

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

Att. Reklamejura

RADIO- OG TV-NÆVNET

27. november 2009

Sagsnr: 2009-12932

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over reklamer for politiske budskaber forud for folkeafstemning om ændring af tronfølgeloven sendt på TV 2 samt på DR1 og DR2

Per Clausen, gruppeformand for Enhedslisten, har ved e-mail af 5. juni 2009 klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om visning af politiske reklamer sendt på TV 2 i ugen fra den 1. til 6. juni 2009 i forbindelse med oplysningskampagnen forud for folkeafstemningen om ændring af tronfølgeloven den 7. juni 2009.

Klager har blandt andet anført følgende:

"Undertegnede anmelder hermed TV2 for gentagne brud på forbuddet mod politiske reklamer i TV. På trods af dette forbud har TV2 flere gange bragt en reklame for at stemme ja ved folkeafstemningen om ændringen af tronfølgerlovgivningen.

..."

Samme kampagnefilm er i perioden fra den 1. til 6. juni 2009 tillige blevet vist i programmet OBS på DR1 og DR2. Radio- og tv-nævnet har derfor besluttet at tage sagen op af egen drift overfor DR i henhold til § 78, stk. 2 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009.

Beskrivelse

TV 2 Danmark A/S har som bilag til hørings svar af 9. juli 2009 givet Radio- og tv-nævnet adgang til en optagelse af kampagnefilmen, og derudover medsendt en udskrift af reklamens speak.

Udsendelsen varer 1 minut og 10 sekunder.

Filmen begynder med visningen af et sort og hvidt skærmbillede, hvor der kan læses i gammeldags bogstaver:

"1953 - Tronfølgeloven skal til folkeafstemning"

Hele den efterfølgende film er sort/hvid, og er gennemgående holdt i en stil der minder om en original 50er film, med et let flimrende billede og små 'ridser'. Filmen er underlagt en højtidelig musik.

Der ses et middagsselskab omkring et festligt spisebord med en familie fra 50erne.

Fortælleren i baggrunden siger:

"Se engang dette muntre selskab. Den gode mad stimulerer mændenes intelligente samtale, der netop nu tager en alvorlig drejning."

Derefter vises følgende samtale:

Ole (søn):

"Har I hørt, at de har planlagt at ændre tronfølgeloven, så en kvinde nu kan blive regent?"

Jørgen (søn):

"Ja, har du hørt det, far? Kongeriget kan blive til et Dronningerige."

Faren ryster på hovedet.

Faren:

"Galimatias."

Jørgen:

"Loven siger da gudskelov, at "søn går forud for datter"."

Mændene nikker samstemmende.

Fortælleren siger, mens kameraet fokuserer på svigerdatter Ellen:

"Ak nej, hvad sker der nu i det kønne, lille hoved?"

Ellen:

"Hvorfor egentlig "søn forud for datter"? Mænd har vel ingen særlige evner for at besidde tronen?"

Alle ved bordet ser på hende. Ole taber sin ske af forbavselse.

Fortælleren:

"Hun har på pinlig vis blandet sig i samfundets - og dermed mændenes

- *anliggender.*"

Alle mændene er tilsyneladende vrede. Kirsten (den anden svigerdatter) og moren er pinligt berørt på Ellens vegne.

Derefter vises et skilt i gammel stil med påskriften:

"Kvinde, brug din stemme med fornuft"

Fortælleren:

"Kvinde, brug din stemme med fornuft. Helt så galt havde det dog ikke behøvet gå. Se blot."

Efterfølgende vises den samme film forfra fra det sted, hvor Ole har kommenteret, at der er tale om at ændre tronfølge, så landet kan få en kvindelig regent. Personernes udtalelser i den 2. udgave lyder som følger:

Jørgen:

"Kongeriget kan blive til et dronningerige."

Faren:

"Galimatias."

Jørgen:

"Loven siger da gudskelov, at "søn går forud for datter"."

Ellen:

"Den slags har en kvinde slet ikke forstand på. Jeg bliver helt rundtosset af at tænke store tanker."

Resten af selskabet nikker anerkendende og smiler.

Ole:

"Hvor er du dog sød, dit fortryllende, lille væsen."

Det samlede selskab udtrykker tilfredshed med smil og latter.

Fortælleren:

"Ja, sådan, ja - nu er alt på plads og i skønneste orden."

Herefter vises et afslutningsskilt i en moderne stil, hvorpå der kan læses:

"Er du for eller imod ligestilling i retten til at arve tronen?"

Afslutningsvis vises et andet skilt i ny stil med teksten:

"Husk at stemme søndag den 7. juni 2009. www.tronfoelge.dk"

Nederst på skiltet ses Statsministeriets logo.

Hørings svar

TV 2

TV 2 har i udtalelse af 9. juli 2009 som svar på Radio- og tv-nævnets høring anført følgende:

"Radio- og TV-nævnet har anmodet TV 2|DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende lovligheden af en TV-kampagne for folkeafstemningen om tronfølgeloven.

Anledningen er en klage til Nævnet fra Enhedslisten v/Per Clausen, som mener, at reklamen anbefaler befolkningen at stemme ja ved folkeafstemningen i strid med Radio- og Fjernsynslovens § 76, stk. 4, samt Reklamebekendtgørelsens § 15.

I reklamen ser man et middagsselskab i 1953. Selskabet diskuterer den daværende ændring af tronfølgeloven, som betød, at prinsesse Margrethe senere kunne overtage tronen.

Reklamen er udformet med en klar humoristisk tone og viser to alternative forløb af samtalen alt efter, hvorledes en kvinde i selskabet vælger at forholde sig til debatten. Reklamen afsluttes med udsagnet "Er du for eller imod ligestilling i retten til at arve tronen? – husk at stemme den 7. juni 2009".

Vi har opfattet reklamen som en humoristisk informationskampagne, der skal gøre den danske befolkning opmærksom på, at der igen er folkeafstemning om tronfølge-loven.

Vi har i den forbindelse lagt vægt på, at reklamen giver et tidsbillede af, hvorledes debatten kan have udviklet sig i forbindelse med ændringen af tronfølgeloven i 1953. Det skal bemærkes, at hverken reklamens billedside eller speak indeholder konkrete politiske udsagn eller tilkendegivelser i forhold til folkeafstemningen om tronfølgeloven anno 2009.

Reklamen anbefaler således ikke, som anført af klager, befolkningen at stemme ja ved afstemningen. Reklamen må derimod ses som et humoristisk forsøg på at henlede befolkningens opmærksomhed på den kommende folkeafstemning.

Enhver lovgivningsmæssig begrænsning i ytringsfriheden må endvidere fortolkes restriktivt, idet der i modsat fald sker et uproportionelt indgreb i de grundlæggende frihedsrettigheder. Dette gør sig særligt gældende i forhold til spørgsmålet om politiske ytringer i medierne.

Såfremt den foreliggende reklame vurderes at stride mod forbudet mod reklamer for politik, vil det i praksis betyde, at reklamer ikke må berøre emner der tidligere har været oppe i den politiske debat, uanset om den pågældende reklame indeholder konkrete politiske budskaber eller ej.

Det er på den baggrund vores opfattelse, at reklamen ikke kan siges at promovere en bestemt politisk anskuelse, hvorfor den ikke er i strid med Radio- og Fjernsynslovens § 76 samt Reklamebekendtgørelsens § 15.

Afslutningsvis kan det oplyses, at reklamen sammenlagt har været vist 46 gange i perioden fra 1. juni 2009 til 6. juni 2009.

Der vedlægges en udtalelse fra Statsministeriet samt en udskrift af reklamens speak og tekst.

..."

Statsministeriet

Statsministeriet har i udtalelse af 3. juli 2009 anført følgende:

"TV2 Danmark A/S har ved e-mail af den 24. juni 2009 på ny henvendt sig til Statsministeriet som følge af, at Radio- og tv-nævnet ved brev af 24. juni 2009 har anmodet TV2 Danmark om at tilsende en udtalelse fra Statsministeriet i anledning af en klage fra Per Clausen (EL) over et tv-indslag, der var en del af den oplysningskampagne, som Statsministeriet havde iværksat forud for folkeafstemningen om tronfølgeloven den 7. juni 2009.

Statsministeriet kan oplyse, at formålet med oplysningskampagnen var at udbrede kendskabet til, at der blev afholdt en folkeafstemning søndag den 7. juni, samt at temaet for afstemningen var spørgsmålet om ligestilling eller ej mellem drenge og piger i forhold til at arve tronen.

Når Statsministeriet overhovedet valgte at lave en oplysningskampagne var det fordi, der var bred politisk enighed i Folketinget om ligestillingsprincippet. Den brede politiske opbakning i Folketinget til ændringen af tronfølgeloven indebar en risiko for, at ingen ville interessere sig for folkeafstemningen, som derfor kunne gå hen og blive overset eller helt glemt.

I kampagnen indgik flere elementer, bl.a. en hjemmeside, annonceindrykning i danske dagblade og produktion af en film. Statsministeriet valgte at bruge billeder og tekst, der også anvender lidt humor. Billederne skulle afspejle tidsperioden for den seneste ændring af tronfølgeloven i 1953, hvor piger fik mulighed for at arve tronen, men altså sekundært i forhold til drenge.

Statsministeriet kan endelig oplyse, at det pågældende tv-indslag blev vist på Danmarks Radio, TV2 samt TV3.

Til orientering vedlægges kopi af korrespondance dateret den 26. juni 2009 mellem Danmarks Radio og en seer, der har klaget over Statsministeriets indslag i OBS om folkeafstemningen om tronfølgeloven.

..."

DR

DR har i udtalelse af 7. oktober 2009 som svar på Radio- og tv-nævnets høring i sagen anført følgende:

"...

Mediesekretariatet har ved skrivelse af den 24. september 2009 anmodet DR om en udtalelse vedrørende lovligheden af et OBS indslag, der omhandler folkeafstemningen om lovforslaget om ændring af tronfølgeloven.

DR kan indledningsvis oplyse, at OBS indslaget er sendt seks gange på DR1 og én gang på DR2, alle i uge 23.

Formålet med OBS indslaget har været at informere befolkningen om afholdelsen af folkeafstemningen den 7. juni 2009 vedrørende lovforslaget om ændring af tronfølgeloven.

For at få flest mulige seeres opmærksomhed, er indslaget udformet satirisk og ironisk.

Satire er grundet sin karikerende, parodierende og humoristiske form et kendt virkemiddel til at tiltrække mere opmærksom end, hvis indslaget var udformet på normalvis. Satire har endvidere til formål at udfordre grænserne og i dette tilfælde provokere seeren til at tage selvstændig stilling til, om man ønsker at stemme ja, nej eller vælger slet ikke at stemme.

DRs formål med at udsende indslaget er således ikke at agitere for en bestemt holdning, men at gøre opmærksom på folkeafstemningen samt emnefeltet herfor.

Forud for folkeafstemningen var tronfølgeloven af 1953 gældende. Loven foreskrev, at mænd gik forud for kvinder i arvefølgen uanset nummer i søskendeflokken, og det var denne kønsbestemte forrang, som regeringen med sit lovforslag ønskede at ændre, så mænd og kvinder ville blive lige-stillede i arvefølgen.

Da emnefeltet for afstemningen er en relevant oplysning for seerne, gør indslaget på en satirisk og anderledes måde seerne opmærksomme herpå.

Endelig skal det understreges, at DR har interne regler vedrørende OBS indslag, og at indslaget efter DRs opfattelse overholder disse regler.

DRs interne regler foreskriver blandt andet, at informationerne skal være saglige og upartiske. I forbindelse med OBS indslag må der heller ikke forekomme nogen form for reklamemæssig udnyttelse. Det gælder både for enkeltpersoner, firmaer, foreninger, organisationer, produkter og andet. Der må heller ikke forekomme agitation for et bestemt synspunkt vedrørende det forhold, der informeres om.

Inden produktion af et OBS indslag skal manus indsendes til OBS Redaktionen. Manus skal godkendes af OBS udvalget, før produktion af indslaget kan sættes i gang. OBS redaktionen kan tages med på råd under produktionen. Endelig godkendes den færdige produktion af DR. Reglerne kan læses på følgende link: '

<http://www.dr.dk.DR1/OBS/regler.htm>.

DR tager overholdelsen af disse regler alvorligt, og i overensstemmelse med reglerne er OBS indslaget i nærværende sag blevet godkendt af OBS udvalget.

På ovennævnte baggrund finder DR, at OBS indslaget hverken har karakter af politisk reklame eller agiterer for et bestemt synspunkt.

..."

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. 827 af 26. august 2009, på sit møde den 23. november 2009 behandlet sagen, og skal udtale:

1. Visning af kampagnefilmen på TV 2

Per Clausen har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om, at en reklame vist på TV 2 er i strid med forbuddet mod politiske reklamer i radio- og fjernsynslovgivningen.

Klager har blandt andet anført, at kampagnefilmen forud for folkeafstemningen om ændring af tronfølgeoven har karakter af en reklame for at stemme ja ved afstemningen.

I henhold til § 76, stk. 3, i radio- og fjernsynsloven jf. lovbekendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009, (tidl. enslydende bestemmelse i § 76, stk. 3 i lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007) og § 15, stk. 1 i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 (tidl. enslydende bestemmelse i § 15, stk. 1 i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005) om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, må der i fjernsyn ikke udsendes reklamer for blandt andet politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger.

I perioden fra tidspunktet for udskrivelse af valg til politiske forsamlinger eller folkeafstemninger og indtil afholdelsen af valget eller afstemningen, må der i fjernsyn ikke udsendes reklamer for politiske budskaber, jf. radio- og fjernsynslovens § 76, stk. 4, 1. pkt., og reklamebekendtgørelsens § 15, stk. 2.

Kampagnefilmen indeholder ingen henvisninger til politiske partier, politiske bevægelser, opstillede kandidater til politiske forsamlinger eller andre i den første af bestemmelserne nævnte grupper.

Radio- og tv-nævnet finder derfor ikke, at anvendelsesområdet af lovens § 76, stk. 3, og reklamebekendtgørelsens § 15, stk. 1, er berørt.

Afgørende i forhold til visningen på TV 2 er efter Radio- og tv-nævnets opfattelse derfor, om kampagnefilmen kan anses at være en reklame for politiske budskaber i strid med lovens § 76, stk. 4, og reklamebekendtgørelsens § 15, stk. 2.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at kampagnen er blevet vist i perioden 1. juni til 6. juni 2009, dvs. i ugen umiddelbart inden folkeafstemningen om ændring af tronfølgeoven den 7. juni 2009.

Visningerne er dermed sket indenfor perioden fra tidspunktet af udskrivningen til afholdelse af folkeafstemningen og kan være omfattet af forbuddet mod politiske reklamer i ovennævnte bestemmelser i den såkaldte reklamefri periode.

Lovens § 76, stk. 4 blev tilføjet ved lov nr. 1437 af 22. december 2004 med ikrafttræden pr. 1. januar 2005. Ifølge lovbemærkningerne til bestemmelsen skal der anlægges en bred fortolkning af begrebet "politiske budskaber". Det anføres, at:

"Politiske budskaber omfatter alle meddelelser uanset form, som har til formål at fremme tilslutningen til og påvirke opinionen i forskellige politiske spørgsmål både på det lokale, det nationale og det internationale niveau. Politiske budskaber omfatter derfor ikke blot partipolitiske spørgsmål, men også ytringer, der har til formål at påvirke opinionen generelt i en politisk retning.

Forbuddet omfatter således enhver reklame for politiske budskaber fra fysiske og juridiske personer, som arbejder for at fremme tilslutning til forskellige samfundsspørgsmål og vil fx betyde, at organisationer, foreninger eller lignende ikke i den reklamefri periode kan indrykke reklamer i fjernsyn, hvori der gives udtryk for organisationens eller foreningens syn på dansk politik."

Yderligere anføres det, at:

"En bestemmelse med det foreslåede indhold har først og fremmest til formål at beskytte den demokratiske proces, idet finansielt stærke kræfter med politiske budskaber herved ikke har lejlighed til via tv-reklamer at udkonkurrere de svagere. Bestemmelsen har endvidere til formål at beskytte tv-foretagendernes uafhængighed, idet foretagenderne ikke udsættes for pres af den ene eller anden karakter fra finansielt stærke grupper i samfundet. Endelig er der hensynet til, at vælgerne ikke i fjernsyn udsættes for ensidige og direkte forsøg på at påvirke deres politiske stillingtagen.

Kravet i artikel 10, stk. 2, i den Europæiske Menneskerettighedskonvention om, at der skal være proportionalitet mellem formålet med indgrebet i yttringsfriheden og det middel, der benyttes dertil, er imødekommet ved, at forbuddet mod reklamer for politiske budskaber er begrænset til en periode op til valg til politiske forsamlinger eller ved afholdelse af en folkeafstemning."

Afgørende er dermed, om kampagnefilmen kan anses for at omfatte en meddelelse, som har til formål at fremme tilslutningen til og at påvirke opinionen i en politisk retning eller til at påvirke borgernes politiske stillingtagen. Der skal tillige lægges vægt på, om der i kampagnefilmen gives udtryk for afsenderens, dvs. Statsministeriets, syn på dansk politik.

I forhold til TV 2s anmærkning om den nødvendige restriktive fortolkning af lovgivningsmæssige begrænsninger i ytringsfriheden skal Nævnet anmærke følgende:

I henhold til lovbemærkningerne om den reklamefri periode for politiske budskaber, tages der højde for proportionaliteten i forhold til ytringsfriheden ved, at perioden er begrænset til maksimalt tre måneder op til et valg eller en folkeafstemning.

Bestemmelsen kan således kun anvendes, såfremt udsendelsen af reklamer på tv opfylder såvel det tidsmæssige som det indholdsmæssige aspekt af forbuddet. Der er derfor i modsætning til det af TV 2 anførte ikke tale om, at reklamer generelt ikke må berøre emner der tidligere har været oppe i den politiske debat.

I forhold til nærværende kampagnefilmen skal Radio- og tv-nævnet bemærke følgende:

Såvel Statsministeriet som TV 2 anfører, at formålet med kampagnefilmen har været udbredelsen af kendskabet til selve folkeafstemningen i befolkningen samt information om emnefeltet herfor.

Filmen indeholder efter Nævnets vurdering i overensstemmelse hermed oplysende elementer om både afholdelse af folkeafstemningen, datoen og emnet herfor.

Den gennemgående fremstillingsmåde af emnefeltet og filmens karakter og opbygning fremmer efter Nævnets vurdering imidlertid det indtryk, at et moderne menneske med en fornuftig indstilling kun kan have én rigtig holdning til spørgsmålet om ændringen af tronfølgeordenen, nemlig at den er tidssvarende og påkrævet ud fra et ligestillingssynspunkt.

Kampagnefilmen kan efter Radio- og tv-nævnets opfattelse derfor af seeren forstås som en indirekte opfordring til at bifalde ændringsforslaget og som konsekvens heraf at stemme ja ved folkeafstemningen.

Vedrørende de anvendte satiriske virkemidler i kampagnefilmen skal Radio- og tv-nævnet bemærke følgende:

Efter Nævnets praksis kan anvendelsen af sådanne virkemidler have en vis afvæbnende virkning og give videre rammer. I forhold til nærværende vurdering af, om kampagnefilmen indeholder politisk reklame, er Nævnet imidlertid ikke af den opfattelse, at den anvendte humoristiske form kan anses for at have denne betydning.

Nævnet finder derimod, at det netop er de humoristiske virkemidler, der medvirker til ovenfor beskrevne indtryk hos seeren af, at filmen formidler et budskab, som peger i en bestemt politisk retning.

Nævnet henviser navnlig til den første sekvens i filmen, hvor svigerdatteren med sin bemærkning

"Hvorfor egentlig "søn forud for datter"? Mænd har vel ingen særlige evner for at besidde tronen?"

provokerer forargelse hos det øvrige selskab, og fortælleren kommenterer:

"Hun har på pinlig vis blandet sig i samfundets - og dermed mændenes -anliggender."

På samme måde ironiserer det afsluttende skilt over den viste situation:

"Kvinde, brug din stemme med fornuft".

I kontrast hertil står den anden udgave af sekvensen, hvor svigerdatteren afviser kvinders egnethed til at arve tronen, og hvor situationen ender med en overdrevet anerkendelse fra de øvrige personer.

Desuden finder Nævnet, at spørgsmålet

"Er du for eller imod ligestilling i retten til at arve tronen?"

i det første afsluttende skilt i forlængelse af den beskrevne fremstilling af tilhængere og modstandere af ændringsforslaget er egnet til at lede seeren hen til den konklusion, at der for en fornuftig borger kun er et rigtigt svar herpå.

Hertil kommer, at filmen samlet set formidler Statsministeriets syn på det politiske spørgsmål bagved ændringsforslaget.

Radio- og tv-nævnet henviser i denne forbindelse til Statsministeriets udtalelse om, at:

"Når Statsministeriet overhovedet valgte at lave en oplysningskampagne var det fordi, der var bred politisk enighed i Folketinget om ligestillingsprincippet. Den brede politiske opbakning i Folketinget til ændringen af tronfølgeordenen indebar en risiko for, at ingen ville interessere sig for folkeafstemningen, som derfor kunne gå hen og blive overset eller helt glemt."

Heri ligger der efter Nævnets opfattelse en tilkendegivelse af, at formålet med kampagnen ikke kun var, at skabe opmærksomhed omkring folkeafstemningen, men også at dette var motiveret i den brede politiske enighed i Folketinget om ligestillingsprincippet.

Nævnet skal bemærke, at en opfordring til at afgive stemme grundlæggende er et lovligt formål med oplysningskampagner om valg eller folkeafstemninger.

For gennemførelsen af en lovændring som den foreliggende kræves, at 40 % af de stemmeberettigede borgere stemmer ja. Dette bevirker, at der efter Nævnets opfattelse er et særligt incitament til at bevæge så mange vælgere som muligt til at afgive deres stemme, der har en anden karakter end ved andre former for valg og afstemninger.

I lyset heraf er Nævnet af den opfattelse, at kampagnefilmen må siges i hvert fald til dels at have haft til formål at fremme gennemførelsen af den foreslåede lovændring på baggrund af den i Folketinget dominerende politiske overbevisning herom.

Denne motivation må betegnes som et ønske om at fremme borgernes tilslutning til Folketingets politiske overbevisning og derved at påvirke borgernes politiske stillingtagen til emnet.

Nævnet finder derfor, at visningen af kampagnefilmen om folkeafstemningen om ændring af tronfølge-loven på TV2 er i strid med forbuddet mod reklamer for politiske budskaber forud for valg og folkeafstemninger.

2. Visningen af kampagnefilmen i OBS på DR1 og DR2

Samme kampagnefilm er tillige blevet vist flere gange i programmet OBS både på DR1 og DR2 i perioden mellem 1. og 6. juni 2009. Radio- og tv-nævnet har derfor besluttet af egen drift at tage sagen op overfor DR i henhold til § 78, stk. 2 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Vedrørende visningen af kampagnefilmen på DR 1 og DR 2 finder ovennævnte forbud mod politiske reklamer ikke anvendelse, idet denne regel som de øvrige bestemmelser i reklamebekendtgørelsen om reklamers indhold kun omfatter reklamer, som er vist i reklameblokke.

Kampagnefilmen, som er blevet vist i programmet OBS, skal derfor vurderes som en del af DR's programvirksomhed.

Det ligger udenfor Radio- og tv-nævnets kompetenceområde at træffe afgørelse om indholdet af konkrete programmer, der er vist på DR, herunder om udøvelsen af public service-virksomheden sker efter de i radio- og fjernsynslovens § 10 nævnte principper. Af denne bestemmelse fremgår imidlertid videre, at der ved informationsformidlingen skal lægges vægt på saglighed og upartiskhed.

Det er DR's bestyrelse, der i henhold til radio- og fjernsynslovens § 17, stk. 1, har det overordnede programansvar og ansvaret for, at de bestemmelser for institutionens virksomhed, der er fastsat i henhold til radio- og fjernsynsloven og bestemmelser fastsat i medfør af loven, overholdes.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet følgende på sit møde den 23. november 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Visningen af kampagnefilmen vedr. folkeafstemning om ændring af tronfølge-loven sendt på TV 2 i perioden mellem 1. og 6. juni 2009 er sket i strid med § 76, stk. 4, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbe- kendtgørelse nr. 827 af 26. august 2009, og § 15, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Afgørelse / Kopi sendt til:
DR
Klager Per Clausen