå af programmet, at det var dagbladenes priser og ikke DR's priser. Nævnet fandt, at der herefter var nærliggende, at DR bevidst havde forsøgt at fremhæve dagbladenes logoer for at opfylde denne aftale. Fremhævelsen kunne anses for tilsigtet af DR i reklameøjemed og ville efter Nævnets opfattelse kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse på trods af, at DR ikke modtog direkte vederlag for visningen. Nævnet udtalte, at DR burde være klar over og dermed være ansvarlig for den store kommercielle værdi, eksponeringen af logoerne i fjernsynet havde for dagbladene. Radio- og tv-nævnet fandt derfor, at der var sket en overtrædelse af reglerne om skjult reklame.

”Stjerne for en aften” af 8. marts 2004 sendt på DR 1

I et afsnit af ”Stjerne for en aften” sendt på DR 1 skete der i forbindelse med oplæsning af et dokument, der indeholdt navnet på aftenens vinder en fremhævelse af revisionsfirmaets navn, Deloitte & Touche, der havde ansvaret for den korrekte gennemførelse af konkurrencen. Firmalogoet var påtrykt dokumentet på en sådan måde, at logoet fik mest mulig eksponering under oplæsningen. Der var således ikke tale om sædvanligt brevpapir med logo. Den visuelle – og bevidste – fremhævelse af firmanavnet, Deloitte & Touche, medførte, at firmaet blev eksponeret, hvilket måtte antages at have haft en kommerciel værdi, uagtet at firmaets navn ikke i enhver udsendelse eksponeres i samme grad.

Radio- og tv-nævnet påpegede i sin afgørelse, at det ikke kunne afvises, at visningen af firmanavnet var tilsigtet. Med sin accept af en konstruktion som beskrevet, var DR, for hvem det burde stå klart, at eksponeringen af firmaet tjente som reklame for dette, ansvarlig herfor. Visningen af revisionsfirmaets navn måtte derfor anses som tilsigtet af DR i reklameøjemed.

Radio- og tv-nævnet fandt således, at der i de programmer fra udsendelsesrækken ”Stjerne for en aften”, som Radio- og tv-nævnet havde haft lejlighed til at gøre sig bekendt med, var tale om en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens § 72, idet der blev vist skjult reklame for revisionsfirmaet ”Deloitte & Touche”. Nævnet påpegede endvidere, at præsentationen af præmierne til de seere, der deltog i afstemningen og rundevinderne ved præsentationen af den præmie, der var en rejse fra Dansk Folkeferie, udgjorde en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 2 om, at et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser, og at disse navnlig ikke må fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

”Go’ morgen Danmark” af 12. august 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Programmet indeholdt bl.a. et indslag om påskebryggens historie og i den forbindelse blev otte øl af forskellige mærker præsenteret. Endelig blev seerne præsenteret for den royale nyhed ”Crown”, som var en øl Carlsberg havde lanceret i anledning af det kongelige bryllup den 14. maj 2004. I løbet af indslaget blev Crown fremhævet betydeligt i forhold til de andre øl, og fik en detaljeret og positiv omtale, og der blev givet informationer om hvor og hvornår øllen kunne købes og en opfordring til, at seerne skulle købe den snarest muligt, da den kun blev brygget i begrænset oplag.

Radio- og tv-nævnet fandt, at omtalen af de otte øl var normal forbrugeroplysning, idet der blot blev givet faktiske oplysninger om de opstillede øl og idet omtalen forekom som en naturlig del af indslaget uden at virke kommercielt. Det var dog efter Nævnets opfattelse mere tvivlsomt om omtalen af den nye bryllupsbryg ”Crown” gik ud over det tilladte.

Præsentationen af ”Crown” skilte sig ud i forhold til præsentationen af de andre øl. Den blev fremhævet bl.a. ved, at den ikke stod blandt de andre øl, men efterfølgende blev taget frem. Herudover fik ”Crown” en væsentlig længere og mere dybdegående omtale end de andre øl, og den blev omtalt i meget rosende vendinger. Tv-værten gjorde herudover opmærksom på, hvornår den kunne købes i butikkerne. Tv-værten opfordrede en af de medvirkende til at åbne øllen og stille den frem, så seerne også kunne få glæde af den, så de kunne kende den, når de kom ud i forretningerne. Det blev endvidere oplyst, at ”Crown” kun blev brygget i begrænset omfang, så det var om at købe den, mens den var der.

Der var efter Nævnets opfattelse ingen tvivl om, at der var sket en fremhævelse af øllen, og at den massive omtale umiddelbart havde et kommercielt islæt. Imidlertid blev fremhævelsen foretaget i en sam-

menhæng med en forestående begivenhed, nemlig det royale bryllup den 14. maj, hvorfor fremhævelsen ansås for berettiget, idet den blev foretaget i en passende kontekst. Yderligere lagde Nævnet vægt på, at der ikke var noget der tydede på, at TV 2/DANMARK A/S havde fremhævet ”Crown” for at promotere Carlsberg. Ud fra en samlet vurdering fandt Radio- og tv-nævnet derfor, at omtalen af ”Crown” var berettiget, og at der derfor ikke var tale om skjult reklame.

”Monrad og Rislund” af 16. november 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Radio- og tv-nævnet behandlede en klagesag om skjult reklame for en cd med Monrad og Rislund i ”Go’aften Danmark”. Komikerparret medvirkede i programmet i anledning af deres 30 års jubilæum, som blev fejret med udgivelsen af en ny cd. I den forbindelse blev cd’en ofte omtalt, og coveret blev vist flere gange. Herudover fik Monrad lov til at overtage studieværtens stol og omtale cd’en. I løbet af udsendelsen blev vist nogle fakta-bokse nederst på skærmen med informationer om cd’en. Den sidste fakta-boks stod på skærmen i 49 sekunder. Nævnet fandt det naturligt og uundgåeligt, at cd’en ville få en del omtale i løbet af indslaget, uden at denne omtale fik karakter af skjult reklame, idet der var tale om almindelig, dagsaktuel forbrugerinformation af kulturel karakter. Radio- og tv-nævnet fandt imidlertid, at fakta-boksenes gentagne indrykninger og informationer om udgivelsen af CD’en gik ud over grænsen for lovlig forbrugerinformation. Dels fokuseredes der i unødigt grad på udgivelsen af CD’en frem for på jubilæet, dels stod navnlig den sidste ”fakta-boks” - uforholdsmæssigt længe på skærmen. Radio- og tv-nævnet fandt derfor, at for så vidt angik de sidstnævnte forhold var tale om skjult reklame.

Der henvises i øvrigt til følgende afgørelser på Mediesekretariatets hjemmeside på www.Mediesekretariatet.dk: ”TV 2/ Lorry” af 26. februar 2004 - ”Jesus og Josefine” af 26. februar 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S – Søndagsmagasinet af 3. marts 2004 sendt på DR - ”Danish Music Awards 2004” af 21. juni 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”The Day after Tomorrow” af 22. august 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Langelandsfestivalen” af 30. september 2004 sendt på DR - ”Drengene fra Angora” af 22. december 2004 sendt på DR 2- Skjult reklame på TV 2 Fyn af 22. december 2004

Placering af reklame

Radio- og tv-nævnets afgørelser om placering af reklamer

	Reklameafbrydelse	Lovlig reklameblok	I alt
TV 2 Danmark A/S & de regionale stationer		3	3
TV Danmark	5	1	6
I alt	5	4	9

Udvalgte sager om placering af reklamer

”Formel 1” af 12. august 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

TV 2/Danmark A/S sendte i forbindelse med Formel 1 tre programmer i forlængelse af hinanden, kun afbrudt af reklameblokke. Før Formel 1-løbets start sendte TV 2/ Danmark et indledende pro-

gram, hvor der skiftevis blev sendt direkte fra Monaco og fra studiet i Odense. Programmet varede ca. 25 minutter og sluttede med en sponsorkreditering, hvorefter der blev udsendt en reklameblok.

Det efterfølgende program sendte direkte fra Formel 1-løbet i Monaco. Der blev ikke vist klip fra studiet i Odense. Løbet afsluttedes med en sponsor-kreditering af Thansen.dk og TV 2/DANMARK A/S, hvorefter der blev udsendt en reklameblok.

Tredje program foregik i Pit Stop studiet, hvor værterne kommenterede løbet ud fra klip fra Monaco. Dette program varede ca. 20 minutter og blev afsluttet med rulletekster og endnu en sponsorkreditering af Thansen.dk og TV 2/DANMARK A/S.

Nævnet udtalte, at det ifølge lovbemærkningerne er op til TV 2/Danmark A/S's programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program, og at der for så vidt angår egenproduktion og bestilte programmer er tale om en skønsmæssigt præget vurdering.

I den konkrete sag fandt Nævnet, at det indledende studieprogram, den direkte transmission og det afsluttende studieprogram udgjorde tre separate programmer, hvorimellem der lovligt kunne sendes reklameblokke. Grunden hertil var, at der var en naturlig adskillelse mellem programmerne, idet indholdet og formen var forskellig, og da programmerne ikke på noget tidspunkt blev blandet sammen: den direkte transmission blev ikke afbrudt med billeder fra studiet eller kommentarer herfra, ligesom hele Formel 1 løbet blev sendt fra start til slut uden afbrydelser. Herudover var studieprogrammet produceret af TV 2/Danmark A/S i modsætning til den direkte transmission, som blev produceret på vegne af annoncøren, men med TV 2/Danmark A/S' kommentatorer. Radio- og tv-nævnet gjorde dog opmærksom på, at det kun var det afsluttende studieprogram, som blev afsluttet med end-credits.

Radio- og tv-nævnet var af den opfattelse at det faktum, at det efterfølgende studieprogram blev indledt med optagelser fra formel 1 løbet ikke havde betydning for, hvorvidt der var tale om et eller to programmer, da optagelserne var genudsendelser af billeder fra løbet og var nødvendige for at kunne kommentere vigtige episoder fra løbet.

Radio- og tv-nævnet fandt således, at der i TV 2/Danmark A/S' udsendelse "Formel 1" ikke var sket en overtrædelse af § 73, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Dog blev stationen anmodet om fremover at sørge for, at hvert enkelt program blev afsluttet med end-credits.

"Rødderne" af 12. august 2004 sendt på TV Danmark

"Rødderne" var en dokumentarserie produceret af TV Danmark. Den pågældende aften sendte TV Danmark to afsnit i forlængelse af hinanden kun afbrudt af én reklameblok. Ved vurderingen af hvorvidt der var tale om en kunstig opsplittning af programmerne, lagde Nævnet vægt på, at der var tale om en egenproduktion, hvorfor der skulle anlægges en skønspræget vurdering af, hvornår der er tale om et program. Nævnet henviste til sin tidligere praksis, hvorefter stationerne har en ganske bred margin, når det drejer sig om længden af egenproducerede/bestilte programmer. Umiddelbart mente Nævnet, at der derfor ikke var noget til hinder for, at TV Danmark producerede korte afsnit, som varede 25 minutter, så længe afsnittene indeholdt en normal start og afslutning i form af end-credits. I den nævnte sag var der dog forskel på opbygningen af første og anden del af "Rødderne", idet første del indeholdt en forholdsvis grundig indførelse af seeren i, hvad udsendelsesrækken handlede om, og hvad der var sket i de tidligere afsnit. Yderligere udtalte tv-værten: "Se anden del af rødderne lige om lidt". Endelig indeholdt første del ikke end-credits, men kun en visning af logoet for Free Port Film. Anden del startede med speaken: "Nu fortsætter rødderne" samt et kort resumé af første del. Anden del afsluttede med end-credits og logoet for Free Port Film.

Radio- og tv-nævnet anlagde det synspunkt, at det måtte antages, at hvert enkelt afsnit i en udsendelsesrække var opbygget på en ensartet måde, således at starten foregik på samme måde, og at hvert afsnit afsluttedes med end-credits osv.

Den førnævnte forskel på opbygningen af første og anden del antydede efter Nævnets opfattelse, at der reelt var tale om ét afsnit, der blev afbrudt af en reklameblok og ikke om to separate afsnit, som blev sendt i forlængelse af hinanden.

Reklameafbrydelsen var dermed i strid med radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1.

”Kandidaten – I lære hos Donald Trump” af 21. oktober 2004 sendt på TV Danmark

Programmet ”Kandidaten – i lære hos Donald Trump” er et af TV Danmark indkøbt program. Der blev den pågældende aften sendt to afsnit i forlængelse af hinanden kun afbrudt af en reklameblok.

Radio- og tv-nævnet udtalte i sin afgørelse, at det, at programmet er opdelt fra producentens side og ikke fra den danske stations side, ikke nødvendigvis gør opdelingen lovlig. Det afgørende er, om der reelt er tale om ét eller to afsnit, hvilket beror på en konkret skønmæssig præget vurdering. I en sådan vurdering indgår det som et moment, hvorvidt det enkelte afsnit har et naturligt afsluttet forløb i forhold til det andet afsnit.

Nævnet fandt, at afsnittene hang indholdsmæssigt sammen, idet de omhandlede samme ”opgave”, som deltagerne skulle løse. Første afsnit indeholdt en indledning, hvorved seeren kunne følge med i serien uden at have set de tidligere afsnit, hvorimod anden del blot fortsatte, hvor første del sluttede, uden at indføre seeren i hvad programmet gik ud på, og hvad der var sket i det foregående afsnit.

Hvert afsnit varede ca. 25 minutter, hvilket Nævnet mente var sædvanligt, hvorfor det forhold i sig selv ikke var et tegn på en kunstig opsplitning af programmet. Radio- og tv-nævnet var dog af den opfattelse, at der var sket en ulovlig opdeling af programmet, da der var så nær en sammenhæng mellem de to afsnit, som blev sendt i forlængelse af hinanden, at seeren ikke kunne følge med i andet afsnit uden at have set det første. Ydermere afsluttedes kun sidste afsnit med end-credits. Nævnet afgjorde derfor, at programserien ”Kandidaten – i lære hos Donald Trump” var i strid med § 73, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

”OL” af 12. november 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

TV 2/Danmark A/S sendte en direkte badmintonkamp i herredouble fra OL i Athen, hvori der blev udsendt en reklameblok mellem andet og tredje sæt. Den direkte transmission var kun afbrudt, mens spillet var afbrudt.

En badmintonkamp består af tre sæt, og efter hvert sæt afbrydes spillet med en pause. Det var derfor Radio- og tv-nævnets opfattelse, at den omhandlede reklameblok var indsat i en naturlig pause i kampen og henset til, at den direkte transmission blev genoptaget inden påbegyndelsen af tredje sæt, fandt Nævnet, at udsendelsen af en reklameblok i pausen mellem andet og tredje sæt i kampen var i overensstemmelse med radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 2 og reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 2.

Der henvises i øvrigt til følgende afgørelser på Mediesekretariatets hjemmeside på www.mediesekretariatet.dk: ”Final Justice” af 5. maj 2004 sendt på TV Danmark - ”Fornemmelse for

mord” af 30. september 2004 sendt på TV Danmark- ”Jagten på Drømmekvinden” af 5. oktober 2004 sendt på TV Danmark ”Forunderlig forandring” af 21. oktober 2004 sendt på TV Danmark - ”Rablende reklamer” af 16. november 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Sponsorering

Radio- og tv-nævnets afgørelser om sponsorering

	Ulovlig sponsore- ring	Lovlig sponsore- ring	I alt
TV 2 Danmark A/S & de regiona- le stationer	2	1	3
DR	1	1	2
TV Danmark	1		1
I alt	4	2	6

Udvalgte afgørelse om sponsorering

”Rejseholdet” af 22. marts 2004 sendt på DR

I en scene i Rejseholdet spiste karakteren ”IP” frokost i sin bil. Karakteren Ulf kom gående hen imod bilen, og i forbindelse hermed blev bilen vist udefra i tre til fire sekunder. Bilen var mørkeblå og havde påklistret 3 store hvide reklame-klistermærker for forsikrings-selskabet Codan, to på siden og ét bag på bilen.

DR oplyste, at der ikke var modtaget betaling fra Codan, men at Codan havde lånt bilen uden vederlag til brug for optagelsen. DR beklagede, at Codan ved en fejl ikke var krediteret som sponsor i rulleteksterne.

Radio- og tv-nævnet påpegede i sin afgørelse, at sponsorering ifølge § 79 i radio- og fjernsynsloven også er indirekte tilskud til finansieringen af programmer. Dette indebar, at Codan var sponsor for programmerne, idet man for at fremme forsikrings-selskabets navn stillede en bil til rådighed uden at kræve betaling herfor. Da Codan hverken blev angivet ved programmets begyndelse eller slutning, var bestemmelsen om, at sponsorerede programmer skal være identificeret, overtrådt,

Radio- og tv-nævnet fandt, at scenen, der tydeligt viste bilen, med store Codan klistermærker påklistret, var i strid med, at sponsors navn ikke må forekomme i programmet, hvorefter DR havde overtrådt § 80, stk. 1, 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven.

”Shopping afsnit 3 til 8” af 5. oktober 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S

Det skal indledningsvist bemærkes, at Radio- og tv-nævnet ved to lejligheder har taget stilling til denne udsendelsesrække, nemlig først til afsnittene 1-2 og dernæst til afsnittene 3-8.

I det følgende omtales kun sidstnævnte afgørelse.

Foranlediget af en fortsat debat om udsendelsesrækken i medierne besluttede Nævnet efter udsendelsen af de sidste 6 afsnit i perioden 29. juni til 31. august 2004 at indkalde disse med henblik på en konkret bedømmelse af, hvorvidt der i afsnittene sker en overtrædelse af reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet lagde i sin bedømmelse bl.a. lagt vægt på, hvilken type program, der var tale om. Programmets type var vigtig som grundlag for forståelsen af udsendelsesformen som en slags underforstået ”kontrakt” mellem afsenderen (tv-stationen) og seerne. For faktaprogrammer går ”kontrakten” ud på, at seerne præsenteres for virkeligheden på en loyal og sandfærdig måde – modsat fiktionens tilbud om at indleve sig og overgive sig til fantasien.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse måtte fakta-kontrakten tillægges afgørende vægt i programmer som ”Shopping”. Nævnet udtalte, at der ikke var tvivl om, at serien havde en markeds-mæssig værdi for såvel Field’s som for centrets forretninger, men at den kommercielle værdi dog ikke i sig selv kunne medføre, at det er forbudt at lave en docu-soap fra et sådant univers. Kravet var imidlertid, at den uafhængige redaktion måtte være særlig opmærksom på, at de dramaturgiske valg ikke giver et ensidigt, positivt billede af livet i ”Fields”.

Det var Radio- og tv-nævnets opfattelse, at TV 2/DANMARK A/S efterlevede dette. Det forhold, at programmet var sponsoreret af Steen & Strøm, der ejer Field’s, accentuerede blot kravet om, at stationen skal sikre, at den alene havde det redaktionelle ansvar og traf alle afgørelser i så henseende.

Radio- og tv-nævnet havde særligt drøftet det forhold, at man af og til ved overgange mellem historier viste centrets facade med navnet ”Field’s”. Nævnet fandt, at denne visning var på kanten af det tilladelige. Isoleret set ville visningen ikke indebære en overtrædelse af reklamebekendtgørelsen, men i lyset af kravet om skærpet opmærksomhed fandt Nævnet det rigtigst at henlede TV 2/DANMARK A/S’s opmærksomhed på, at man i fremtiden ved lignende produktioner bør undgå sådanne visninger.

Nævnet fandt således, at der i udsendelsesrækken ”Shopping”, afsnit 3-8 ikke var sket en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1. Radio- og tv-nævnet påpegede dog, at visningen af centrets facade med Field’s-skiltet ved overgange mellem episoder i de enkelte afsnit var betænkelig, og at stationen ved eventuelt lignende fremtidige produktioner bør undgå sådanne visninger.

”Ørnen” af 22. november 2004 sendt på DR

Nævnet tog i denne sag stilling til, om der forekom ulovlig sponsoring eller skjult reklame i de to første afsnit af serien ”Ørnen” sendt på DR.

I serien blev 3 G mobiler benyttet og fremhævet i flere situationer. DR oplyste i sit hørings-svar, at stationen i oktober 2003 indgik en sponsoraftale med Hi 3 G Denmark ApS om udlån af telefoner til DR, og at Hi 3 G blev krediteret ved hver enkelt episodes afslutning.

Nævnet påpegede i sin afgørelse, at et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser; navnlig må disse ikke fremhæves på en særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

Nævnet udtalte, at videotelefonerne fra Hi 3 G ofte blev benyttet i serien og fremhævet ved, at de havde en central rolle i politiets daglige kommunikation med hinanden. I de tilfælde, hvor telefonerne særligt blev fremhævet, og hvor fremhævelsen kunne være problematisk, f.eks. et tilfælde, hvor de blev benyttet til at besigtige et gerningssted, fandt Nævnet, at fremhævelsen var berettiget i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold, idet telefonerne blev anvendt til at vise, at politiet benytter det nyeste tekniske udstyr i sit arbejde.

I en anden situation vejledte en ung it-kyndig betjent sin ældre kollega i anvendelse af videotelefonen. Den unge betjent fortalte den ældre betjent, at der ikke var nogen grund til at holde telefonen op foran sig, hvis modparten ikke havde videotelefon. Nævnet fandt, at situationen i sit indhold var humoristisk og afspejlede, at der var tale om en ny kommunikationsform.

Nævnet udtalte imidlertid, at der kunne sættes spørgsmålstegn ved hovedpersonen og den unge it-kyndiges intensive anvendelse af videotelefonen. I et afsnit talte de sammen fire gange, hvor de hver gang benyttede videofunktionen uden anden anledning, end at det ”fremmer kommunikationen”. I betragtning af, at der er tale om en ny kommunikationsform, som man ikke er vant til, og som derfor falder i øjnene, var det dog Nævnets opfattelse, at eksponeringen kunne accepteres.

Herudover var der flere situationer, hvor man så mærket på mobil- eller videotelefonerne, men efter Radio- og tv-nævnets opfattelse var der tale om situationer, hvor det var redaktionelt begrundet, at der blev zoomet ind på telefonerne.

Samlet set udtalte Radio- og tv-nævnet, at reklamebekendtgørelsens § 28, stk. 1, ikke var overtrådt.

Der henvises i øvrigt til følgende afgørelser på Mediesekretariatets hjemmeside på www.mediesekretariatet.dk: ”Jesus og Josefine” af 19. januar 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Shopping afsnit 1 og 2” af 21. juni 2004 sendt på TV 2/DANMARK A/S - ”Strandvejsvillaen” af 16. november 2004 sendt på TV Danmark

9. Høringssvar 2004

Radio- og tv-nævnet har i 2004 afgivet høringssvar og bidraget til Kulturministeriets besvarelse af §20 spørgsmål, samt i et enkelt tilfælde til besvarelse af en høring fra et andet ministerium.

For så vidt angår bidrag til besvarelse af § 20-spørgsmål har Nævnet i forbindelse med et svar om anvendelse af midler i puljen til ikke-kommercielle radio- og tv-stationer for 2004 oplyst, at der for 2004 var afsat 32,8 mio. kr. til tilskud til lokal radio- og tv-produktion, samt at der var disponeret over alle midlerne, idet fordelingen mellem de forskellige tilskudsordninger tillige blev oplyst.

Herudover har Radio- og tv-nævnet bidraget til besvarelse af spørgsmål om lokale radioer, der indgår i network, idet Nævnet oplyste, at de lokale nævn skal indsende kopi af udstedte networking-tilladelse, og at Nævnet pr. 16. marts 2004 havde modtaget kopi af 47 networking-tilladelser. Det blev dog understreget, at det var usikkert, om tallet var dækkende. Herudover blev lyttertal for de største netværk oplyst.

Endvidere har Radio- og tv-nævnet i sit bidrag til besvarelse af spørgsmål om hvad normalomkostninger pr. time for henholdsvis lokalradio og -tv kan være for at stationerne opnår programtilskud, oplyst, at Nævnet ikke har fastsat en højeste timepris eller normalomkostninger pr. time, idet man har fundet at en vejledende timepris ville være særdeles vanskelig at fastsætte, idet priserne varierer i forhold til programtyper m.v. Radio- og tv-nævnet meddelte samtidig, at man er opmærksom på de gennemsnitlige omkostninger pr. programtime, når man behandler ansøgninger om programtilskud. Programmer, der ligger væsentlig over den gennemsnitlige timepris for tilsvarende programmer, vil alt andet lige have ringere mulighed for at opnå programtilskud. I denne forbindelse oplyste Nævnet, at den gennemsnitlige omkostning pr. time i 2004 er på ca. 15.000 kr. for tv og ca. 3.300 kr. for radio, idet gennemsnittet dog dækker over store variationer.

Endelig bidrog Radio- og tv-nævnet til Kulturministeriets besvarelse af Ministeriet for Flygtninge, Indvandrere og Integrations høring om tilskud. I denne forbindelse gennemgik Nævnet tilskudsordningerne for 2004, dvs. kriterier m.v. for driftstilskud, programtilskud, tilskud til uddannelsesaktiviteter og til medieskoletjenestevirksomhed.

10 Internationalt samarbejde

Reguleringen af tv i Danmark sker indenfor rammerne af EU's TV Direktiv, og alene af den grund er det nyttigt for Radio- og tv nævnet at stå i kontakt med tilsvarende myndigheder i andre lande. Også på andre områder som f.eks. lokal radio og tv er det værd at udveksle erfaringer med udenlandske kolleger, ikke mindst de nordiske. Denne internationale side af Nævnets arbejde varetages primært af sekretariatets medarbejdere som en vigtig del af opgaven med at opbygge et videns- og kompetencecenter på højt professionelt niveau.

EPRA

Radio- og tv nævnet er derfor medlem af European Platform of Regulatory Authorities (EPRA), som er en uformel forening, der ikke kan vedtage udtalelser, af 49 mediereguleringsmyndigheder fra hele Europa (38 lande) med sekretariat hos Det Europæiske Medieinstitut i Düsseldorf. Fra udgangen af 2005 flyttes sekretariatet til det Audiovisuelle observatorie i Strassborug. EPRA mødes hvert halve år under deltagelse af observatører fra såvel EU Kommissionen som Europarådet og er hele året et effektivt netværk til udveksling af information. (Se nærmere på www.epra.org)

EPRA mødet i Stockholm 2.-4. juni 2004 beskæftigede sig med tre emner: Privatlivets afgrænsning overfor den offentlige interesse, Beskyttelse af mindreårige og Regulering af Radio. I radiosessionen præsenterede Anders Clemensen de danske erfaringer med at regulere radio, både lokalt og landsdækkende. Desuden deltog Jette Fievé og Erik Nordahl Svendsen.

EPRA mødet i Istanbul 13.-15. oktober 2004 havde som plenum tema: EU Kommissionens fortolkningsmeddelelse om reklamer. De to arbejdsgrupper handlede om Kontrollen med udsendelser, der opfordrer til racehad m.v. og om Regulering af betjeningen af høre- og synshandicappede gennem TV. Fra Mediesekretariatet deltog Christina Sigvardt og Erik Nordahl Svendsen.

Foruden EPRAs egne møder indbyder EU Kommissionen halvårligt "High Level"-repræsentanter fra medlemmerne til drøftelser i Bruxelles bl.a. om revisionen af "Fjernsyn uden grænser", fordi Kommissionen finder det værdifuldt at høre synspunkter fra de praktiske regulatorer som supplement til ministeriernes repræsentanter i Kontaktkomiteen. Som regel deltager direktøren for MS.

Radio- og tv-nævnet er vært for EPRAs møde i Danmark til maj 2006.

Nordisk møde om radio- og tv-spørgsmål

Parallellerne til Radio- og TV Nævnet er Medietilsynet – der nu har sammenlagt Statens Medieforvaltning, Eierskaps- og Filmtilsynet (Norge), Radio och TV-verket samt Granskningsnämnden för radio och TV (Sverige), FICORA (Finland). Medarbejdere fra disse myndigheder og evt. fra det stedlige kulturministerium mødes en gang om året til gensidig udveksling af erfaringer, både om mediesituationen generelt og udvalgte emner.

Det nordiske møde i 2004 blev holdt hos Mediesekretariatet i København d. 1.-3. september. Det handlede om Lokalradio, Public service-tilsyn, Kommissionens meddelelse om reklamer, særligt de nye reklameformer og endeligt Status for DTT.

Europarådet

Europarådets mediedivision har bedt Mediesekretariatet om at stille sig til rådighed med sine erfaringer ved rådgivende seminarer i de nye medlemslande. Det skete første gang i Armenien d. 28-29. oktober 2004, hvor Jette Fievé bidrog til et seminar arrangeret af National Commission of radio and Television (NCRT) of Armenia med to indlæg om danske erfaringer: ”The role and strategy of broadcasting in ensuring freedom of expression and pluralism in the electronic media” og ”The protection of minors and human dignity”.