

TV 2/DANMARK A/S
Rugårdsvej 25
5100 Odense C

København den 21. juni 2004

Udsendelsesrækken "Shopping" vist på TV 2

Foranlediget af omtale i pressen besluttede Radio- og tv-nævnet i henhold til § 78, stk. 2, i lov nr. 1052 af 17. december 2002 om radio- og fjernsynsvirksomhed, at tage en sag op om eventuel overtrædelse af sponsorreglerne eller skjult reklame i udsendelsesrækken "Shopping". Nævnet anmodede derfor TV 2/DANMARK A/S om en udtalelse i sagen. Efterfølgende har Radio- og tv-nævnet den 9. juni 2004 modtaget en klage over "Shopping" fra Bo Torp Pedersen på vegne af KLF, Kirke & Medier.

Bo Torp Pedersen anfører bl.a., at seerne ikke kan være tjent med, at det ikke klart bekendtgøres, at serien på otte programmer med titlen "Shopping" er finansieret af butikscetret Fields for Nordisk Film og TV 2/DANMARK.

Endvidere anfører Bo Torp Pedersen, at forbrugere ikke kan være tjent med, at TV 2/DANMARK på denne måde eksponerer et bestemt firma, mens andre firmaer må betale markedsprisen for tv-reklamer og -sponsorater.

Klagen har ikke været forelagt TV 2/DANMARK A/S.

Radio- og tv-nævnet har modtaget videobånd med de to første afsnit af udsendelsesrække. Afsnittene er udsendt henholdsvis den 1. og den 8. juni 2004. Nævnets afgørelse for så vidt angår konkret stillingtagen til indholdet af enkelte udsendelser, er truffet på grundlag af disse to afsnit.

Udsendelserne er et led i en række på otte planlagte tv-programmer om indkøbscentret "Fields". Hver udsendelse har en varighed af ca. 25 minutter. I udsendelserne vises forskellige episoder fra centret. I de to første afsnit er direktøren for centret en central person, men også andre ansatte og en enkelt chef for en forretning optræder flere gange i programmerne. I det første afsnit vises dagen før åbningen af "Fields" og i andet afsnit selve åbningsdagen. Der er ikke i rulleteksterne nogen kreditering af sponsorer.

MEDIESEKRETARIATET

VOGNMAGERGADE 10, 1.
1120 KØBENHAVN K
TELEFON 33 18 68 68
FAX 33 18 68 69
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

CVR nr. 11 88 46 52

TV 2/DANMARK A/S har i brev af 9. juni 2004 oplyst, at TV 2/DANMARK A/S har erhvervet tv-visningsrettighederne til otte tv-programmer "Shopping", der følger opbygningen af og dagligdagen i Field's. Programmerne er produceret af Nordisk Film A/S. TV 2/DANMARK A/S oplyser, at man på sædvanlige vilkår og til markedspris har erhvervet rettighederne til produktionen frem til maj 2007, og at produktionen i øvrigt er finansieret ved, at Steen & Strøm A/S har erhvervet rettighederne til råmaterialet samt til tv-programmerne til brug for intern udsendelse, personaletræning, business til business-information samt interne videopræsentationer.

TV 2/DANMARK A/S oplyser i den forbindelse, at Nordisk Film A/S rettede henvendelse til stationen og forespurgte, om man var interesseret i en række udsendelser, der fulgte opbygningen, etableringen og opstarten af Field's. Det blev oplyst, at Nordisk Film A/S skulle dokumentere opbygningen og igangsætningen af centret for Steen & Strøm Danmark A/S, der har udviklet og ejer Field's. Eftersom man var bekendt med, at der mellem Nordisk Film A/S og Steen & Strøm A/S eksisterede en aftale om køb af rettigheder til optagelserne, betingede TV 2/DANMARK A/S sig det fulde redaktionelle ansvar for tv-produktionens indhold, og at Steen & Strøm A/S på ingen måde måtte få indflydelse på tv-produktionens indhold. Den redaktionelle proces er beskrevet ved et notat fra Henning Møller, der var TV 2/DANMARK A/S' redaktør for produktionen.

Efter TV 2/DANMARK A/S' opfattelse er Steen & Strøm A/S ikke sponsor for produktionen, hvorfor selskabet ikke er krediteret som sådan i rulleteksterne

TV 2/DANMARK A/S oplyser, at man på baggrund af den offentlige omtale af finansieringsformen har været i kontrakt med marketingdirektør Claus Tüchsen fra Steen & Strøm A/S, der oplyser, at Steen & Strøm A/S først har fået kendskab til programmernes indhold efter at disse var færdigklippede og godkendt af TV 2/DANMARK A/S. I forbindelse med forberedelse af programmerne er han dog af Nordisk Film A/S blevet bedt om en bruttoliste på interessante tv-egnede personer, og denne liste har tjent som inspiration for programseriens tilrettelæggere, der suppleret med egen research har valgt de egnede kandidater med TV 2/DANMARK A/S' godkendelse. Claus Tüchsen har ikke derudover været i kontakt med Nordisk Film A/S om andet end logistiske oplysninger.

TV 2/DANMARK A/S oplyser endvidere, at man fandt program-ideen interessant, idet der er tale om en dokumentarserie (hverdagsdokumentar), som af programafdelingen blev vurderet til at kunne give seerne en række relevante oplevelser og visuelle informationer om tilblivelsen og etableringen af et af Nordens største indkøbscentre, herunder en registrering af uplanlagte hændelser.

Endelig oplyser TV 2/DANMARK A/S, at som i tilsvarende produktioner, hvor seerne gives et indblik i "livet i kulissen" på en arbejdsplads, optræder arbejdspladsen i produktionen, men hverken Field's eller de i Field's liggende forretninger omtales ud over, hvad der er redaktionelt begrundet for at beskrive processen med etablering og opstart af Field's.

Henning Møller har som programansvarlig for tilblivelsen af programserien ”Shopping” i udtalelse af 7. juni 2004 oplyst, at den redaktionelle proces i forberedelsen af ”Shopping” har været helt tilsvarende de danske produktioner, han tidligere har haft ansvaret for: Efter fastlæggelse af plot indledes der med en personcasting, der har til formål at sikre et persongalleri, hvis sorger og glæder seerne kan engagere sig i og identificere sig med. I det aktuelle tilfælde blev Henning Møller præsenteret for en halv snes hovedpersoner, hvor 5-6 blev udvalgt – under optagelserne er andre stødt til. Under optagelserne har Henning Møller deltaget i 5-6 redaktionsmøder med gennemgang af mulige begivenheder, som var egnede til at indgå i serien, idet begivenhederne udelukkende er valgt efter deres relevans i programseriens overordnede fortælling.

Nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44 a, nr. 1, i lov nr. 1052 af 17. december 2002 om radio- og fjernsynsvirksomhed, som ændret ved lov nr. 439 af 10. juni 2003 samt § 32, stk. 1, og § 34, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsoring i radio og fjernsyn behandlet sagen på sit møde den 16. juni 2004, og skal herefter **udtale:**

Ifølge radio- og fjernsynslovens § 38 a kan kulturministeren meddele tilladelse til, at TV 2/DANMARK A/S udøver public service-programvirksomhed. Kulturministeren har udstedt en tilladelse til TV 2/DANMARK A/S til udøvelse af public service-programvirksomhed den 17. december 2003. I tilladelsen er der under pkt. 2.1 stillet generelle krav til programvirksomheden, der svarer til ordlyden af lovens § 10. Der stilles bl.a. krav om, at stationen ved programlægningen skal lægge afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden, og ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed.

Efter Nævnets opfattelse vil man i relation til enkelte udsendelser eller udsendelsesrækker kunne tage stilling til, hvorvidt stationen opfylder kravet om saglighed, hvorimod kravet om upartiskhed vil skulle bedømmes samlet over en længere periode.

Det er endvidere Nævnets opfattelse, at ”Shopping” kan karakteriseres som informationsformidling. Der er tale om udsendelser fra et eksisterende indkøbscenter med deltagelse af ansatte i centret, eksempelvis direktør, sikkerhedschef, arrangementschef etc., og selvom de deltagende er udvalgt som særligt ”tv-egnede” og der er fastlagt plot og redigeret i ”virkeligheden”, fremstår udsendelserne for seerne som information om centret. TV 2/DANMARK A/S anfører tillige i høringssvaret, at der er tale om en dokumentarserie (hverdagsdokumentar), som blev vurderet til at kunne give seerne en række relevante oplevelser og visuelle informationer om tilblivelse og etablering af et af Nordens største indkøbscentre.

De scener, der vises fra Field's, indeholder varierede aspekter fra dagligdagen, hvor ikke kun succes'er, men også uheld og problemer med at løse opgaver vises, hvorfor der efter Radio- og tv-nævnets opfattelse ikke er tale om en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens § 10 og vilkåret i TV 2/DANMARK A/S' tilladelse om saglighed i informationsvirksomheden.

Det forhold, at udsendelsesrækken blev tilbudt TV 2/DANMARK A/S samtidig med at der forelå en aftale mellem Nordisk Film A/S og Field's ejere om dokumentation af opbygningen, etableringen og åbningen af Field's, medfører, at TV 2/DANMARK A/S bør være særlig opmærksom på, om udsendelserne indeholder skjult reklame for Field's. Denne opmærksomhed ville også gælde for så vidt angår overtrædelse af reglerne om sponsorering, hvis udsendelsesrækken "Shopping" har sponsorer. Der består således for TV 2/DANMARK A/S en pligt til "skærpet opmærksomhed". Det er i den forbindelse af betydning, at tv-visningsrettighederne, som oplyst af TV 2/DANMARK A/S, blev erhvervet på sædvanlige vilkår og til markedspris, således at aftalen mellem Steen & Strøm og Nordisk Film om dokumentation af tilblivelsen m.v. af Field's ikke medførte, at TV 2/DANMARK A/S kunne erhverve rettighederne til en lavere pris end markedsprisen.

Udsendelsesrækken "Shopping" kan sammenlignes med udsendelse af virksomhedsportrætter, der ikke i sig selv er ulovlige. Det tidligere Radio- og TV-Reklamenævn har dog udtalt, at der skal udvises særlig varsomhed med denne type programmer. Dette følger af, at selve konceptet om virksomhedsportrætter indebærer, at virksomhedens produkter, tjenesteydelser, arbejdsforhold, fremtidsplaner, geografiske placering etc. omtales indgående, bl.a. ved at virksomhedens ledelse og medarbejdere interviewes sideløbende med, at der vises billeder af virksomheden.

TV 2/DANMARK A/S har i de krav, man stillede, om at have det fulde redaktionelle ansvar for tv-produktionens indhold, og om, at Steen & Strøm A/S på ingen måde måtte få indflydelse på tv-produktionens indhold, levet op til denne forpligtelse i relation til rammerne for produktionen. Forpligtelsen består imidlertid også, som ovenfor nævnt, i relation til en særlig opmærksomhed i forhold til evt. skjult reklame og overtrædelse af sponsorreglerne i de enkelte udsendelser.

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 25 forstås der ved sponsorering af programmer enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af radio- og fjernsynsprogrammer, fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- og fjernsynsprogrammer m.v. med henblik på at fremme den pågældendes navn, mærke (logo), image, aktiviteter eller produkter.

Ved afgørelsen af, om der er tale om, at Steen & Strøm A/S har sponsoreret udsendelsesrækken, er det af betydning, at den indgåede aftale mellem Steen & Strøm A/S og Nordisk Film A/S om dokumentering af opbygningen,

etableringen og starten af Field's, førte til, at Nordisk Film A/S forespurgte TV 2/DANMARK A/S, om man var interesseret i en udsendelsesrække, hvor TV 2/DANMARK A/S – formentlig med Steen & Strøm A/S' accept – har betinget sig og, efter det oplyste, fået det fulde redaktionelle ansvar for tv-produktionens indhold, samtidig med, at Steen & Strøm A/S på ingen måde har haft indflydelse på tv-produktionens indhold.

Det er derfor vanskeligt, at skille den interesse Steen & Strøm A/S har haft i dokumentationen fra interessen i at fremme centret ved visning af udsendelsesrækken på TV 2. Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse er der derfor tale om sponsorering af udsendelserne, hvorfor Steen & Strøm bør krediteres ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder jf. reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt. Til gengæld må sponsorens navn eller logo ikke forekomme i programmet jf. § 26, stk. 1, 2. pkt., ligesom et sponsoreret program ikke må tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser, der navnlig ikke må fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

I det konkrete tilfælde er Steen & Strøm A/S sponsorer, og deres navn og logo må ikke vises i udsendelsen. Ved bedømmelse, af hvorvidt sponsors produkt er særligt fremhævet kan anvendes lignende udgangspunkt som ved en bedømmelse af, hvorvidt der forekommer skjult reklame i en udsendelse.

Ved bedømmelsen af, om der er tale om en sådan uberettiget fremhævelse, skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i den pågældende udsendelse. Det betyder, at det er afgørende, om en vare eller et varemærke fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold. Dette er efter Nævnets opfattelse ikke tilfældet i de to udsendelser, som Radio- og tv-nævnet har haft lejlighed til at bedømme, idet det dog skal understreges, at åbningen af Field's med balloner og t-shirts med centrets navn, ligger på grænsen af det tilladte.

På baggrund af ovenstående træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

”Shopping” overtræder reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt. idet Steen & Strøm A/S fejlagtigt ikke er krediteret som sponsor ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder.

H. H. Brydenscholt
formand

/Jette Fievé
nævnsssekretær