

TV Danmark
Advokat Jan Christiansen
Banegårdspladsen 1, 8.
1570 København V

København den 16. november 2004

Sponsorkreditering i forbindelse med udsendelsen "Strandvejsvillaaen"

Efter omtale i Børsen den 19. august af TV Danmarks sponsorkrediteringer i forbindelse med udsendelsen "Strandvejsvillaaen" besluttede Radio- og tv-nævnet jf. § 78, stk. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbe- kendtgørelse nr.506 af 6. juni 2004, at tage sagen op.

TV Danmark har med sit høringssvar af 13. september 2004 indsendt et videobånd med et afsnit af "Strandvejsvillaaen". Sponsorerne krediteres med følgende speak: "Strandvejsvillaaen blev produceret i samarbejde med Citibank – lån direkte på nettet og Junckers – massive trægulve". Samtidig med speaken om Citibank vises Citibanks logo samt webadresse (med mindre bogstaver i bunden af billedet) : www.citibank.dk, og samtidig med speaken om Junckers vises Junckers logo og webadresse (med mindre bogstaver i bunden af billedet): www.junckers.dk.

TV Danmark oplyser, at man meget nøje følger udviklingen i, hvordan andre tv-stationer præsenterer og afvikler deres sponsorkrediteringer, idet man er særligt opmærksom på, hvordan TV 2, TV 2 regionerne og DR foretager afviklingen. TV Danmark oplyser, at man over en periode kan konstatere, at der er sket visse ændringer. Endvidere følger TV Danmark udviklingen for programmer udsendt fra England, f.eks. TV3.

I den forbindelse henviser TV Danmark til, at sponsorreglerne hviler på samme hovedgrundlag, nemlig TV-direktivet, der fortolkes forskelligt i de øvrige EU-lande, idet England bl.a. har tilladt, at der vises web-adresse i forbindelse med et sponsorskilt, ligesom indholdet af speak fortolkes forskelligt. TV Danmark henviser til, at bestemmelsen om sponsorskilte i reklamebekendtgørelsen er i direkte overensstemmelse med EU-direktivet. Endvidere henviser TV Danmark til, at den britiske myndighed, OfCom ikke ser noget til hinder for at vise en virksomheds web-adresse.

TV Danmark oplyser endvidere, at alle større danske virksomheder har registreret et logo, der hidtil alene har indeholdt virksomhedens navn, men det kan imidlertid konstateres, at en række virksomheder tillige registrerer

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

logoer angivet som virksomhedens web-adresse. Adresserne er normalt særligt registreret som ordmærker. Det er TV Danmarks opfattelse, at i de tilfælde hvor adresserne er registreret som logoer eller ordmærker, må det efter en fortolkning af den danske bekendtgørelse være i overensstemmelse med bekendtgørelsen af bringe disse web-adresser.

TV Danmark oplyser, at man ikke foretager en selvstændig undersøgelse af de sponsorerende virksomheders logoer, hvorfor man ikke i den konkrete situation er bekendt med eventuelle registreringer. TV Danmark er dog af den opfattelse, at en web-adresse ikke kan sammenlignes med en virksomheds postadresse.

Endelig er det TV Danmarks opfattelse, at speakens tilføjelser til henholdsvis Citibank og Junckers ikke er produktangivelser, men tillige tilføjelser, der ville kunne indgå i et logo.

TV Danmark tilkendegiver, at man vil være indstillet på eventuelt at anmode virksomheder, som ønsker at deres web-adresse eller andet skal fremgå af sponsorskiltet, om at dokumentere, at det pågældende er registreret som logo eller ordmærke i Patent- og Varemærkestyrelsen.

Endelig oplyses det, at sponsorkrediteringen i "Strandvejsvillaen" er ændret.

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 34 i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn behandlet sagen på sit møde den 10. november 2004 og skal herefter **udtale**:

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt., skal sponsorerede programmer klart kunne identificeres ved, at sponsorens navn eller mærke (logo) er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Ifølge stk. 5, 1. pkt., kan i fjernsyn angivelsen af sponsorens navn finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsorens navn eller mærke (logo). Ifølge stk. 5, 3. pkt., må angivelsen ikke ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsoren eller dennes produkter m.v.

Det følger heraf, at såkaldt payoff – i såvel tale som tekst - samt angivelse af web-adresse i sponsorkrediteringer ikke er tilladt, medmindre payoff og/eller web-adressen er en del af sponsorens logo. Det afgørende vil i den forbindelse være, at sponsorens sædvanlige logo – det logo, som identificerer sponsoren – består af et payoff og/eller web-adresse.

Det forhold, at andre danske stationer evt. skulle foretage ulovlige krediteringer med payoff og/eller web-adresser – der ikke er en del af en sponsors sædvanlige logo – legitimerer ikke TV Danmarks overtrædelse af reklamebekendtgørelsens bestemmelser. Reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1, 1. pkt., svarer til TV-direktivets artikel 17, 1b. Direktivet er imidlertid et minimumsdirektiv, hvorfor de enkelte lande har mulighed for at indføre strengere bestemmelser, ligesom fortolkningen af enslydende bestemmel-

ser kan være forskellig fra land til land. Bestemmelsen i reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 5, 1. pkt., har eksempelvis ikke en tilsvarende bestemmelse i direktivet.

TV Danmark giver udtryk for den opfattelse, at det vil være lovligt at kreditere sponsorer ved angivelse af enten logo eller ordmærke.

Ifølge § 2, stk. 1, i varemærkeloven kan et varemærke bestå af alle arter tegn, der er egnet til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders, og som kan gengives grafisk, navnlig

- 1) ord og ordforbindelser, herunder slogans, personnavne, firmanavne eller navne på faste ejendomme,
- 2) bogstaver og tal,
- 3) figurer og afbildninger eller
- 4) varens form, udstyr eller emballage.

Det fremgår af note 5 i Karnov, at ordmærker er langt den hyppigste form for (registrerede) varemærker. Herved opnås eneret til ordet eller ordkombinationen som sådan. Som ordmærker kan beskyttes både fantasiord (CARLSBERG, IMEDEEN) som ord fra det sproglige almeneje (CAPPUCINO, PASSWORD), forudsat at sidstnævnte ikke er beskrivende for de pågældende varer eller tjenesteydelser. Under samme forudsætning kan de såkaldte »naturlige varemærker« - personnavne, firmanavne og navn på en fast ejendom - beskyttes.

Det følger af ordlyden i reklamebekendtgørelsen, at sponsor skal identificeres ved sit logo, eller ved sit navn. Logoet er således ofte – men ikke altid – et ordmærke. Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse skal det anvendte logo være det logo, der sædvanligvis anvendes af sponsor, og dermed identificerer denne.

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

AFGØRELSE:

TV Danmark overtræder med den hidtidige kreditering i forbindelse med "Strandvejsvillaen" reklamebekendtgørelsens § 26, stk. 1 og 5. Radio- og tv-nævnet har imidlertid bemærket, at TV Danmark har taget initiativ til at ændre krediteringen forinden Nævnets afgørelse, hvorfor Nævnet ikke foretager sig yderligere.

Christian Scherfig
formand

/Jette Fievé
nævnsssekretær