

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

RADIO- OG TV-NÆVNET

1. juli 2011

Sagsnr: 2009-021369

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over ulovlige sponsorkrediteringer i programmet "Live fra Bremen" sendt på TV 2

Klage

Jørgen Larsen har ved e-mail af 5. oktober 2009 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet med anbringende om overtrædelse af reglerne om sponsoring i udsendelsen "Live fra Bremen", sendt den 4. oktober 2009, kl. 22.50, på TV 2.

Klager har anført følgende:

" Programmet "Live fra Bremen" søndag den 4. oktober kl. 22.50 - 23.40 blev afbrudt ca. kl 23.00 midt i udsendelsen bl.a. med sponsorkreditering af Tuborg - Jeg mener at det er en omgåelse af reglerne for TV 2 som ikke må reklamere midt i selve deres udsendelser.

..."

Beskrivelse

TV 2|DANMARK A/S har som bilag til hørings svar af 16. november 2009 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med en optagelse af den påklagede udsendelse, sendt den 4. oktober, kl. 22.50-23.40, på TV 2.

Optagelserne på den indsendte cd-rom har en samlet længde på 47 minutter og 19 sekunder.

Efter en egenreklame for et kommende program vises et skærmbillede med følgende tekst:

"TV 2 NU: Live fra Bremen"

I baggrunden siger en speaker:

"Lige om lidt er der gensyn med Live fra Bremen fra i fredags."

Derefter følger en sponsorkreditering for Tuborg, som indeholder en visning af Tuborgs logo, samt Tuborg ølflasker og -dåser. Sponsorkrediteringen er animeret, og til sidst kan der under logoet læses følgende tekst:

"... gør livet lidt grønnere."

Krediteringen er underlagt følgende speak:

"Live fra Bremen præsenteres i samarbejde med Tuborg..."

Efter indledende krediteringer af de medvirkende skuespillere indikerer et skilt med teksten *"Live fra Bremen"* showets egentlige begyndelse. En speakerstemme byder velkommen:

"Mine damer og herrer, godaften og hjerteligt velkommen til Live fra Bremen."

Herefter følger selve programmet med sketch-indslag m.v., herunder en karikeret nyhedsudsendelse med titlen *"Ugen fra sidelinjen"*, som foregår live i studiet. Speakeren i dette indslag afslutter med ordene:

"Vi ses lidt senere."

Efter i alt ca. 8 minutter afslutter værten første del af udsendelsen, idet han siger:

"Godaften mine damer og herrer og endnu en gang velkommen til Live fra Bremen. Mit navn er Uffe Holm, og jeg er gæstevært i aften. Vi vender tilbage ligeså snart alt det der dansegejl er overstået med 200 km/t, så bliv hængende."

Herefter vises to afsluttende skærbilleder med følgende tekster:

"Live fra Bremen, Mere om lidt", og

"Produceret af BLU for TV 2".

Efterfølgende vises en sponsorkreditering for Tuborg, svarende til den, der vistes i programmets begyndelse.

En speakerstemme siger herefter:

"Anden del af Live fra Bremen kan du se lige om lidt."

Derefter følger en række egenreklamer for kommende programmer på TV 2. Efter en yderligere tilsvarende sponsorkreditering for Tuborg starter den anden del af "Live fra Bremen", idet de medvirkende skuespillere præsenteres svarende til begyndelsen af første del.

Anden del af udsendelsen indledes med et musikalsk indslag, hvorefter en speaker siger:

"Mine damer og herrer. Direkte fra Kongens København er det Live fra Bremen, hovedstadens hyggeligste brandfælde, bygget af den excentriske elskling, Simon Spies. Tag godt imod den uartige charmør, den første originale champ, mine Damer og herrer, Uffe Holm!"

Uffe Holm står på scenen foran publikum og byder igen velkommen:

"Godaften mine damer og herrer, er I på toppen? Så fik vi fandeme sluttet det der Vild med Dans, mand. Det var også på tide, hvad? Jeg håber så meget, at det er en kendt kvinde, der vinder det i år, fordi de sidste år har det været mænd..."

Uffe Holm lader velkomsten glide over i et par minutters stand-up show, inden de egentlige sketches begynder.

Den næste halve time præsenteres en lang række forskellige sketches, herunder to yderligere udgaver af "Ugen fra sidelinjen". Konceptet herfor svarer til udgaven vist i første del af programmet, uden at der er direkte indholdsmæssig sammenhæng eller hentydninger til første del. Som tidligere afslutter værten det første af de to indslag med ordene:

"Vi ses senere."

Det andet indslag afsluttes med følgende bemærkning:

"Det var, hvad jeg havde i denne her uge."

Efter ca. 40 minutter afslutter værten anden del af udsendelsen, idet han siger:

"Mine damer og herrer, tusinde tak for i aften: Lasse, Lars, Esben, Julie, Christina! ... Tak for i aften."

Imens bukker skuespillerne for publikum, som giver bifald. Herefter vises end-credits. Efterfølgende vises en henvisning til programproducenten BLU samt en yderligere sponsorkreditering for Tuborg.

Høring

TV 2|DANMARK A/S

TV 2|DANMARK A/S har i udtalelse af 16. november 2009 bl.a. anført følgende bemærkninger til Jørgen Larsens klage:

"(...)

Radio- og tv-nævnet har anmodet TV 2|DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende en klage fra Jørgen Larsen over en sponsorkreditering for Tuborg under genudsendelsen af "Live fra Bremen" søndag den 4. oktober 2009. Klager finder, at krediteringen er i strid med reglen om, at reklamer kun må sendes i blokke mellem programmerne. Da der imidlertid er tale om en sponsorkreditering, lægges det til grund, at klager finder denne i strid med § 80, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed ifølge hvilken, det ikke er tilladt at kreditere sponsor undervejs i et program.

"Live fra Bremen" er et sketch-show, som sendes fredag aften på TV 2. Showet sendes i to dele, idet der i pausen inden afgørelsen af "Vild med Dans" stilles om til "Live fra Bremen" kl. 21.10 i ca. 10 minutter. Efter 2. del af "Vild med Dans" er slut kl. ca. 21.45, følger 2. del af "Live fra Bremen", der varer i ca. 40 minutter. Begge dele af showet er programsat som selvstændige programmer, og der vises reklamer imellem disse og "Vild med Dans".

"Live fra Bremen" er sponsoreret af Tuborg, og der vises således sponsorkrediteringer før og efter begge dele af showet. Det samme gør sig gældende ved genudsendelsen af programmerne søndag aften, idet showet også i dette tilfælde udsendes i to dele, og således også søndag den 4. oktober 2009. Den pågældende søndag var der imidlertid ingen reklameblok imellem de to udsendelser, men der blev i stedet vist et antal trailere for TV 2's øvrige programmer. Udsendelserne søndag aften er som udgangspunkt programsat til henholdsvis kl. 22.50 - 23.00 og kl. 23.00 - 23.40.

Den første del af showet afsluttes med, at aftenens gæstevært - i dette tilfælde Uffe Holm - oplyser, at showet fortsætter efter 2. del af "Vild med Dans". Der vises herefter et skilt med logoet fra "Live fra Bremen", og nedenunder står der "Mere om lidt". Der afsluttes med et skilt med produktionselskabets logo, og herefter følger sponsorskiltet for Tuborg.

I fredagens udgave vises der som sagt herefter "Vild med Dans – Afgørelsen", og da "Vild med Dans" allerede genudsendes søndag eftermiddag, sendes de to dele af "Live fra Bremen" i umiddelbar forlængelse af hinanden ved genudsendelsen søndag aften, men stadig som to selvstændige programmer.

Anden del af showet blev fredag den 2. oktober 2009 – og dermed også den 4. oktober 2009 – indledt med, at et rockband spillede et nummer, hvorefter én af de medvirkende, Lasse Rimmer, indledte showet således: "Velkommen mine damer og herrer til Live fra Bremen, direkte fra kongens København..".

Det følger af § 4, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, at reklameblokke kan afbryde programmer, som er en direkte transmission af en forestilling eller en begivenhed med pauser for publikum. Det er således at dele sådanne programtyper op i flere dele, og dermed også tilladt at vise sponsoreksponeringer før og/eller efter de enkelte programdele.

I dette tilfælde er der som sagt tale om en pause i forestillingen på ca. 25 minutter, og opsplitningen af "Live fra Bremen" i to dele ved den oprindelige udsendelse af showet fredag aften, er således efter TV 2|DANMARK A/S' opfattelse i overensstemmelse med § 4, stk. 2.

Ved genudsendelsen af showet søndag aften har man valgt at fastholde denne opdeling, da den forekommer naturlig i forhold til, at der som nævnt er en speak- og indholdsmæssig afslutning på første program og ditto indledning til andet program. Da der således er tale om to separate programmer, vises der sponsorkrediteringer før og efter begge programmer.

Dramaturgisk set er de to dele af showet uafhængige af hinanden, og det har således ingen betydning for seernes forståelse af de indlagte sketches, om man ser begge udsendelser eller blot den ene. Det fremgår af Radio- og TV-nævnets "Retningslinier vedr. reklameafbrydelser", at dette er én af de faktorer, der lægges vægt på ved vurderingen af, om programmet lovligt kan udsendes i to dele.

Samlet set er det således TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at det pågældende indslag ikke er i strid med radio- og fjernsynslovens § 80, stk.1.

..."

TV 2 har på Radio- og tv-nævnets yderligere høring i sagen i skrivelse af 7. januar 2011 endvidere anført følgende:

Radio- og tv-nævnet har anmodet TV 2|DANMARK A/S om en yderligere udtalelse vedrørende en klage fra Jørgen Larsen over en sponsorkreditering for Tuborg under genudsendelsen af "Live fra Bremen" søndag den 4. oktober 2009.

Nævnet har i den anledning anmodet om at få oplyst, hvorvidt sloganet "...gør livet lidt grønnere" er en fast bestanddel af sponsorens navn eller logo.

Som det fremgår af det hørings svar, som Carlsberg Danmark den 4. januar 2011 har fremsendt til nævnet via mail, er "...gør livet lidt grønnere" et registreret varemærke. Det er samtidig oplyst, at sloganet bruges i den øvrige markedsføring af Grøn Tuborg, og at det er en integreret del af Tuborgs logo.

Det skal imidlertid bemærkes, at TV 2|DANMARK A/S ikke er enig i den forholdsvis snævre fortolkning af radio- og fjernsynslovens § 80, stk.1, samt § 27, stk. 1, i bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, som Radio- og TV-nævnet har lagt til grund i sin afgørelse af 1. december 2010 vedrørende en sponsorafmelding på TV Syd.

Nævnet udtaler i afgørelsen: "Idet sloganet således ikke er en del af sponsors logo, men udelukkende bruges i forbindelse med sponsorens øvrige markedsføring, er brug af sloganet i strid med ovennævnte regler, hvorefter kun angivelse af sponsors navn, logo, produkt eller tjenesteydelser er tilladt."

Det fremgår af radio- og fjernsynslovens § 80, stk.1, samt § 27, stk. 1, i bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, at sponsorerede programmer skal kunne identificeres ved, "at sponsorens navn, logo eller andet symbol, herunder en angivelse af sponsorens produkt, tjenesteydelse eller et kendemærke herfor, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder".

Af reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 5, følger det herudover, at "angivelsen af sponsorer kan finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsors navn, logo, produkt og tjenesteydelse".

Da der således ikke er fuldstændigt sammenfald mellem de to formuleringer, må det lægges til grund, at sidstnævnte udelukkende regulerer hvilke dele af sponsorafmeldingen, der må animeres. Dette understøttes af det faktum, at der indtil ændringen af bekendtgørelsen pr. 1. januar 2000, stod "[sponsors] navn, mærke (logo)" i både § 25, stk. 1 (nu § 27, stk. 1) og § 25, stk. 3 (nu § 27, stk. 5).

Når man ved ændringen af bekendtgørelsen pr. 1. januar 2000 valgte at differentiere mellem identifikationsmulighederne efter den daværende § 25, stk. 1, og § 27, stk. 3, må det klart antages at være tilsigtet, at der fremover skulle sondres mellem selve angivelsen af sponsor og den del af afmeldingen, som må bestå af bevægelige billeder.

For så vidt angår selve angivelsen af, hvem der er sponsor af programmet, er det som nævnt ikke blot sponsors navn, logo, produkt eller tjenesteydelse, der må angives, men ligeledes "logo eller andet symbol" samt "tjenesteydelse eller et kendemærke herfor".

Det må på denne baggrund lægges til grund, at hensigten med bestemmelsen har været at anlægge en forholdsvis bred definition af, hvorledes identifikationen af sponsor kan finde sted. Hvis lovgiver derimod havde haft til hensigt at begrænse identifikationsmulighederne til sponsors navn, logo (i form af et registreret varemærke), produkt eller tjenesteydelse, savner det mening, at man har valgt at tilføje de førnævnte kategorier til § 27, stk. 1.

Bestemmelsen bør efter TV 2|DANMARK A/S' opfattelse fortolkes på linje med definitionen af "forretningskendetegn" i markedsføringslovens § 18, hvilket betyder, at den ikke alene omfatter forretningskendetegn, der nyder beskyttelse efter særlovgivningen, men tillige omfatter alle forretningskendetegn, der af publikum eller konkurrenter opfattes som synonymt med vedkommende virksomhed.

Afslutningsvist skal det bemærkes, at et givent slogan sjældent kan stå alene – det vil som udgangspunkt altid blive nævnt og vist i forbindelse med navnet eller logoet på firmaet eller dets produkt. Sammensætningen af navn/logo og slogan vil således ofte være det kendetegn, som forbrugere forbinder med firmaet eller produktet.

Fremfor at lægge vægt på, hvorvidt sloganet er varemærkerregistreret, og om det er en integreret del af firmaets logo, bør det i stedet være afgørende, hvorvidt brugen af sloganet er en fast bestanddel af sponsors generelle markedsføring.

Samlet set er det således TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at visningen af sloganet "...gør livet lidt grønnere" i forbindelse med sponsorafmeldingen før og efter "Live fra Bremen" er i overensstemmelse med radio- og fjernsynslovens § 80, stk.1, samt § 27, stk. 1, i bekendtgørelse om reklame og sponsorering, idet sloganet er en fast bestanddel af Tuborgs generelle markedsføring og identifikation."

Carlsberg Danmark A/S

Carlsberg Danmark har ved e-mail af 4. januar 2011 indsendt bl.a. følgende bemærkninger:

"Det gøres gældende, at den pågældende sponsorkreditering efter Tuborgs opfattelse ikke er i strid med reglerne om sponsorkrediteringer i reklamebekendtgørelsen.

(...)

Indledningsvist kan det oplyses, at "Tuborg" og "Gør livet lidt grønnere" begge er registrerede varemærker. "Tuborg" blev registreret den 28. maj 1927 under varemærkenr. VR 1928 00521 og "Gør livet lidt grønnere" blev registreret den 16. januar 1987 under varemærkenr. VR 1987 00308.

(...)

"Gør livet lidt grønnere" er en integreret del af Tuborgs logo, hvorfor det efter reklamebekendtgørelsen bør være tilladt i en sponsorkreditering. Sloganet har været anvendt i Tuborgs markedsføringsmateriale siden det i 1987 blev registreret som varemærke. Således fremgår sloganet på alle Tuborg øl øverst på dåse. "Gør livet lidt grønnere" fremgår endvidere i alle reklamefilm som Tuborg producerer, hvor sloganet altid fremgår som den sidste sætning i filmen. Endvidere indgår "Gør livet lidt grønnere" i alle reklamespots for Tuborg i radioen.

På baggrund af ovenstående er det således min klare opfattelse, at "Gør livet lidt grønnere" er en reel og integreret del af Tuborgs logo, hvorfor den pågældende sponsorafmelding i Live fra Bremen er fuldt ud i overensstemmelse med lovgivningen.

..."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010, som ændret ved lov nr. 1360 af 8. december 2010, på sit møde den 21. juni 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Jørgen Larsen har den 4. oktober 2009 klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om en ulovlig afbrydelse af programmet "Live fra Bremen",

vist den 4. oktober 2009 kl. 22:50-23:40 på TV 2, hvori der bl.a. vistes sponsorkrediteringer for Tuborg.

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 radio- og fjernsynsvirksomhed og bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Det fremgår af § 80, stk. 1, jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009 om radio- og fjernsynsvirksomhed og § 27, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, at sponsorerede programmer klart skal kunne identificeres ved, at sponsorens navn, mærke (logo), produkt eller tjenesteydelse, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet.

I henhold til lovens § 73, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, må reklamer kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne. Det fremgår af begge bestemmelsers stk. 2, at reklameblokke dog kan afbryde sportsprogrammer, hvor der forekommer pauser, eller programmer, som er en direkte eller forskudt transmission af en forestilling eller en begivenhed med pauser for publikum. Placering af sådanne reklameblokke skal ske under hensyn til programmets naturlige pauser, varighed og karakter og på en sådan måde, at hverken programmets integritet og værdi eller indehaverens rettigheder krænkes.

1. Opdelingen af programmet "Live fra Bremen"

Der vil i det følgende blive taget stilling til, hvorvidt indsættelsen af sponsorkrediteringer mellem de to dele af "Live fra Bremen", sendt den 4. oktober 2004, er lovlige i henhold til reklamebekendtgørelsens regler.

TV 2 anfører i sit høringsvar af 16. november 2009 bl.a., at programmet "Live fra Bremen" er et sketch show, som blev sendt første gang den 2. oktober 2009 i to dele, idet der i pausen inden afgørelsen af "Vild med dans" blev stillet om til "Live fra Bremen" i ca. 10 minutter, samt at anden del af "Live fra Bremen" sendtes efter afslutningen af "Vild med Dans". Imellem de enkelte dele af begge udsendelser var der indsat reklameblokke.

Den beskrevne førstegangsendelse er ikke genstand for nærværende sag. Nævnet foretager derfor ikke en vurdering af, hvorvidt indsættelse af reklameblokke mellem de enkelte dele af "Vild med dans" og "Live fra Bremen" har været i overensstemmelse med reglerne om indsættelse af reklameblokke. Nævnet tager herunder ikke stilling til, hvorvidt programmet

“Vild med dans” falder under anvendelsesområdet af radio- og fjernsynslovens 73, skt. 2, og reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 2, som i henhold til lovbemærkningerne til bestemmelsen forudsætter, at der er tale om en forestilling, der ikke er produceret alene med henblik på udsendelse i fjernsyn.

Det er således afgørende, om de to afsnit af genudsendelsen kan betragtes som to selvstændige programmer, hvor der lovligt kan krediteres for sponsorer i start og slutning af programmerne, eller om der er tale om ét program, hvori der forekommer sponsorkrediteringer i strid med reglerne om placering af sponsorkrediteringer, jf. radio- og fjernsynslovens § 80, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1.

TV 2 har i sit hørings svar oplyst, at afsnittene er programsat som selvstændige programmer. Fastholdelsen af opdelingen ved genudsendelsen begrundes med, at dette forekommer naturligt i forhold til den speak- og indholdsmæssige afslutning på hhv. første og andet program. Endvidere anføres det, at de to dele af showet dramaturgisk set er uafhængige af hinanden, og at det således ikke har betydning for seernes forståelse af de indlagte sketches, om man ser begge udsendelser eller blot den ene.

Loven definerer ikke begrebet program, men i bemærkningerne til lov om radio- og fjernsynsloven jf. lovforslag L 40, som fremsat den 31. oktober 2002, hedder det:

”.....

Som bemærket foran i afsnittet om gældende ret har der været rejst spørgsmål om, hvilke karakteristika der kendetegner et program. På den baggrund har Kulturministeriet overvejet, om der bør foretages en nærmere præcisering af programbegrebet. Som tidligere bemærket er der ikke hidtil i hverken lov eller forarbejder taget stilling til rækkevidden af begrebet, og udgangspunktet har derfor været, at det var op til den pågældende tv-stations programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program. Ministeriet har på denne baggrund afstået fra at tage stilling til, hvornår der var tale om et program eller ej. Baggrunden for ministeriets tilbageholdenhed har især været båret af, at en definition eller en nærmere beskrivelse af begrebet samtidig vil betyde en begrænsning af de redaktionelle overvejelser, som naturligt må foregå på enhver tv-station, samt at en nærmere ministeriel redegørelse højst sandsynligt ville koncentrere sig om varighed eller type, hvilket må anses som åbenbart uhensigtsmæssigt. Selv om ministeriet således er af den opfattelse, at den hidtidige praksis om, at spørgsmålet afgøres af den programansvarlige ledelse, bør videreføres, bemærkes det, at f.eks. en spillefilm eller en film produceret til fjernsyn må betragtes som ét program ligesom de enkelte afsnit i en tv-serie også må betragtes som et program. Det vil således ikke være

i overensstemmelse med intentionerne bag loven at opdele et indkøbt eller produceret afsnit i flere dele. Med hensyn til andre typer af programmer må det bero på en nærmere konkret og skønsmæssig præget vurdering, hvori bl.a. indgår programmets art, karakter, forløb og naturlige omfang. ..."

Ved vurderingen af, om der er tale om et eller flere programmer, når flere programelementer sendes i umiddelbar forlængelse af hinanden, lægges der i Nævnets praksis navnlig vægt på programmets opbygning, forløb, genre, tema, om der er tale om et naturligt afsluttet dramaturgisk forløb og endelig varigheden af programmet.

Nævnet skal i denne forbindelse henvise til afgørelse af 12. august 2004 om opdelingen af programmet "Rødderne" vist på TV Danmark. Nævnet fandt her, at der var tale om ét samlet program. I Nævnets vurdering indgik navnlig, at der forelå forskel på opbygningen af første og anden del af "Rødderne", idet første del i modsætning til anden del indeholdt en forholdsvis grundig indførelse af seeren i hvad udsendelsesrækken handler om, og hvad der var sket i de tidligere afsnit. Endvidere lagde Nævnet vægt på følgende udtalelser fra tv-værten: "Se anden del af Rødderne lige om lidt", og "Nu fortsætter rødderne". Nævnet lagde endeligt vægt på, at første del ikke indeholdt end-credits, men kun en visning af logoet for produktionsselskabet, mens anden del afsluttedes med end-credits og logoet for produktionsselskabet.

Om programmets varighed har Nævnet endvidere i afgørelse af 24. februar 2005 vedr. "Drømmekvinden" udtalt, at udsendelse af flere afsnit af en udsendelsesrække i forlængelse af hinanden, hvor de enkelte afsnit har meget forskellig varighed, som ét blandt flere momenter kan indikere, at der er tale om en kunstig opsplittning af programmet. Et programs længde er imidlertid ikke i sig selv afgørende for, hvorvidt der er tale om ét eller flere programmer. Nævnet fandt således i afgørelse af 1. december 2010 vedr. sponsorkrediteringer på TV Syd bl.a., at en vejrudsigt på få minutter udgjorde et selvstændigt program.

I afgørelse af 17. april 2007 om reklameafbrydelser i "Station 2" sendt på TV 2/Danmark udtalte Nævnet endeligt, at navnlig følgende forhold talte for, at der forelå to selvstændige programmer, som lovligt kunne adskilles af en reklameblok: De relevante udsendelser havde forskellige værter, udsendelserne omhandlede overvejende forskellige temaer, og sendtes endvidere fra forskellige lokationer.

I forhold til de nærværende to afsnit af "Live fra Bremen" skal Nævnet udtale følgende:

Begge afsnit af "Live fra Bremen" har efter Nævnets vurdering en ensartet begyndelse, og indholdet er i begge dele bygget op om en række sketches, der opføres i et studie med publikum. Yderligere sendes begge afsnit fra samme studie, og ledes af samme gæstevært.

Udsendelsernes opbygning udgør dog ikke et egentligt samlet dramaturgisk handlingsforløb, der bygges videre på i anden del af udsendelsen. Begge dele af "Live fra Bremen" kan derfor som anført af TV 2 forståelsesmæssigt af seeren opleves uafhængigt fra hinanden.

Heroverfor står følgende bemærkning, som Uffe Holm fremkommer med i slutningen af første del af udsendelsen:

"Godaften mine damer og herrer og endnu en gang velkommen til Live fra Bremen. Mit navn er Uffe Holm, og jeg er gæstevært i aften. Vi vender tilbage ligeså snart alt det der dansegejl er overstået med 200 km/t, så bliv hængende".

Uanset at der er tale om en genudsendelse, hvor programmet "Vild med dans" ikke sendes imellem de to dele af "Live fra Bremen" finder Nævnet, at udtalelsen kan medføre det indtryk hos seeren, at anden del er fortsættelse af den påbegyndte første del.

Dette indtryk forstærkes efter Nævnets vurdering af informationsteksten på skærmen efter første del, hvor der kan læses "Mere om lidt", og at en speaker siger:

"Anden del af Live fra Bremen kan du se lige om lidt".

Yderligere har Nævnet bemærket, at speakeren i sketchindslagene med titlen "Ugen fra sidelinjen" afslutter det indslag, der vises i første del af "Live fra Bremen", med ordene:

"Vi ses lidt senere."

Efter Nævnets vurdering må dette anses som en henvisning til anden del af udsendelsen, idet der heri indgår to yderligere indslag med samme titel og speaker. Det første af disse to indslag i anden del afsluttes tilsvarende med:

"Vi ses lidt senere."

Efter det sidste af i de alt tre indslag, som vises i anden del af "Live fra Bremen", tager speakeren derimod afsked med seeren med ordene:

"Det var, hvad jeg havde i denne uge."

Nævnet finder, at der herved sker en dramaturgisk sammenkædning af disse tre indslag, og at den egentlige afslutning af denne række af indslag med samme titel først finder sted i anden del af udsendelsen, selv om indslagene indholdsmæssigt kan opleves uafhængigt fra hinanden.

Yderligere har Nævnet konstateret, at kun udsendelsens anden del indeholder en egentlig afslutning overfor publikum i studiet fra værtens side, idet han siger:

"Mine damer og herrer, det var det, tusind tak for i aften (...)"

Værten takker yderligere skuespillerne ved at nævne dem ved navn, imens publikum klapper, og skuespillerne bukker. Herved formidles der efter Nævnets vurdering det indtryk, at det samlede show først slutter efter anden del af "Live fra Bremen".

Hertil kommer, at der i den første del af udsendelsen ikke indgår end-credits, men kun en henvisning til produktionsselskabet BLU. Først efter anden del vises der end-credits.

Vurderingen understøttes videre af afsnittenes meget forskellige varighed, idet det skal anføres, at varigheden dog ikke i sig selv er afgørende for, hvorvidt der er tale om ét eller flere programmer. Afslutningen af første del af "Live fra Bremen" efter ca. 10 minutter forekommer imidlertid dramaturgisk set ubegrundet i forhold til programmets eget forløb. Det anføres således af værten, at motivationen herfor er det ved førstegangsendelse indsatte afsnit om afgangens i "Vild med dans".

Efter en samlet vurdering er det derfor Nævnets opfattelse, at den af TV 2 i høringssvaret anførte opdeling af "Live fra Bremen" i to selvstændige programmer ikke svarer til det indtryk, udsendelsen fremkalder hos seeren. Første del af udsendelsen kan på baggrund af den korte varighed og udformning efter Nævnets vurdering navnlig opfattes som en udvidet introduktion til anden del, som udgør det egentlige program. Nævnet vurderer derfor, at første del ikke kan anses som et selvstændigt program, som kan stå alene, mens anden del isoleret set opfylder denne betingelse.

I overensstemmelse med ovennævnte lovbemærkninger og Nævnets praksis på området, finder Nævnet, at der ved de to dele af "Live fra Bremen" er tale om ét samlet program.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at de sponsorkrediteringer, der vist i forbindelse med programmets afbrydelse ved genudsen-

delsen den 4. oktober 2009, er vist i strid med radio- og fjernsynslovens § 80, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1.

2. Sponsorkrediteringens udformning

Radio- og tv-nævnet har endvidere bemærket, at der i sponsorkrediteringerne for Tuborg før og efter begge afsnit af "Live fra Bremen" indgår følgende slogan:

"...gør livet lidt grønnere!!"

Det fremgår af de ovenfor angivne regler om sponsorkrediteringer, der var gældende på udsendelsestidspunktet, jf. radio- og fjernsynslovens § 80, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, at sponsorerede programmer klart skal kunne identificeres ved, at sponsorens navn, mærke (logo), produkt eller tjenesteydelse, er angivet ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Det er yderligere specificeret i dagældende bekendtgørelsens § 27, stk. 5, 1. pkt., at angivelsen af sponsorer i fjernsyn kan finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsors navn, mærke (logo), produkt eller tjenesteydelse.

Angående TV 2's bemærkninger i høringssvar af 7. januar 2011 vedrørende anvendelsesområdet af § 27, stk. 5, 1. pkt., skal Radio- og tv-nævnet udtale følgende:

Bestemmelsen i reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 5, var allerede gældende inden bevægelige billeder blev tilladt i sponsorkrediteringer i fjernsyn. Bestemmelsen blev i 2000 ændret fra et forbud mod bevægelige billeder til at tillade sådanne i tv, mens angivelsen af de enkelte tilladte elementer i bestemmelsen ikke blev ændret i denne sammenhæng. Efter Radio- og tv-nævnets vurdering er formålet med angivelsen af de enkelte elementer i bestemmelsen i reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 5, derfor en specificeret regulering af udformningen af sponsorkrediteringer i tv, og ikke en angivelse af, hvilke elementer i sponsorkrediteringer i tv, der må være bevægelige.

Nævnet har i afgørelse af 1. december 2010 om sponsorering af nyheds- og aktualitetsprogrammer sendt på TV SYD i overensstemmelse med tidligere praksis på området udtalt, at angivelse af et slogan i sponsorkrediteringer i tv kun er tilladt, for så vidt sloganet er del af sponsorens logo. Det afgørende vil i den forbindelse være, om sponsorens sædvanlige logo – det logo, som identificerer sponsoren – indeholder sloganet.

TV 2 refererer i svar på Nævnets høring herom bl.a. til annoncørens udtalelse i sagen. Det fremgår heraf, at annoncøren anser sloganet som en reel og integreret del af Tuborgs logo. Dette begrundes med, at det nævnte slogan ligesom navnet "Tuborg" er et registreret varemærke, og at det anvendes både på alle Tuborg øldåser, i reklamefilm og i reklamespots i radioen.

Radio- og tv-nævnet skal hertil bemærke følgende:

Ordet "logo" var i de på udsendelsestidspunkt gældende bestemmelser i reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1 og 5, angivet som et synonym eller en forklaring på ordet "mærke". Det er derfor Nævnets vurdering, at ordet "mærke" skal forstås som et kendemærke, der ligesom et logo identificerer sponsoren for forbrugeren. Det er således uden betydning, om der er tale om et registreret varemærke.

I det foreliggende tilfælde bliver sætningen "*... gør livet lidt grønnere*" brugt til forskellige former for markedsføring, herunder på øldåser og i reklamefilm.

Sloganet bruges imidlertid ikke i al markedsføring for Tuborg, og findes således kun på øldåserne, imens det ikke er påtrykt flaskeetiketterne. På dåserne står sloganet skrevet på dåsens øverste kant, men er ikke en integreret bestanddel af det logo, der ses på dåsens forside. Sloganet er heller ikke en del af det logo, der fx anvendes på Tuborgs hjemmeside.

Nævnet er derfor af den opfattelse, at sloganet ikke er en integreret del af sponsors logo. Nævnet vurderer endvidere ikke, at sloganet i sig selv har karakter af et mærke eller logo i radio- og fjernsynslovgivningens forstand, idet der er tale om et reklameslogan, som bruges i forbindelse med en begrænset del af markedsføringen for Tuborg.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund, at visningen af sloganet "*...gør livet til grønnere*" i sponsorkrediteringen for Tuborg er sket i strid med radio- og fjernsynslovens § 80, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 27, stk. 1, og stk. 5.

På denne baggrund har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 21. juni 2011 truffet følgende

AFGØRELSE:

Programmet "Live fra Bremen", sendt på TV 2 den 4. oktober 2009, indeholder overtrædelser af § 80, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksom-

hed, jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009, samt § 27, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsoring i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsekretær

Kopi til:

Klager Jørgen Larsen

Annoncør Carlsberg Danmark A/S