

Digital Broadcast ApS  
c/o Mediehuset København  
Reventlowsgade 14, 3.  
1651 København V

RADIO- OG TV-NÆVNET

8. november 2011

Sagsnr: 2010-004537

Ulrike Clade Christensen  
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.: 3373 3334

## **Klage over programmet "Cool Cash Quiz Show" vist på Kanal København**

Benny Engelbrecht har ved e-mail af 22. februar 2010 klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om overtrædelse af reglerne om placering og omfang af reklamer i programmet "Cool Cash Quiz Show" sendt i januar 2010 på Kanal København.

Klager har anført følgende:

"...

*Cool Cash Quiz Show fungerer som en reklame for sine egne produkter, der sælges under udsendelsen og overtræder dermed tidsgrænserne for reklamer. De indebærer, at reklamer må kun sendes i reklameblokke, der skal placeres mellem udsendelserne. Det fremgår også, at reklamer kun må udgøre 15% af den enkelte stations daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time.*

..."

### **Beskrivelse**

Kanal København har som bilag til høringsvar af 25. februar 2010 fremsendt to cd-rom med en optagelse af en udgave af "Cool Cash Quiz Show", sendt den 9. og 10. januar 2010 på Kanal København.

Programmet varer sammenlagt 3 timer og 30 minutter.

Programmet indledes af en kvindelig vært, som byder seerne velkommen. Hun oplyser, at der i programmet kan spilles mange spil, herunder "busspillet", og at præmien er 10.000 kr. Herefter læser hun et quizspørgsmål op, der også vises i en boks på skærmen, og som fylder ca. 1/5 del af skærmen:

*"4 piger rejser med en bus. Hver pige holder 5 kurve. I hver kurv er der 5 katte. Hver kat har 3 killinger. En af pigerne står af bussen. Hvor mange ben er der i bussen?"*

Spørgsmålet vises på skærmen igennem hele udsendelsen.

På en gul og blå bjælke oplyses desuden et telefonnummer, bestående af 7 cifre og et spørgsmålstejn, som seerne kan ringe eller sende SMS til for at deltage i spillet. Værten holder det rigtige svar på spørgsmålet i en lukket kuvert.

På en crawler nederst på skærmen kan der endvidere læses følgende tekst:

*"Min 16 år. 4 kr. pr. opkald + trafiktakst. SMS 12 kr. + trafiktakst. ? står for valgfrit tal fra 0 til 9. Se [www.kanalkøbenhavn.dk/coolcash](http://www.kanalkøbenhavn.dk/coolcash) eller TTV side 500. Ved deltagelse fraskrives 14 dages fortrydelsesret. Kundeservice 7019 1012 eller [coolcash@kanalkøbenhavn.dk](mailto:coolcash@kanalkøbenhavn.dk). Abbonenter hos 3 og CBB kan ikke ringe til 90-nummrene, men kan godt deltage via SMS. Når du ringer eller SMS'er er du ikke garanteret, at komme igennem til tv-studiet."*

Øverst i skærmen vises ligeledes en crawler med følgende tekst:

*"Velkommen til Cool Cash Quiz Show, vores helt nye show! Jane vil underholde jer med udfordrende spil og du har mulighed for at vinde en masse penge! 1000 kr. garanteret, resten er bonus!"*

Imens quizzen afholdes, vises et ur på skærmen, der tæller ned i to minutter, mens værten gentager spørgsmålet, giver overordnede tips til svaret og gentager gevinstsummen. Seerne opfordres mange gange til at deltage. Da tiden er udløbet, ringer en telefon i studiet, og en seer giver et svar, hvilket dog ikke er rigtigt.

Proceduren gentages mange gange i programmet, og i alt ca. 20 seere ringer ind, uden at det rigtige svar gives. Præmien sættes først op til 20.000 kr., senere til 30.000 kr., indtil den til sidst er sat til 90.000 kr.

Værten oplyser blandt andet, at seerne ved at ringe kan prøve alle endetal én gang, og at hver seer kan sende op til 6 SMS'er. Værten taler uafbrudt for at animere seeren til at regne det rigtige svar ud. Hun nævner blandt andet, at nogle af de afgivne svar har været meget tætte på det rigtige tal.

Hele udsendelsen foregår i samme studie med samme vært, og spørgsmålet er det samme igennem hele programmet.

Gentagne gange vises det telefonnummer, der skal ringes til, og ordet "RING" i stor lysende skrift på tværs hen over skærmen.

Efter ca. tre timer tilbydes en gevinst på 300 kr. til alle seere, der ringer til studiet, uanset om svaret er rigtigt. Herefter ringer i alt tre personer ind, der hver især giver forkerte svar og vinder 300 kr.

Programmet afsluttes med, at værten viser sedlen med det rigtige svar, der har ligget i kuverten, uden at der er fundet en vinder af de 90.000 kr. Det på sedlen angivne svar er 330.

Programmet omhandler ikke andre emner end selve telefonquizen og det ene stillede spørgsmål. Der indgår ingen logoer, firmanavne eller produkter m.v. i programmet.

## **Hørings svar**

Kanal København har i udtalelse af 25. februar 2010 som svar på Radio- og tv-nævnets høring anført følgende:

"...

*Cool Cash Quiz Show var et live underholdningsprogram, der blev sendt på Kanal København 2-3 gange om ugen i perioden 4. september 2009 til 10. januar 2010. Programlængden har varieret fra 60 minutter og op til 300 minutter.*

*Programmet var et såkaldt call-tv format, der underholder seeren med forskellige quizzer. F. eks. "Læg tallene sammen", "Tæl hvad du ser", "Tændstik leg", "Find forskelle i billeder", "MasterMind", "Gåder" og "Bogstavleg".*

*For at deltage skulle man ringe eller sende en SMS til det nummer, som blev vist på tv-skærmen. Den deltager, der kom igennem til studiet og havde det rigtige svar, vandt en præmie. Det kostede 4 kr. plus trafik takst, at ringe til programmet, og 12 kr. plus trafik takst, at indsende en SMS.*

*Innocent Pictures ApS har været den ansvarlige programleverandør og udbyder af de anvendte teletjenester og det kan oplyses, at der ikke er modtaget henvendelser fra nogen myndigheder vedrørende eventuelle ulovligheder.*

Vedlagt en kopi af det sidste program der blev sendt 9. og 10. januar 2010.

..."

I skrivelse af 3. august 2010 har stationen som svar på Nævnets yderligere høring i sagen anført følgende:

*"Hermed fremsendes vores svar på Radio- og tv-nævnets henvendelse af 2. juni 2010.*

*Indledningsvis tillader vi os at anmode nævnet om, at præcisere med hvilken dansk lovhjemmel AVMS direktivets regler om teleshopping er implementeret i dansk lovgivning i henhold til Lissabon traktaten.*

*Det er vores opfattelse at tv-programmet Cool Cash Quiz Show ikke er omfattet af bekendtgørelsen om reklamer og sponsorering, da AVMS direktivet ikke er implementeret i den danske bekendtgørelse. Efter vores opfattelse er anvendelse af tillægstakseret telefon/SMS i et tv-program ikke omfattet af bekendtgørelsen.*

*Programmet er et redaktionelt underholdningsprogram, der involverer seerne i løsning af en række quiz spørgsmål. Programformatet forudsætter viden, da seerne skal yde en præstation for at opnå en gevinst. Der reklameres ikke for produkter eller tjenesteydelser i programmet med henblik på salg, køb eller leje, da gevinsten er et pengebeløb og ikke et firmaprodukt, serviceydelse eller lignende. For at deltage aktivt i programmet og svare på løsningen skal man anvende et tillægstakseret telefonnummer eller en SMS, helt på linje med at indsende en løsning pr. brev, hvor der skal betales porto. Dette programelement er ikke omfattet af paragraf 7 i bekendtgørelsen om reklamer og sponsoring.*

*Til orientering kan det oplyses, at reglerne vedrørende Service 900 (tillægstakseret telefoni) og SMS rammeaftalen (tillægstakseret SMS) er overholdt.*

*Kort sagt: Tv-programmet Cool Cash Quiz Show overholder dansk lovgivning.*

*Lidt mere om tv-konceptet:*

*Cool Cash Quiz Show er et underholdningsprogram. Quizprogrammet belønner et kvikt hoved der vil underholdes med ordspil, tal og gåder samt besidder visuelle færdigheder og almen viden. Programmerne indeholder forskellige typer af quizzer f.eks.: "Læg tallene sammen", "Tæl hvad du*

ser", "Tændstik leg", "Find forskelle i billeder", "MasterMind", "Gåder", "Bogstavleg".

Alle opgaver i tv-programmerne har en tilpas sværhedsgrad, da der ikke anvendes spørgsmål på niveau med f.eks.: Hvad hedder hovedstaden i Danmark? Man kan altså ikke opnå en gevinst ved en ren tilfældighed, men skal som seer yde en præstation.

For at deltage skal man ringe eller sende en SMS til et nummer som bliver vist på tv-skærmen. Den deltager der har det rigtige svar og kommer igennem til studiet, vinder en præmie. Det koster 4 kr. plus almindelig trafik takst, at ringe til programmet. Det koster 12 kr. plus almindelig trafik takst, at sende en SMS.

For at deltage i programmet skal man ringe på det tidspunkt hvor opkaldet forbindes direkte til studiet. Studiedeltagere findes mellem de seere, som ringer ind. I løbet af et program er der mange opkald, som bliver forbundet til studiet.

#### Økonomi:

Betalingen for anvendelsen af de tillægstakserede telefonnumre og SMS'er administreres af teleselskaberne. Der er i perioden 4. september 2009 til 10. januar 2010 blevet sendt 9 Cool Cash Quiz Showprogrammer. Programmerne har haft en varighed på mellem 60 og 180 minutter.

Tv-stationen har opnået en andel af netto indtægterne på telefoni og sms. Det kan oplyses at indtægterne har været lavere end omkostningerne til produktionen af Cool Cash Quiz Show.

#### Sandsynligheden:

Sandsynligheden for at opnå en præmie når seeren kommer igennem til studiet afhænger af antallet af deltagere på det givne tidspunkt og antallet af præmier pr program, samt seerens præstation i forhold til at svare rigtigt på den givne opgave.

Da quizzen ikke er baseret på tilfældigheder, men seerens viden, kan der ikke beregnes en sandsynlighed for at få en præmie.

Sandsynligheden for at der er mindst en vinder pr. program er 100 %, da dette er et krav i rammeaftalen for tillægstakserede Sms'er.

(...)

Endeligt har stationen i skrivelse af 25. oktober 2010 anført følgende:

*"I forlængelse af vores skrivelse af 3. august 2010, er det vores opfattelse, at Cool Cash Quiz Show konceptet ikke er omfattet af domstolens dom: sag C-L95/06.*

*1. Konceptet er ikke omfattet af bekendtgørelsens § 7 Stk. 3, da konceptet iht. til dansk lovgivning ikke er defineret som teleshopping.*

*2. Cool Cash Quiz Show konceptet indeholder ikke konkurrencer. Vi skal gøre opmærksom på, at f.eks. Rameaftalen for mobile indholds- og betalingstjenester ikke tillader indhold af "Spil, præmiekonkurrencer o.l. i strid med gældende lovgivning" (pkt. 7.1 Indhold af tillægstakserede tjenester). "Udformningen af de spørgsmål, der stilles deltagerne", er netop af en sådan karakter at konceptet ikke er en konkurrence, der bygger på tilfældigheder, men en videns baseret quiz.*

*3. Der reklameres ikke for produkter eller tjenesteydelser i programmet med henblik på salg, køb eller leje. Gevinsten er et pengebeløb og ikke et firmaprodukt, serviceydelse eller lignende. Vi skal herudover tillade os at gøre nævnet opmærksom på, at Danmarks indsamlingen på DR, 29. januar 2010 ville overtræde domstolens dom og dansk lovgivning på flere punkter, hvis Radio- og TV-nævnet vælger en snæver tolkning af domstolens dom og dansk lovgivning.*

(...)

### **Radio- og tv-nævnets vurdering**

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lov 1360 af 8. december 2010, på sit møde den 31. oktober 2011 behandlet sagen, og skal udtale:

Benny Engelbrecht har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om overtrædelse af reglerne om placering og omfang af reklamer i programmet "Cool Cash Quiz Show" sendt i januar 2010 på Kanal København.

Klager anfører blandt andet, at "Cool Cash Quiz Show" fungerer som en reklame for egne produkter, der sælges under udsendelsen og dermed overtræder reglerne om placering og omfang af reklamer i tv.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at sagen afgøres efter de på udsendelsestidspunktet gældende regler, jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009 om lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, som

senere ændret ved lov nr. 1269 af 16. december 2009, og bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

I henhold til § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 3, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, skal reklamer kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer. Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som placeres mellem programmerne, jf. radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, samt reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1.

Det fremgår af lovens § 75, stk. 1, samt reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, at reklamer højst må udgøre 15 pct. af den enkelte tilladelsehavers eller registreret programvirksomheds daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time. Reglerne er senere ændret, således at den daglige grænse på 15 pct. er udgået.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, må reklamer i fjernsyn i form af direkte tilbud til seerne med henblik på salg, køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser sammenlagt ikke overstige en time pr. dag og skal være indeholdt i den i stk. 1 anførte sendetid. Reglen er senere ændret, således at den daglige grænse på højst en time sammenlagt for reklamer af denne form er udgået.

Det påklagede program indeholder et quizshow, hvor seerne mod betaling af et gebyr, der lægges oveni den almindelige takst pr. opkald eller SMS, kan ringe ind eller sende en SMS for at deltage i et quizspil. Den seer, der kommer igennem til studiet og giver et korrekt svar, kan vinde en penge-sum. Gebyrerne opkræves af teleudbyderen i forbindelse med telefonregningen.

Spørgsmålet er herefter, om indholdet af det foreliggende program kan vurderes som reklamer i fjernsyn i form af direkte tilbud til seeren med henblik på salg, køb eller leje af produkter eller tjenesteydelser (teleshopping), og om programmet dermed indebærer overtrædelser af ovennævnte regler om reklamers identifikation, placering og omfang.

I "Cool Cash Quiz Show" tilbydes seerne muligheden for at deltage i quizspillet mod betaling af et gebyr. Ved at ringe ind eller sende en SMS accepterer seeren således et tilbud om deltagelse i spillet i håbet om at vinde præmiesummen.

Efter Radio- og tv-nævnets vurdering taler dette for, at tv-stationen i det påklagede program udbyder et tilbud til seerne med henblik på salg af en tjenesteydelse, dvs. muligheden for deltagelse i spillet og vinde en præ-

mie. Betalingen for anvendelsen af de tillægstakserede telefonnumre opkræves umiddelbart af teleselskaberne. Der kræves således ikke yderligere skridt af seeren for at indgå aftalen om deltagelsen i spillet end telefonopkaldet eller afsendelsen af en SMS. Der foreligger dermed et direkte tilbud til seeren.

Efter Nævnets opfattelse bør imidlertid ikke alle udsendelser, hvori der indgår opfordringer om at ringe eller skrive til overtakserede telefonnumre for at deltage i en quiz og lignende, anses som teleshopping.

Spørgsmålet, om en udsendelse eller del af en udsendelse som den foreliggende bør betragtes som teleshopping, skal efter Nævnets vurdering bedømmes under hensyntagen til udsendelsens samlede karakter og formål.

Herved skal der navnlig lægges vægt på følgende elementer: Udsendelsens overordnede formål, den tidsmæssige vægt af telefonquizen m.v. i forhold til udsendelsens samlede længde, de forventede økonomiske resultater heraf i forhold til de forventede resultater af udsendelsen i sin helhed samt udformningen af de spørgsmål, der stilles til deltagerne.

Det er derfor afgørende, hvilket hovedformål den samlede udsendelse har.

”Cool Cash Quiz Show” indeholder ikke andre underholdende eller oplysende elementer end telefonquizen. Programmet består således ud over det stillede spørgsmål og de visuelle oplysninger om betingelserne for deltagelse m.v. kun af værtens fortløbende bemærkninger til spørgsmålet og de forholdsvis få opkald, der går igennem til studiet.

Efter Radio- og tv-nævnets vurdering udgør telefonquizen og det dermed forbundne tilbud om at deltage mod betaling af de oplyste gebyrer således hovedformålet med udsendelsen.

Telefonquizen er også tidsmæssig set i forhold til udsendelsens samlede længde det helt overvejende, eller snarere eneste element i udsendelsen.

Herudover skal der som ovenfor anført lægges vægt på de forventede økonomiske resultater af telefonquizen i forhold til de forventede resultater af udsendelsen i sin helhed.

Kanal København har i høringsvaret oplyst, at tv-stationen har opnået en andel af nettoindtægterne på telefoni og SMS i forbindelse med programmet, samt at disse indtægter har været lavere end omkostningerne til produktionen til programmet.



Stationen har således forventet økonomiske resultater fra det tillægstakserede quizspil, idet det har været forudsat, at der gennem opkaldene genereres indtægter i et vist omfang. Eftersom det ikke er oplyst, at der er opnået andre indtægter gennem programmet, lægger Nævnet til grund, at disse indtægter må tillægges betydning i forhold til de forventede resultater af udsendelsen i sin helhed. Nævnet vurderer ikke, at det i denne sammenhæng er afgørende, hvorvidt der er opnået et regnskabsmæssigt overskud.

Angående elementet, der vedrører spørgsmålenes udformning, skal Nævnet bemærke følgende:

Det i programmet stillede spørgsmål indeholder ikke i sin ordlyd et reklamebudskab i relation til en vare eller tjenesteydelse.

Kanal København har i høringsvaret endvidere anført, at quizzen i "Cool Cash Quiz Show" ikke er baseret på tilfældigheder, men på seerens viden. På den anden side har stationen oplyst, at sandsynligheden for, at en seer opnår en præmie blandt andet afhænger af, om seeren kommer igennem til studiet, og at seeren herfor skal ringe på det tidspunkt, hvor opkaldet forbindes direkte til studiet.

Efter Nævnets vurdering indgår der dermed også et vist element af tilfældighed i udvælgelsen af vinderen i det foreliggende programkoncept.

Det stillede spørgsmål kan stilles op som et regnestykke. Det i programets slutning af værten viste rigtige svar er imidlertid ikke det tal, som en ren sammentælling af de i spørgsmålet oplyste tal giver. Spørgsmålet er således ikke entydigt, og det er ikke åbenbart, hvilke faktorer og forudsætninger der skal medregnes for at nå frem til det viste svar. Nævnet vurderer derfor, at det stillede spørgsmål som udgangspunkt kan anses som vidensbaseret, men at der er indeholdt et ikke uvæsentligt element af gætterier og dermed af tilfældighed for at finde det rigtige svar. Dette er efter Nævnets vurdering egnet til at trække quizzen i langdrag. Herfor taler også, at ingen af de seere, der ringer ind, kan give det rigtige svar.

Endvidere bliver der igennem hele udsendelsen kun stillet ét spørgsmål. Efter Nævnets vurdering er det derfor tvivlsomt, hvorvidt programmet samlet set har karakter af et underholdningsprogram.

Nævnet er derfor af den opfattelse, at quizspørgsmålet kan anses som stillet med det overordnede formål at fremme afsætningen af den tjenesteydelse, der ligger i den tillægstakserede opringning eller SMS.

Yderligere bliver vilkårene for konkurrencen i programmets sidste halve time ændret væsentligt. Her kan alle seere, der ringer og kommer igennem til studiet, vinde 300 kroner uanset om svaret er rigtigt. Gevinsten er helt uafhængig af viden og præstation, og det afgørende er alene, om seeren stilles om til studiet.

Opfordringerne til at deltage i denne del af konkurrencen må dermed efter Nævnets vurdering anses at have til formål at fremme de overtakserede opringninger frem for at underholde seerne med en quiz, der er bygget på udfordrende spørgsmål.

Det er Nævnets vurdering, at udsendelsen efter sin samlede karakter og formål må anses at være helt overvejende baseret på det direkte tilbud til seerne, dvs. salg af den tjenesteydelse, der ligger i deltagelsen i quizspillet mod betaling af de tillægstakserede opringninger og SMS.

På denne baggrund finder Nævnet, at programmet "Cool Cash Quiz Show" er omfattet af begrebet teleshopping, der i reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 3, er defineret som reklamer i fjernsyn i form af direkte tilbud til seere med henblik på køb eller slag af en tjenesteydelse. Idet programmet har en længde på 3 timer og 30 minutter og ikke klart er identificeret som reklame, overtræder programmet reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang, jf. § 72, § 73, stk. 1, og § 75, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed og reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1, og stk. 2, § 4, stk. 1, samt § 7, stk. 1, og stk. 3.

Radio- og tv-nævnet henviser i denne forbindelse til EU-domstolens dom 2007/C 315/24 af 18. oktober 2007, om fortolkningen af begrebet teleshopping i henhold til Art. 1 f i direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 97/36/EF, angående et tv-program med quizspørgsmål og overtakserede opkald. Domstolen anvendte blandt andet de af Nævnet ovenfor gennemgåede elementer ved vurderingen af, hvorvidt en udsendelse eller en del af en udsendelse, hvori der tilbydes seerne deltagelse i præmiekonkurrencer mod direkte opkald til overtakserede telefonnumre, er omfattet af definitionen på teleshopping.

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

#### **AFGØRELSE:**

Udsendelsen "Cool Cash Quiz Show" sendt på Kanal København den 9. og 10. januar 2010, indeholder overtrædelser af reglerne om reklamers identifikation, placering og omfang, jf. § 72, § 73, stk. 1, og § 75, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26.

august 2009, som senere ændret ved lov nr. 1269 af 16. december 2009, og § 3, stk. 1, og stk. 2, § 4, stk. 1, samt § 7, stk. 1, og stk. 3, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig  
formand

/ Ulrike Clade Christensen  
nævnsekretær

Kopi sendt til:  
Klager Benny Engelbrecht