

RADIO- OG TV-NÆVNET

TvDanmark 2
Ved/advokat Jan Christiansen
Banegårdspladsen 1, 8
1570 København V

TvDanmark Kanal 60 A/S
Mileparken 20 A
2740 Skovlunde

København den 3. april 2001

På baggrund af en række artikler i dagspressen om overtrædelser af radio- og fjernsynsloven i Big Brother-udsendelserne har Radio- og tv-nævnet gennemgået udsendelserækken stikprøvevis og anmodet TvDanmark 2 om en redegørelse.

TvDanmark 2 har oplyst, at programnavnene Big Brother er forskellige fra dag til dag, og nævner bl.a. følgende: Big Brother Udfordringen, Big Brother Ugen, Big Brother, Big Brother Ekstra, Big Brother Weekend, Big Brother – Før afstemningen, Big Brother Update, Big Brother Live, Big Brother Talkshowet, Big Brother – Uden filter.

Ifølge TvDanmark 2 har programmerne hvert sit faste indhold og format. Programmerne starter hver for sig på sædvanlig måde med intro og afmeldes ligeledes hver for sig. Programmerne benytter endvidere forskellige værter, og nogle af programmerne har ingen værter, ligesom nogle af programmerne er studiebaserede. Der er således tale om helt forskellige programmer, og der er derfor ikke sket en overtrædelse af reglerne i radio- og fjernsynsloven.

For så vidt angår de artikler i dagbladet BT, ifølge hvilke et vinfirma har leveret nogle flasker vodka til det produktionsselskab, som producerer Big Brother-programmerne for TvDanmark 2, oplyses det, at TvDanmark 2 var helt ubekendt med den foretagne levering og derfor har meddelt produktionsselskabet, at der ikke må ydes tilskud af den pågældende art. TvDanmark 2 har sørget for, at det pågældende firma har modtaget betaling for de 12 flasker vodka, som blev leveret, kr. 1.794, hvoraf tre flasker har været benyttet i programmet, svarende til en pris på ca. 450 kr.

TvDanmark 2 har indgået aftale med Metronome A/S om produktionen af Big Brother programmerne. Metronome har, som det er sædvanligt for produktionsselskaber, i videst muligt omfang lånt eller fået leveringer fra leverandører til nedsatte priser eller i en række tilfælde uden betaling. TvDanmark 2 har vedlagt en liste over de firmaer, der som samarbejdspartnere har leveret effekter, der for de flestes vedkommende har været brugt i programmerne. TvDanmark 2 er af den

RADIO- OG TV-NÆVNET

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

opfattelse, at det for den overvejende dels vedkommende ikke vil være muligt at identificere produkterne til de anførte firmaer.

Endvidere har TvDanmark 2 vedlagt en krediteringsliste med navne på de firmaer, som har ydet produkter af væsentligt omfang. Det oplyses, at tv-stationen – i lighed med de øvrige danske tv-kanaler – har fortolket bestemmelsen om tilskud til programmerne således, at der skal være tale om et ikke uvæsentligt tilskud til programmerne i forhold til disses produktionspris. Det understreges, at det for tv-stationen er meget vanskeligt at konstatere, om en rabat er ydet som led i en almindelig forhandling om rabatter, eller om leverandører ved ydelsen af rabatten har ydet denne, fordi der er tale om leverance til en tv-station, og at det i så tilfælde skal betragtes som et tilskud.

TvDanmark 2 har endelig oplyst, at med premiereprogrammer og genudsendelser ca. 10 gange dagligt vil programmerne blive udsendt ca. 1.000 gange i løbet af de 100 dage programserien varer. Såfremt bestemmelserne om tilskud til programmer skal fortolkes således, at samtlige firmaer skal nævnes med navn eller logo, uanset størrelsen af det ydede tilskud, vil sponsorkrediteringen udgøre en betydelig del af programmerne og forlænge disse på en for både seere og sponsorer uhensigtsmæssig måde. En sådan fortolkning vil også efter TvDanmark 2's opfattelse være i strid med det formål, der er med bestemmelserne.

Nævnet har behandlet sagen på sit møde den 2. april 2001 og truffet følgende afgørelse:

1. Reklameafbrydelserne

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, må reklamer i fjernsyn kun udsendes i blokke, der skal placeres mellem udsendelserne. Det betyder, at udsendelserne ikke må afbrydes af reklamer.

Der findes ikke klare regler for, hvorledes begrebet en ”udsendelse” skal defineres. Dette fremgår af kulturministerens besvarelse af Kulturudvalgets spørgsmål 135, alm. del – bilag 451, Folketingets samling 1999/2000, om TV 2's opdeling af udsendelser vedrørende cykelløbet Tour de France's 12. etape, som var opdelt i 5 programmer udsendt efter hinanden og alene med reklameblokke mellem udsendelserne. Det fremgår af ministerens svar: ”at det hverken i radio- og fjernsynsloven eller i dens forarbejder er defineret, hvad der skal forstås ved en udsendelse. Udgangspunktet er derfor, at det er en tv-stations ansvarlige leder, der står for programlægningen og dermed også for hvilke udsendelser, der skal indgå i tv-programmet. Af programoversigterne vil det fremgå, hvilke udsendelser der udsendes, og disse må som bekendt ikke afbrydes af reklameblokke.”

Radio- og tv-nævnet må selvsagt lægge denne fortolkning til grund for sin administration af reglerne og har således intet grundlag for at kritisere TvDanmark 2 i denne henseende. Lovens krav om at reklamer skal placeres i blokke mellem ud-

sendelserne bliver imidlertid noget indholdsløst, dersom udsendelserne kan opdeles i ganske små elementer, og Nævnet agter derfor at anmode ministeren om at overveje en ændring af retsgrundlaget.

2. Sponsorbegrebet

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 24 forstås ved sponsorering enhver ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af radio- eller fjernsynsprogrammer fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- eller fjernsynsprogrammer med henblik på at fremme den pågældendes navn, mærke (logo), image, aktiviteter eller produkter.

Det følger af bestemmelsen, at samtlige leverandører af varer, der ikke er betalt markedspris for, er sponsorer. Der har imidlertid dannet sig den praksis inden for tv-produktion, at virksomheder, der stiller mindre ydelser til rådighed for eller yder en mindre rabat til tv-stationerne, ikke anses for sådanne, uanset at der ikke er betalt markedspris for varerne. Nævnet har ikke indvendinger mod denne praksis, så længe en ydelse kan karakteriseres som helt uvæsentlig i forhold til den pågældende vares eller tjenesteydelses beskaffenhed. Det er i den forbindelse af afgørende betydning, at varen ikke eksponeres i udsendelsen, således at der foregår skjult reklame for varen.

3. Krediteringer

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 25 skal et sponsoreret program klart kunne identificeres ved, at sponsors navn eller mærke (logo), eventuelt begge dele, er angivet ved programmets begyndelse eller slutning, eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet. TvDanmark 2 har valgt at kreditere sponsorer i to omgange afbrudt af en liste over programmets medarbejdere og oplysning om produktionsselskab. Dette er efter Nævnets opfattelse en overtrædelse af § 25. TvDanmark 2 skal foretage sponsorkrediteringerne samlet og efter ”medarbejderkrediteringen”.

4. Skjult reklame

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 1, skal reklamer klart kunne identificeres som sådanne. I de udsendelser af Big Brother, som Radio- og tv-nævnet har haft lejlighed til at gøre sig bekendt med, eksponeres en række varer og tjenesteydelser. Eksempelvis eksponeres Coca Cola kraftigt, der vises et stort logo for Radio Voice, ligesom Canal Digital-boksen bliver anbefalet med nøje beskrivelse af pris m.v. Nævnet erkender, at det kan være vanskeligt helt at undgå eksponering af kendte varemærker og forretningsnavne i udsendelser af den omhandlede beskaffenhed, men henstiller, at dette sker i mindst muligt omfang.

5. Alkoholreklame

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 28 må programmer ikke sponsoreres af fysiske eller juridiske personer, hvis hovedvirksomhed er at producere eller sælge drikke-

varer med et alkoholindhold på 2,8 pct. vol. eller derover. Denne bestemmelse er overtrådt, derved at et vinfirma stillede 12 flasker vodka vederlagsfrit til rådighed. Dette gælder, uanset at der senere blev betalt for vodkaen. Radio- og tv-nævnet pålægger TvDanmark 2 at sørge for, at fremtidige udsendelser ikke sponsoreres af de nævnte virksomheder.

Radio- og tv-nævnet vil fortsat følge Big Brother-udsendelserne. Nævnet agter at gribe ind i tilfælde af gentagne eller grove overtrædelser af radio- og fjernsynsloven.

Mogens Kockvedgaard
formand

Jette Fievé
nævnssekretær