

TV 2 Danmark A/S

Sendt til: hans@tv2.dk

Radio- og tv-nævnet

Søren F. Jensen
Specialkonsulent, cand.jur.

rtv@slks.dk
www.slks.dk

Afgørelse vedrørende TV 2 Danmark A/S' anvendelse af sponsoreret indhold i en række programindslag vist på TV 2

Sammendrag

Radio- og tv-nævnet har den 14. december 2022 besluttet at tage sagen vedrørende sponsoreret programindhold på TV 2 op af egen drift, jf. § 78, stk. 2, i lovbekendtgørelse nr. 1350 af 4. september 2020 om radio- og fjernsynsvirksomhed (radio- og fjernsynsloven), og § 5, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 2279 af 29. december 2020 om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet (forretningsordensbekendtgørelsen).

Radio- og tv-nævnet har nu truffet afgørelse i sagen om, hvorvidt sponsorerings- og sponsorkrediteringsreglerne i henhold til radio- og fjernsynsloven har været overholdt i en række af TV 2 Danmark A/S' programindslag, jf. nedenfor.

Sagens oplysninger

Baggrund

Radio- og tv-nævnet fører tilsyn med programvirksomheden på TV 2 Danmark A/S, jf. § 44a, nr. 1, i radio- og fjernsynsloven, og nævnet kan påtale overtrædelser af loven og bestemmelser fastsat efter loven samt vilkår fastsat i forbindelse med udstedelsen af tilladelsen, jf. § 44a, nr. 2.

Videre fremgår det af § 44, i radio- og fjernsynsloven, at nævnet fører tilsyn med reklamer i radio, fjernsyn, on demand-audiovisuelle medietjenester og videodelingsplatformstjenester samt træffer afgørelse om identifikation af sponsor og programsponsorering.

Som led i tilsynsforpligtelsen besluttede nævnet på sit møde den 14. december 2022 at tage sagen vedrørende sponsoreret programindhold på TV 2 op af egen drift, jf. § 78, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven, og § 5, stk. 1, i forretningsordens-bekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet har noteret sig, at der i løbet af efteråret og frem til december 2022 har været en del omtale i pressen, særligt i Jyllands-Posten, Ekstra Bladet og Journalisten, om TV 2 Danmark A/S' anvendelse af angiveligt sponsoreret indhold i en række programindslag, som er blevet sendt i "TV 2 Vejret" samt i "GO ' Morgen Danmark" og "GO ' Aften Live".

Endvidere har Radio- og tv-nævnet noteret sig, at nævnet har modtaget en række borgerhenvendelser og henvendelser fra journalister i løbet af december 2022, der bl.a. vedrører spørgsmål om skjult sponsoring af programindhold, som efter det oplyste over en længere periode har været vist på "TV 2 Vejret" og andre TV 2-programindslag.

På den baggrund sendte nævnet den 20. december 2022 et høringsbrev til TV 2 Danmark A/S. I høringen anmodede nævnet TV 2 Danmark A/S om at indsende en uddybende redegørelse for TV 2's anvendelse af sponsoreret indhold i de i pressen omtalte sager.

Efter TV 2 Danmark A/S' anmodning af 9. januar 2023 om præcisering af høringsbrevet, sendte nævnet den 13. januar 2023 en præcisering heraf. Nævnet anmodede om TV 2 Danmark A/S' redegørelse for TV 2 Danmark A/S' anvendelse af sponsoreret indhold, særligt i forhold til "TV 2 Vejrets" samarbejde med "Visit Læsø" og Tysk Turist Information, men også i forhold til eventuelle andre sager som har været genstand for offentlig omtale inden for det seneste år, og som TV 2 Danmark A/S havde kendskab til.

Herudover anmodede nævnet om TV 2 Danmark A/S' indsendelse af alle relevante oplysninger og dokumenter vedrørende de ovennævnte sager samt oplysning om indtægter ved eventuelt sponsoreret indhold.

Yderligere har der været en supplerende høring af TV2 Danmark A/S med efterfølgende høringssvar af henholdsvis 31. marts 2023, 12. maj 2023, 22. maj 2023 og 23. maj 2023.

TV 2 Danmark A/S' hørings svar

Den 30. januar 2023 fremsendte TV 2 Danmark A/S henholdsvis et hørings svar med dertilhørende fire bilag vedrørende samarbejdsaftalerne (TV 2 Branded Content) om sponsoreret

indhold, som TV 2 Danmark A/S har indgået med fire aftaleparter, samt 36 relevante indslag udvalgt af TV 2 Danmark A/S og uploadet på Slots- og Kulturstyrelsens server.

TV 2 Danmark A/S har opdelt høringssvaret i tre afsnit. I afsnit 1 har TV 2 Danmark A/S generelt redegjort for TV 2 's anvendelse af sponsoreret indhold. I afsnit 2 har TV 2 Danmark A/S indskrevet bemærkninger til konkrete samarbejdsaftaler om sponsoreret indhold med forskellige aftaleparter. I afsnit 3 har TV 2 Danmark A/S sammenfattet besvarelsen af nævnets høring.

TV 2 Danmark A/S har oplyst i høringssvaret, at de ud over samarbejdsaftalerne om sponsoreret indhold med "Visit Læsø" samt Tysk Turist Information har haft to yderligere samarbejder, som har været omtalt i medierne inden for det seneste år: Et partnerskab mellem CODAN Forsikring og "TV 2 Vejret", samt et samarbejde mellem Alkohol&Samfund og TryghedsGruppen (TrygFonden) og "GO ' Morgen Danmark" og "GO ' Aften Live".

TV 2 Danmark A/S ' anvendelse af sponsoreret indhold:

Det fremgår af TV 2 Danmark A/S ' høringssvar, at TV 2 leverer public service-indhold til danskerne, som blandt andet finansieres via sponsorater.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at selvom der opereres med forskellige sponsoreringsformer, er fællesnævneren, at der er tale om økonomiske bidrag til programmer, som TV 2 Danmark A/S har redaktionel selvstændighed og fuld kontrol over.

TV 2 Danmark A/S oplyser i forlængelse heraf, at sponsorerne enten krediteres før og/eller efter det sponsorerede program, og at sponsorens formål med sponsoratet generelt er at fremme dennes navn, logo, image, aktiviteter eller produkter.

TV 2 Danmark A/S har nogle interne retningslinjer som sikrer, at en sponsor eller en sponsors produkter ikke indgår i det sponsorerede program på en måde, der "tilskynder til køb af sponsorens produkter eller tjenesteydelser" eller på en anden måde særligt fremhæver sponsoren.

Det fremgår af høringssvaret, at TV 2 Danmark A/S adskiller "sponsoreret indhold" fra "annoncørbetalt indhold". Ved "sponsoreret indhold" yder sponsoren produktionsstøtte til indhold, der behandler et emne, som sponsoreren har en konkret interesse i. Det sponsorerede indhold kan være i form af artikler, hvortil der er ydet et økonomisk bidrag, men hvor mediet alene og ikke annoncøren bestemmer artiklens redaktionelle indhold. Et eksempel herpå er artikler om rejsemål, hvor f.eks. et rejsebureau

har betalt for transport og ophold til journalisten. Dette skal deklarerer i en faktaboks, men ellers gælder der ikke de samme krav til adskillelse og markering som ved annoncørbetalt indhold.

"Annoncørbetalt indhold" er et annonceformat, som bruges af skrevne medier, hvor annonceres opsætning og form minder om redaktionelt indhold, og de kan være skrevet af en ansat journalist af det pågældende medie til at lave denne type annoncer, eller af en repræsentant for annoncøren selv. Annoncerne er tydeligt adskilt fra det redaktionelle indhold, og de er oftest markeret med teksten "annoncørbetalt indhold".

Der er her tale om reklamer udformet som redaktionelle artikler. TV 2 Danmark A/S oplyser, at denne form for indhold ikke anvendes i TV 2 Danmark A/S' tv-programmer eller on-demand-indhold, hvor reklamer alene vises i blokke mellem programmerne (før/efter programmerne på on-demand).

TV 2 Danmark A/S oplyser, at de, på samme måde som andre mediehuse, i en årrække har arbejdet med at udvikle sponsoreret indhold som et selvstændigt forretningsområde. Det fremgår af høringssvaret, at strategien dog blev forladt i 2021, og at TV 2 ophørte med at have sponsoreret indhold på TV 2 ECHO og i programmer lavet specifikt til TV 2 PLAY, mens de sponsorerede indholdssamarbejder i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" blev afgrænset til at omfatte humanitære organisationer. Samtidig ophørte TV 2 med at have annoncørbetalte artikler på TV 2.dk.

Endvidere fremgår det af høringssvaret, at TV 2 Danmark A/S i efteråret 2022 besluttede helt at ophøre med sponsorsamarbejder i "GO'-fladen" samt sponsoreret indhold i "TV 2 Vejret".

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at deres anvendelse af sponsoreret indhold er underlagt de samme krav og regulering som andre sponsoratformer, herunder krav om redaktionel selvstændighed og kreditering. I den forbindelse oplyser TV 2 Danmark A/S, at TV 2's programmer har overholdt og fortsat overholder kravene til anvendelse af sponsoreret indhold, og derfor er tilladt efter tv-lovgivningen.

I høringssvaret forholder TV 2 Danmark A/S sig blandt andet til kritikken i medierne, herunder navnlig Jyllands-Postens artikelserie, hvor TV 2 Danmark A/S er blevet kritiseret for at have haft programmer med sponsoreret indhold, hvor sponsorerne har haft en interesse i at få afdækket de emner, der er blevet behandlet i det sponsorerede indhold.

TV 2 Danmark A/S fremhæver som eksempler herpå "TV 2 Vejrets" samarbejde med "Visit Læsø", hvor det blev kritiseret, at foreningen havde sponsorerede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse "Dit Vejr" med historier fra Læsø.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at kritikken har været, at virksomheder eller interesseorganisationer, ved at yde produktionsstøtte til TV 2 Danmark A/S, har kunnet "købe sig til omtale" hos TV 2, og at det støttede indhold har været vanskeligt at afkode som sponsoreret.

I høringssvaret redegør TV 2 Danmark A/S nærmere for TV 2 's overholdelse af tv-lovgivningens regler om *redaktionel selvstændighed* og *sponsorkreditering* i forbindelse med anvendelsen af sponsoreret indhold.

TV 2 Danmark A/S' redaktionelle selvstændighed:

TV 2 Danmark A/S oplyser, at man i samarbejdet om sponsoreret indhold er opmærksomme på at sikre, at en sponsor ikke får adgang til at påvirke det sponsorerede indhold i et omfang, der indvirker på TV 2 's redaktionelle ansvar og selvstændighed. TV 2 Danmark A/S henviser til, at dette er i overensstemmelse med § 81, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven, jf. også § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, der fastslår, at indholdet og programsætningen af et sponsoreret program ikke må påvirkes af en sponsor på en sådan måde, at det indvirker på medietjenesteudbyderens ansvar og redaktionelle selvstændighed.

TV 2 Danmark A/S anfører, at forudsætningen i Jyllands-Postens artikler har været, at virksomheder og interesseorganisationer har kunnet "købe sig til omtale" hos TV 2, og at artiklerne dermed har været baseret på en præmis om, at *"hvis sponsoren har ydet produktionsstøtte med henblik på at understøtte dækningen af et bestemt emne, er dette ensbetydende med, at sponsoren har haft bestemmende indflydelse på TV 2 's redaktionelle selvstændighed (valg af emne og udformning af indhold)"*.

TV 2 Danmark A/S påpeger, at denne præmis ikke er korrekt. Ifølge TV 2 Danmark A/S har det ikke været muligt at sikre sig dækning af bestemte emner ved at yde produktionsstøtte til programmer på TV 2. Emner og temaer har alene været dækket, såfremt det har været vurderet redaktionelt relevant – uanset de konkrete tilbud om produktionsstøtte – og en sponsor har heller ikke kunnet sikre sig en bestemt udformning af indholdet.

TV 2 Danmark A/S henviser i den forbindelse til Radio- og tv-nævnets tidligere praksis, som ikke støtter en antagelse om, at

det forhold, at sponsoren har en kommerciel eller ideel interesse i det emne, der dækkes, i sig selv er tilstrækkeligt til at anse TV 2's redaktionelle selvstændighed som påvirket. TV 2 Danmark A/S fremhæver fem af nævnets tidligere afgørelser, som indeholder relevant praksis i forhold til de pågældende nye sager, herunder "Fields – afgørelser af 21. juni og 5. oktober 2004", "TV 2 Vejret Super Dæk Service - afgørelse af 1. september 2006", "Metropol på TV 2 Lorry – afgørelse af 28. oktober 2013", "GO' Appetit – afgørelse af 6. april 2016" og "Too Good To Go – afgørelse af 27. januar 2022".

TV 2 Danmark A/S' sammenfatning af Radio- og tv-nævnets praksis:

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at det følger af de fem angivne afgørelser, at det ikke i sig selv er i strid med tv-lovningens krav til redaktionel selvstændighed, at en sponsor yder produktionsstøtte til dækning af et emne, som sponsoren har en kommerciel eller ideel interesse i. Det kan således ikke automatisk og uden andre konkrete holdepunkter antages, at sponsoren i disse former for samarbejde har haft redaktionel indflydelse på det sponsorerede indhold.

TV 2 Danmark A/S lægger vægt på, at nævnet ikke har tillagt det nogen betydning, hvorvidt den oprindelige idé til programmet eller indslaget er opstået hos redaktionen eller f.eks. kommer fra sponsoren. Det samme gælder hvorvidt, indholdet ville være blevet til noget eller havde udmøntet sig i samme ambitiøse udgave, uden produktionsstøtten.

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at nævnet har fundet det afgørende, om den pågældende redaktion har vurderet, at emnet er journalistisk interessant og relevant at behandle, og hvorvidt der er konkrete forhold, som tilsiger, at sponsoren har haft indflydelse på programmet i et omfang, der kan anses for at have påvirket medietjenesteudbyderens redaktionelle selvstændighed.

For disse former for samarbejde gælder der en skærpet forpligtelse til at være opmærksom på at påse, at udsendelserne er journalistisk afbalancerede, at der ikke sker en uberettiget fremhævelse af sponsors produkter, tjenesteydelser, forretningskendetegn eller firmalogoer, og at der i øvrigt ikke i udsendelsen finder skjult reklame sted.

TV 2 Danmark A/S' anvendelse af sponsoreret indhold i forhold til kravet om redaktionel selvstændighed:

TV 2 Danmark A/S oplyser, at det er en ufravigelig betingelse for TV 2's samarbejder om sponsoreret indhold, at TV 2 Danmark A/S har den fulde redaktionelle selvstændighed til at træffe

beslutninger om indhold, vinkling og placering af det publicerede programmateriale. TV 2 Danmark A/S oplyser i den forbindelse, at der ikke indgås sponsoraftaler, hvor sponsoreringen er betinget af, om et bestemt emne eller synspunkt indgår i programmet eller af, at sponsorens produkter eller brands eksponeres undervejs.

I alle TV 2 Danmark A/S' sponsorkontrakter er der indsat en bestemmelse om, at aftalen ikke indebærer nogen indskrænkning i TV 2 Danmark A/S' redaktionelle selvstændighed i forhold til udformningen og programsætningen af indholdet, og at samarbejdspartneren ikke har nogen afgørende indflydelse på det publicerede materiale. TV 2 Danmark A/S anfører her, at TV 2 Danmark A/S altid har frihed til at udforme sponsoreret indhold på den måde, som TV 2-redaktionen finder redaktionelt mest relevant, og at de har ret til helt at afstå fra at bringe indholdet.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at selvom selve idéen eller initiativet til samarbejdet kan opstå både hos TV 2 Danmark A/S og hos sponsoren, bliver samarbejdet kun til noget, hvis den pågældende TV 2-redaktion vurderer, at et foreslået emne er redaktionelt interessant og relevant for programfladen. Igennem årene har TV 2 Danmark A/S f.eks. modtaget mange forslag til samarbejder og indslag, som ikke er fundet redaktionelt relevante, og derfor er blevet afvist.

Hvis TV 2 Danmark A/S indgår en aftale om sponsoreret indhold, vil der i aftalen være beskrevet det forventede omfang af programmateriale og eventuelle øvrige elementer, som klargør hvilket indhold, der sponsoreres. TV 2 Danmark A/S oplyser, at en sponsor kan komme med idéer og input til programindholdet, hvilket TV 2-redaktionen godt kan vælge at inddrage, hvis det findes redaktionelt relevant (f.eks. hvis der er tale om sponsorer med særlig ekspertviden eller lignende). Men ingen af disse forhold ændrer på, at det er den enkelte TV 2-redaktion, der vil have udvalgt og udviklet det emne, der skal behandles i det sponsorerede indhold, og at det ligeledes er redaktionen, der egenhændigt beslutter, om emnet skal dækkes og hvordan.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at samarbejdsaftalerne, ud over at indeholde produktionsstøtte til redaktionelt indhold, som udgangspunkt også omfatter køb af nogle kommercielle ydelser i form af artikler markeret som "annoncørbetalt indhold" på TV 2.dk og bannerannoncer på samme. Der bliver derfor i nogle af TV 2 Danmark A/S' aftaler refereret til "pakker", når det samlede planlagte indhold beskrives, og til "kampagnen" ved omtale af den generelle udmøntning af samarbejdet, hvilket dog ikke ændrer ved, at TV 2 Danmark A/S har haft fuld redaktionel selvstændighed over det sponsorerede indhold - både

kontraktuelt og i praksis, hvilket også understreges særskilt i en bestemmelse i alle kontrakter.

TV 2 Danmark A/S' anvendelse af sponsorkreditering:

TV 2 Danmark A/S anfører, at det i forhold til deklareringsen af samarbejder omkring sponsoreret indhold fremgår af § 80, i radio- og fjernsynsloven, at krediteringen af en sponsor skal ske "ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder" og at "sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet".

TV 2 Danmark A/S påpeger, at man ved sponsorsamarbejder på "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" har haft den udfordring, at der ved enkeltstående indslag, hvortil der er modtaget produktionsstøtte, ofte vil være en tidsmæssig adskillelse af selve indslaget og krediteringen af sponsoren ved den pågældende programbloks afslutning. Ifølge TV 2 Danmark A/S er det ikke praktisk muligt at sikre, at de sponsorerede indslag altid placeres som de sidste i en programblok, der består af flere forskellige indslag. TV 2 Danmark A/S oplyser, at redaktionen har et behov for at kunne beslutte den konkrete placering af indslagene alt efter, hvad der redaktionelt giver bedst mening, og at det kan være nødvendigt løbende at ændre på rækkefølgen.

TV 2 Danmark A/S har tidligere, ud fra formodningen om, at hensigten med sponsorkrediteringsbestemmelsen har været at gøre det tydeligt for seerne, at der er ydet tilskud til indholdet, valgt at fortolke § 80, i radio- og fjernsynsloven således, at sponsorkreditering af enkeltstående indslag kunne ske i umiddelbar forlængelse af selve indslaget.

Ifølge TV 2 Danmark A/S fremgår det, at Radio- og tv-nævnet underkendte denne praksis i sin afgørelse af 27. januar 2022 vedrørende et samarbejde mellem TV 2 Danmark A/S og virksomheden Too Good To Go i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live". TV 2 Danmark A/S oplyser, at man har taget denne afgørelse til efterretning og efterfølgende har placeret krediteringerne af samarbejdspartnere på sponsoreret indhold til slut i den programblok, hvori indslagene har været vist.

TV 2 Danmark A/S' påpeger, at debatten i medierne vedrørende TV 2 Danmark A/S' anvendelse af sponsoreret indhold har peget på, at det kan være vanskeligt for seerne at afkode, at der har været ydet produktionsstøtte til enkeltstående indslag, såfremt deklareringsen først ligger efter afslutningen af programblokken. Af den grund besluttede TV 2 Danmark A/S' i efteråret 2022, at der ikke længere skulle indgås aftaler om sponsoreret indhold i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" samt i "TV 2 Vejret".

TV 2 Danmark A/S' redegørelse for konkrete samarbejder med fire forskellige sponsorer:

I høringssvaret redegør TV 2 Danmark A/S for de konkrete samarbejder om sponsoreret indhold, der nævnes i høringsskrivelsen, samt de to tidligere nævnte samarbejder.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at tre af samarbejderne vedrører sponsoreret indhold i "TV 2 Vejret". Herunder oplyser TV 2 Danmark A/S, at "TV 2 Vejret" dagligt producerer vejrudsigter til TV 2 's hovedkanal og "TV 2 News", samt at der hver dag bliver produceret en længere vejrudsigt på 4-5 minutter, som sendes kl. 17:55 og bærer titlen "Dit Vejr".

Ifølge TV 2 Danmark A/S er det et generelt redaktionelt mål med "TV 2 Vejrets" udsendelser i "Dit Vejr", at "Dit Vejr" tager rundt i hele Danmark for at komme tættere på seerne, og at der sendes små lokale indslag i "Dit Vejr".

Det fremgår af høringssvaret, at "Dit Vejr" redaktionelt må og skal kunne rumme bredere livsstils- og fritidsemner, som blandt andet foregår udendørs, samt at "Dit Vejr" skal indeholde en bred vifte af emner, som enten har vis relation til vejret, eller som vejret og klimaet har indflydelse på. TV 2 Danmark A/S oplyser derfor, at "Dit Vejr" ofte er til stede på steder og ved events, hvor de ved, at mange danskere søger hen i fritiden. Det oplyses dog, at der i nogle tilfælde ikke nødvendigvis bliver lagt et stramt vejrtema ned over dækningen.

Ifølge TV 2 Danmark A/S har "TV 2 Vejrets" udsendelser i "Dit Vejr" været bygget op på denne måde siden 1994, og der er lavet mange indslag med forskellige emner og optaget fra mange forskellige steder i Danmark.

TV 2 Danmark A/S anfører, at "almindelige" vejrudsigter indgår som et indslag i TV 2 's nyhedsudsendelser, mens vejrudsigten i "Dit Vejr" sendes som et selvstændigt program med en tydelig programskiller. Ifølge TV 2 Danmark A/S adskiller "Dit Vejr" sig desuden fra de øvrige vejrudsigter ved ofte at have et yderligere indslag ud over en vejrudsigt.

TV 2 Danmark A/S påpeger, at medierne fremstiller det som værende problematisk, at "TV 2 Vejret" organisatorisk er placeret som en afdeling under TV 2 Nyhederne. Ifølge TV 2 Danmark A/S antager medierne, at vejrudsendelserne automatisk skal betragtes som nyheds- eller aktualitetsudsendelser. TV 2 Danmark A/S oplyser i den forbindelse, at afdelingens interne placering i TV 2 's organisation ikke har nogen betydning for, hvorvidt programmerne lovligt kan sponsoreres, idet det ifølge

TV 2 Danmark A/S udelukkende er det konkrete indhold, der er afgørende for en sådan vurdering.

Vejrudsendelser kan efter TV 2 Danmark A/S' opfattelse således ikke betragtes som nyhedsprogrammer, idet der alene er tale om formidling af faktuelle oplysninger, ligesom de ej heller falder indenfor definitionen af aktualitetsprogrammer i § 30, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen: *"Ved aktualitetsprogrammer forstås i denne bekendtgørelse alene programmer, der direkte vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssig betydning, såsom programmer der består af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger til nyheder, aktuelle begivenheder m.v."*

Ifølge TV 2 Danmark A/S fremgår det, at Radio- og tv-nævnet i tidligere afgørelser har slået fast, at vejrudsendelser, der sendes som et selvstændigt program, lovligt kan sponsoreres, jf. f.eks. nævnets tidligere praksis i sagen *"TV 2 Vejret Super Dæk Service - afgørelse af 1. september 2006"*, hvor Super Dæk Service sponsorerede *"TV 2 Vejret"*.

TV 2 Danmark A/S redegør efterfølgende for de sager om sponsoreret indhold, der har været genstand for medieomtale inden for den seneste tid.

Samarbejdet med "Visit Læsø" i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S oplyser, at *"TV 2 Vejret"* i *"corona-sommeren"* 2020 havde fokus på ferier i Danmark. I den forbindelse optog *"TV 2 Vejret"* udsendelser i hele Danmark, blandt andet var *"TV 2 Vejret"* i Skælskør, Aarhus, Lolland, Sydfyn, Kerteminde, Lynæs, Korsør, Aalborg, Skagen og Enø. Ifølge TV 2 Danmark A/S var det derfor nærliggende og et relevant redaktionelt valg, at *"TV 2 Vejret"* også optog indslag fra og om Læsø.

Ifølge TV 2 Danmark A/S skulle *"TV 2 Vejret"* vise, at Læsø udover at være en dansk ferieø, også rummede mange gode historier med relation til vejret, ferie, udeliv, livsstil, kultur- og naturgeografi osv. På den baggrund indgik *"TV 2 Vejret"* således en aftale om sponsoreret indhold med *"Visit Læsø"*.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at *"TV 2 Vejret"* på et møde med *"Visit Læsø"* og deres mediebureau præsenterede en idé-bruttoliste på ca. 15 redaktionelle relevante historier, som *"TV 2 Vejret"* gerne ville lave på Læsø. Under mødet opstod der idéer til flere historier. Efter mødet udvalgte *"TV 2 Vejrets"* redaktion ud fra idé-bruttolisten de mest relevante og redaktionelt interessante historier. I forlængelse heraf blev Læsø Turistkontor involveret for

at hjælpe med at fremskaffe kontaktinformationer mv. på kilder og andre relevante parter.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "TV 2 Vejret" efterfølgende planlagde manuskripter, opbygning af historier med kilder osv. Herefter blev de relevante historier produceret i løbet af den uge, hvor "TV 2 Vejret" var på Læsø.

Det fremgår, at "TV 2 Vejrets" redaktion valgte at bringe følgende historier:

Saltsydning:

Historien om, hvordan det lave og salte vand rundt om Læsø er perfekt til at saltsyde.

Hummerfiskeri:

Vi tager ud på havet og for at opleve vejret derude og fiske hummer.

Tangtage:

Hvordan man har brugt naturen og havet til at bygge tage.

Landhævning:

Øen løfter sig flere mm. hvert år, og derfor er Læsø siden den sidste istid vokset med et areal svarende til flere fodboldbaner.

"Tangpige":

Fra havet til munden, en lokal iværksætter plukker sin egen tang.

Kæmpesten:

Istiden førte store sten til Danmark, de største røg først ud af isen, og derfor har Læsø, øen langt mod nord, mange store sten den dag i dag.

TV 2 Danmark A/S har uploadet fire indslag, som omhandlede fire af de ovenfor seks beskrevne historier, som "TV 2 Vejret" bragte.

I forbindelse med "TV 2 Vejrets" indslag om Læsø oplyser TV 2 Danmark A/S, at Læsø Posten bragte en artikel om samarbejdet med "TV 2 Vejret". I artiklen blev Læsøs turistchef citeret for, at udsendelsens omdrejningspunkt, udover selve vejret, var at få et budskab ud om Læsøs attraktioner med fokus på naturen, havet, de gode råvarer "tang og salt". Herudover blev samarbejdet beskrevet som "en branding-kampagne", at de havde "booket fem udsendelser", samt at turistchefen havde overværet optagelserne. Læsø Posten havde derudover talt med en repræsentant for "Visit Læsøs" mediebyureau, som udtalte sig om deres forventninger til, hvor mange visninger tv-indslagene og artiklerne på TV 2.dk.

TV 2 Danmark A/S påpeger, at TV 2 Danmarks A/S efter offentliggørelsen af artiklen kontaktede "Visit Læsø" for at gøre opmærksom på, at fremstillingen af samarbejdet ikke kunne genkendes af TV 2 Danmark A/S.

TV 2 Danmarks A/S oplyser, at sponsorer oftest vil vurdere en samarbejdsaftale ud fra, hvilke afledte positive effekter aftalen kan have for deres virksomhed eller organisation, samt at der ikke er mange sponsorer, som yder støtte til et givent program eller et event alene af "altruistiske årsager". Derfor anfører TV 2 Danmark A/S, at sponsorerens bevæggrunde utvivlsomt mest af alt baseres på ønsket om at skabe opmærksomhed omkring et givent emne, som sponsorerne selv har en interesse i. TV 2 Danmark A/S anerkender dette, men TV 2 Danmark A/S understreger, at udtalelserne i Læsø Posten gav indtryk af, at "Visit Læsø" havde haft bestemmende indflydelse på indholdet af indslagene, hvilket på ingen måde var korrekt.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at repræsentanten for "Visit Læsøs" mediebyureau efterfølgende har udtalt, i en artikel i Jyllands-Posten den 15. november 2022, at "Visit Læsø" ikke havde nogen indflydelse på de redaktionelle indslag. Årsagen til, at turistchefen og repræsentanten havde været med under optagelserne var, at de havde kendskab til lokalmiljøet og befolkningen, og at dette var medvirkede til at de besøgte lokationer var åbne til trods for corona.

TV 2 Danmark A/S anfører, at Læsøindslagene, set i forhold til "TV 2 Vejrets" øvrige vejrprogrammer og historier, som sendes fra andre steder i Danmark, både emne- og udformningsmæssigt lå på linje hermed. Indslagene i "Dit Vejr" fra Læsø adskilte sig derfor ikke fra de øvrige "Dit Vejr"-programmer, som henover sommeren 2020 også blev bragt uden at have modtaget produktionsstøtte. TV 2 Danmark har uploadet fire eksempler herpå: *Nyborg Marina – 7. maj 2020*, *Klinteskoven på Møn – 9. maj 2020*, *Faxe Kalkbrud – 13. juni 2020*, og *Egely Frugtplantage – 20. august 2020*.

Samarbejdet med Tysk Turist Information i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S oplyser, at Tysk Turist Information henvendte sig i 2020 til "TV 2 Vejret" angående et cykelevent, hvor der skulle cykles fra København til Berlin.

Henset til "Dit Vejrs" almindelige redaktionelle linje oplyser TV 2 Danmark A/S, at "TV 2 Vejrets" redaktion vurderede, at

cykelturens indhold og tv-fortællingerne herom ville være relevante, især pga. afdækningen af vejret, naturen og livsstile.

Ifølge TV 2 Danmark A/S var den redaktionelle begrundelse for cykeltursindslagene, at seerne sammen med cyklisterne ville opleve vejret, naturen og kulturen, samt følge cyklisternes tur gennem Danmark og Tyskland. Samtidig var cykelturen et eksempel på en bæredygtig, klimavenlig og alternativ ferieform, som især i sommeren 2020 var relevant pga. coronarestriktionerne.

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at "TV 2 Vejret" tidligere har dækket cykelhistorier og blandt andet også har cyklet med Rynkeby til Paris, hvorfor dækningen af cykelturen til Berlin ikke var et usædvanligt redaktionelt valg.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "TV 2 Vejret" ud fra ruten fra København til Berlin planlagde i alt fem forskellige indslag med vejret, naturen osv., som alle tog udgangspunkt i ruten.

TV 2 Danmark A/S oplyser videre, at Tysk Turist Information undervejs i det redaktionelle forløb kom med input til indslagene, og at de blandt andet hjalp med at skaffe en dronetilladelse og filmtilladelse i Berlin. Herefter var det "TV 2 Vejret", som planlagde de konkrete indslag, der skulle laves på turen, både i forhold til logistikken og selve indholdet, hvorfor Tysk Turist Information ikke havde nogen indflydelse på valget af indslagernes indhold eller udformning.

TV 2 Danmark A/S anfører, at "TV 2 Vejret" undervejs på turen til Berlin også flere gange ændrede på stilen og indholdet af de oprindeligt planlagte indslag, da indslagene også blev påvirket af oplevelserne undervejs. Beslutningerne om ændringerne blev dog udelukkende taget af redaktionen uden en involvering eller konsultation af Tysk Turist Information.

Det fremgår, at "TV 2 Vejrets" redaktion valgte at bringe følgende indhold i indslagene:

Dag 1 – 29. august 2020:

Der sendes live fra Stege, hvor turlederen fortæller om cykling som bæredygtig ferieform og vejrets betydning for cyklisterne. Der er et tilbageblik på afgangens fra Rådhuspladsen i København.

Dag 2 – 30. august 2020:

Der indledes med et tilbageblik på regnvejrsstarten i København. Deltagerne er nået til Sydsjælland og Møn i fint vejr, og dagens etape ender i wellness-byen Warnemünde.

Dag 3 – 31. august 2020:

Afgang fra Warnemünde. Der fortælles om Warnemündes spaoplevelser og vejrets helbredende evne, og der gives en vejrelateret snak om byen.

Der er fokus på den bæredygtige ferieform i interview med de cyklende deltagere.

Der er indslag om naturområder med kæmpe søer, der sammenlignes med Silkeborgsøerne. Der tales om skift fra kystklima til fastlandsklima.

Dag 4 – 2. september 2020:

Dagens etape går gennem et naturområde, som er dannet af sidste istid. Der er fokus på en kæmpe sø, og at der kan være forskelligt vejr i hver ende af søen.

Der gøres et kulturelt stop ved et slot, og deltagere interviewes om vejret og cykling med fokus på den bæredygtige ferieform i forhold til f.eks. flyrejser.

Dag 5 – 4. september 2020:

Sidste dag med mål i Berlin. Der er fokus på floden Havel, som cyklisterne er cyklet igennem der både afvander området, men som også er brugt til transport af millioner af tegl/mursten til genopbygning af Berlin.

Der er fokus på cykelture som ferieform og på ændringer i vejr/klima. Undervejs på cykelturen er deltagerne nået ned i et område, som er 2 grader varmere, end dér hvor man startede.

TV 2 Danmark A/S har uploadet fem indslag, som omhandlede de ovenfor beskrevne dagshistorier, som "TV 2 Vejret" bragte.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at de to første indslag foregik i Danmark, og at der ud over omtalen af et par kulturelle oplevelser undervejs, udelukkende var fokus på vejrrelaterede emner og cykling som bæredygtig ferieform.

Samarbejdet med CODAN Forsikring i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "TV 2 Vejret" i efteråret 2021 havde fokus på vejrets indflydelse, herunder vejrskader på infrastruktur, huse og sommerhuse. TV 2 Vejrets-redaktion indledte på den baggrund en dialog med CODAN Forsikring om et sponsorsamarbejde.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "TV 2 Vejret" præsenterede CODAN Forsikring for en idé-bruttoliste. Ud fra denne liste valgte "TV 2

Vejret" de indslag, der blev produceret. TV 2 Danmark A/S fremhæver, at alle indslagene tog udgangspunkt i, hvordan vejret og klimaændringerne kunne påvirke boliger.

Ifølge TV 2 Danmark A/S forsynede CODAN Forsikring redaktionen med statistik og forsikringssagserfaringer som baggrundsinformation.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at der på baggrund af samarbejdet blev produceret i alt fire indslag til "Dit Vejr" med følgende temaer: vand-, vind-, storm- og lynskader.

TV 2 Danmark A/S anfører, at en skadesdirektør bidrog med råd om ejendomsbeskyttelse i forhold til vejret i tre af de fire indslag. Ifølge TV 2 Danmark A/S var det ikke en betingelse for CODANs økonomiske tilskud til produktionen, at repræsentanten skulle være fra CODAN, men skadesdirektøren blev foreslået som én med nødvendig erfaring og viden inden for området. "TV 2 Vejrets-redaktion" fandt det imidlertid relevant at bruge skadesdirektøren, fremfor at der skulle findes en anden ekspert.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at skadesdirektøren efter TV 2 Danmark A/S' sædvanlige praksis for brug af kilder/eksperter, blev angivet med navn, titel og firma undervejs i indslagene. Herudover blev der hverken direkte eller indirekte nævnt noget om forsikringer eller fremhævelser af CODAN Forsikring i nogen af indslagene.

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at skadedirektøren, ifølge TV 2 Danmark A/S' generelle retningslinjer for sponsorerede samarbejder, som udgangspunkt blot skulle være tituleret som ekspert inden for det pågældende fagområde, men idet han udelukkende rådgav om, hvordan man undgik skader, var der ifølge "TV 2 Vejrets-redaktion" ikke nogen form for fremhævelse af CODAN Forsikring eller deres produkter i den tekstmæssige kreditering.

TV 2 Danmark A/S har uploadet fire indslag, som omhandlede nogle af de historier, som "TV 2 Vejret" bragte herom.

Samarbejdet med Alkohol&Samfund og TrygFonden i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live":

TV 2 Danmark A/S oplyser, at "GO'-redaktionen" finder det redaktionelt relevant at belyse emner, som berører en stor del af befolkningen og alle aldersgrupper, og derfor har de igennem tre år haft et samarbejde med organisationen Alkohol&Samfund og TrygFonden vedrørende danskernes alkoholvaner.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at Alkohol&Samfund og TrygFonden som led i samarbejdet har ydet produktionsstøtte til en række indslag i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" i uge 40.

TV 2 Danmark A/S oplyser i den forbindelse, at uge 40 er dén uge, hvor Alkohol&Samfund hvert år gennem en lang årrække har fokuseret på alkoholvaner og alkoholproblemer.

TV 2 Danmark A/S anfører, at samarbejdets fokus i uge 40 i 2022 var de 763.000 danskere, der hver uge drak mere end 10 genstande.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at der i løbet af uge 40 i 2022 blev sendt i alt 20 indslag i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live". Indslagene bestod både af interviews med case-personer, eksperter, indslag med rådgivere fra Alkolinjen, samt bandede indslag med 'testimonials' fra personer, der har skåret ned på deres alkoholforbrug.

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at Alkohol&Samfund, som led i samarbejdet, stillede nogle medarbejdere fra Alkolinjen til rådighed. Under indslagene sad rådgiverne i studiet og tog imod opkald fra seerne. Herudover bidrog Alkohol&Samfund med input til case-emner, generel faglig sparring samt data i form af undersøgelser og analyser.

TV 2 Danmark A/S har udvalgt og uploadet nitten indslag, som omhandlede indslagene, som blev bragt i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live".

TV 2 Danmark A/S' sammenfatning:

Ifølge TV 2 Danmark A/S har den måde, som TV 2 Danmark A/S har anvendt sponsoreret indhold på været i overensstemmelse med tv-lovgivningens krav, herunder navnlig kravet om redaktionel selvstændighed.

I den forbindelse understreger TV 2 Danmark A/S, at det er en klar forudsætning ved såvel TV 2 Danmark A/S' indgåelse af sponsoraftalerne og undervejs i processen, at TV 2 Danmark A/S har den fulde redaktionelle selvstændighed over både programindhold, programsætning og placering af det sponsorerede programindhold. Dette gælder uanset, om der er tale om et sponsoreret program eller ej.

TV 2 Danmark A/S understreger, at det er vigtigt for TV 2 Danmark A/S at værne om den redaktionelle selvstændighed og sikre seerne en oplevelse af høj troværdighed. Derfor har ingen af sponsorerne haft nogen bestemmende indflydelse på det endelige

indhold i programmerne eller programsætningen heraf. Dette indebærer, at en sponsor ikke via et sponsorat kan sikre sig dækning af bestemte emner.

TV 2 Danmark A/S påpeger, at TV 2 Danmark A/S alene dækker emner og temaer, hvis de vurderes redaktionelt relevante, hvorfor sponsorer heller ikke kan sikre sig, at sponsorerede programmer udformes på en bestemt måde, hverken i form af konkret omtale (positiv indflydelse) eller ved at forpligte TV 2 Danmark A/S til at undlade oplysninger (negativ indflydelse).

Ifølge TV 2 Danmark A/S påvirker det derfor ikke den redaktionelle selvstændighed, at:

- Sponsor har en interesse i et emne, der behandles i et sponsoreret program
- Den oprindelige idé til et sponsorsamarbejde er opstået hos sponsor
- Bidraget fra sponsor har skabt det økonomiske grundlag for produktionen eller styrket kvaliteten af indholdet

TV 2 Danmark A/S oplyser afslutningsvis, at ingen af sponsorerne har kunnet købe sig til positiv omtale i "TV 2 Vejret", samt at ingen af sponsorerne har haft indflydelse på den redaktionelle selvstændighed og det sponsorerede indhold. TV 2 Danmark A/S har herunder ikke haft nogen indtægter "ved at sælge skjulte indslag, som har været motiveret af en sponsorbetaling", idet der ikke er vist sådanne indslag.

Supplerende høring

Ved supplerende høring af 22. marts 2023 blev TV2 Danmark A/S bedt om at indsende følgende oplysninger:

- Overgangen fra TV2 Nyhederne (eller de nyhedsprogrammer) som vises umiddelbart 30 sekunder inden og 30 sekunder efter alle de uploadede indslag i TV2 Vejret "Dit Vejr" og "GO'-programmerne."
- Det oprindelige indslag vedrørende "Super Dæk Service", der blev sendt i TV2 Vejret den 5. december 2005, og som Radio- og tv-nævnet traf afgørelse om den 1. september 2006
- Det oprindelige indslag vedrørende programserien "Go' Appetit", som blev sendt henholdsvis den 25. januar, 1. februar og den 7. februar 2016, og som Radio- og tv-nævnet traf afgørelse om den 6. april 2016

Derudover fremgår det af TV2 Danmark A/S' høringssvar af 30. januar 2023, at "mens de almindelige vejrudsigter indgår som et indslag i TV2's nyhedsudsendelser, bliver vejrudsigten i "Dit Vejr"

sendt som et selvstændigt program med en tydelig programskiller" samt at "Dit Vejr" adskiller sig fra de øvrige vejrudsigter ved ofte at have et yderligere indslag ud over en vejrudsigst. Imidlertid fremstår det uklart af de uploadede indslag, hvori den tydelige programskiller forekommer mellem vejrudsendelsen og indslagene om Læsø, Tyskland og CODAN.

TV2 Danmark A/S blev derfor bedt om redegøre for, hvor den tydelige programskiller forekommer mellem TV2 Vejrets indhold og de uploadede indslag om Læsø, Tyskland og CODAN.

Desuden blev TV2 Danmark A/S bedt om at redegøre for, hvorfor indslagene i TV 2 Vejret "Dit Vejr" er "ikke-vejrelateret indslag" og ikke indeholder emner, der har en direkte nyhedsmæssig værdi.

TV 2 Danmark A/S' supplerende høringsvar

Den 31. marts 2023 fremsendte TV 2 Danmark A/S et supplerende høringsvar bilagt oversigt over programflowet på hverdage for GO' Morgen Danmark og oversigt over programflowet på hverdage for GO' Aften Live.

TV2 Danmark A/S oplyser, at "Dit vejr" er et selvstændigt program adskilt fra TV2 Nyhederne såvel som andre programmer, herunder andre nyhedsprogrammer. Programmet er en vejrudsendelse på 4 – 5 minutter, der som udgangspunkt sendes alle dage inden 18-Nyhederne.

Programafviklingen før, under og efter "Dit Vejr" ser således ud på hverdage:

17:20 – ca. 17:50: 'GO' Aften Live'

Ca. 17:50 – 17:55: Reklameblok

17:55 – 18.00: 'Dit Vejr' afsluttet med en programgrafik og evt. et programponsorskilt

18:00: Nyhederne indledt med en programgrafik

I weekenderne vil der blive vist et andet program end 'GO' Aften Live' inden "Dit Vejr", og dette kan være af varierende længde, men herudover er programflowet det samme som nævnt ovenfor.

Programmet 'Dit Vejr' er som nævnt en vejrudsendelse, der enten består af én lang vejrudsigst, eller af en kortere vejrudsigst efterfulgt af et indslag med en viderestilling til en anden vejr vært,

som befinder sig på en given lokation et sted i landet eller udlandet. Herfra berettes der med udgangspunkt i et klima- eller vejrrelateret emne om det pågældende sted eller en aktivitet af en art.

TV2 Danmark A/S oplyser videre, at når der i TV 2's høringsvar af 30. januar 2023 refereres til, at "Dit Vejr" sendes "*som et selvstændigt program med en tydelig programskiller*", skal dette forstås således, at det samlede program ('Dit Vejr') er tydeligt adskilt fra de omkringliggende programmer, og at det dermed – i modsætning til de vejrudsigter, der indgår som en integreret del af TV 2's nyhedsudsendelser (f.eks. 18-Nyhederne) – kan sponsoreres.

Derudover oplyser TV2 Danmark A/S, at "Dit Vejr", som nævnt er en vejrudsendelse, og at de indslag, der i "Dit Vejr" indgår som et supplement til selve vejrudsigten i programmet, netop er vejrrelaterede. De tager som nævnt alle udgangspunkt i et klima- eller vejrrelateret emne, og har typisk fokus på livsstils- og fritidsbeskæftigelser, der foregår udendørs.

Som nævnt i TV 2's høringsvar af 30. januar 2023 kan vejrudsendelser derfor efter TV 2's opfattelse ikke betragtes som nyhedsprogrammer, idet der er tale om formidling af faktuelle oplysninger, ligesom de ej heller ses at falde indenfor definitionen af aktualitetsprogrammer i § 30, stk. 3, i bekendtgørelse om reklame og sponsorering: "*Ved aktualitetsprogrammer forstås i denne bekendtgørelse alene programmer, der direkte vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssig betydning, såsom programmer der består af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger til nyheder, aktuelle begivenheder m.v.*".

Det gælder vejrudsigter såvel som de indslag, der i 'Dit Vejr' supplerer selve vejrudsigten i programmet. Det er på denne baggrund TV 2's opfattelse, at 'Dit Vejr' og/eller indslag undervejs i udsendelsen, lovligt kan sponsoreres.

I øvrigt oplyser TV2 Danmark A/S, at ét af de uploadede klip vedrørende "Dit Vejr" ikke indgår i helt samme programflow som skitseret i høringsvaret. På grund af Tour de France var programplanen skubbet i slutningen af august 2020, og "Dit Vejr" blev derfor mod sædvane efterfulgt af en reklameblok. Normalt ligger denne *inden* vejrudsendelsen.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 22. juni 2023 i henhold

til § 78, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven, og § 5, stk. 1, i forretningsordensbekendtgørelsen behandlet sagen og skal udtale:

Sponsorering:

Radio- og tv-nævnet behandler sager og træffer afgørelse om identifikation af sponsor og sponsorering af programmer, jf. § 44, nr. 4, jf. §§ 79, 80, 81, 83 og 84, i radio- og fjernsynsloven, samt træffer afgørelse om spørgsmål om tilskyndelse til afsætning m.v. i sponsorerede programmer, jf. § 44, nr. 5, jf. §§ 82 og 85, i radio- og fjernsynsloven, samt jf. § 38, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgående partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), jf. kapitel 4 i reklamebekendtgørelsen.

Det fremgår af § 49, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven, at sponsorerede programmer kan indgå i en programvirksomhed efter reglerne i kapitel 11 i radio- og fjernsynsloven.

Det fremgår af § 79, i radio- og fjernsynsloven, samt § 24, i reklamebekendtgørelsen, at sponsorering af programmer defineres som enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af programmer i radio, fjernsyn, herunder tekst-tv-sider, og on demand- audiovisuelle medietjenester fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse, udbud eller produktion af programmer i radio, fjernsyn eller on demand-audiovisuelle medietjenester, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, logo, image, aktiviteter eller produkter.

Når en udbyder af radio, fjernsyn eller on-demand audiovisuel medietjeneste modtager et direkte eller indirekte tilskud fra en person eller virksomhed til finansieringen af et program for derigennem at fremhæve giveren eller dennes produkter mv., er der således tale om et sponsoreret program. Ved sponsorering giver sponsoren et tilskud til finansieringen af et program, som bliver sendt på en radio eller tv-station, i modsætning til en reklame, hvor virksomheden udelukkende betaler en radio- eller tv-station for at reklamere for virksomheden.

Af det fremsendte materiale samt af høringssvaret af 30. januar 2023 fra TV 2 Danmark A/S fremgår det, at der mellem de fire aftaleparter og TV 2 Danmark A/S er indgået fire forskellige kommercielle samarbejder. Samarbejdet er beskrevet i de fire samarbejdsaftaler (TV 2 Branded Content), hvoraf det fremgår, at samarbejderne indebærer direkte sponsoreringer i form af kontante bidrag til programproduktion, dvs. produktionsstøtte.

På baggrund af TV 2 Danmark A/S' hørings svar samt de foreliggende samarbejdsaftaler, herunder at de respektive samarbejder indebærer et økonomisk bidrag til produktionen, lægger Radio- og tv-nævnet til grund, at der i alle fire samarbejdsaftaler er tale om sponsorering, jf. definitionen i § 79, i radio- og fjernsynsloven samt § 24, i reklamebekendtgørelsen.

Forbud mod sponsorering:

Det fremgår af § 84, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 30, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke må sponsoreres.

Radio- og tv-nævnet skal indledningsvis bemærke, at der ikke umiddelbart i forordet til AVMS-direktivet eller i artikel 10, nr. 4, i AVMS-direktivet eller noterne i Karnov til § 84, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven eller i de almindelige og specielle bemærkninger til radio- og fjernsynsloven, fremgår nogen definition af, hvad der skal forstås som nyhedsprogrammer.

Imidlertid fremgår det af ESCORT 2007, som er de europæiske public service-tv og radiostationers forslag til programkategorisering, som kan anvendes både til radio og tv, at der ved nyhedsprogrammer forstås oversigtsudsendelser i formatet bulletiner, der indholdsmæssigt vedrører nyheder af alle emner, som er udvalgt efter journalistisk vurdering, herunder nyheder om trafik, vejr og sport.

Denne definition blev blandt andet lagt til grund ved udbud af digital service-radiokanal med fokus på kultur, jf. bekendtgørelse nr. 719 af 9. juli 2019.

Radio- og tv-nævnet har lagt denne definition af nyhedsprogrammer sammen med nævnets praksis, jf. nedenfor, til grund for vurderingen af, hvorvidt indslagene i henholdsvis "TV 2 Vejrets" udsendelser i "Dit Vejr" samt indslagene i "GO ' Morgen Live" og "GO ' Aften Live" er at betragte som et nyhedsprogram eller ej.

Det fremgår af definitionen af aktualitetsprogrammer i § 30, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen, at der ved aktualitetsprogrammer forstås alene programmer, der direkte vedrører nyheder af politisk eller samfundsmæssig betydning, såsom programmer der består af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger til nyheder, aktuelle begivenheder m.v. Derudover fremgår det af definitionen i ESCORT 2007, at indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil ikke skal forstås som aktualitet.

Radio- og tv-nævnet har lagt reklamebekendtgørelsens definition af aktualitetsprogrammer sammen med nævnets praksis, jf. nedenfor, til grund for vurderingen af, hvorvidt indslagene i henholdsvis "Dit Vejr" samt indslagene i "GO' Morgen Live" og "GO' Aften Live" er at betragte som et aktualitetsprogram eller ej.

For så vidt angår indslagene, der er sponsoreret af "Visit Læsø", Tysk Turist Information og CODAN Forsikring, fremgår det, at indslagene bliver vist og indgår i programmet "Dit Vejr".

Det fremgår endvidere af indslagene, at "Dit Vejr"-programmerne starter med en billed- og lydmæssig indledning, samt studieværternes introduktion til indslaget emne og en efterfølgende overgang til selve indslaget.

Det fremgår desuden af høringssvarene og af de uploadede indslag, at indslagene i "Dit Vejr" er lokale og både indeholder formidling af generelle og faktuelle oplysninger og til en vis grad vejrrelaterede emner, men samtidig også indeholder formidling af bredere livsstils- og fritidsemner. I dette tilfælde vedrører indslagene, der er sponsoreret af "Visit Læsø", Tysk Turist Information og CODAN Forsikring, generelle og faktuelle oplysninger om henholdsvis seværdigheder, rejseformer og hvordan man kan undgå skader på ejendomme.

Endvidere fremgår det af høringssvarene, at "Dit Vejr" sendes som selvstændige programmer med en tydelig programskiller i forhold til programmerne før og efter, modsat de normale vejrudsigter der indgår som en integreret del i TV 2's almindelige nyhedsudsendelser.

Ydermere fremgår det af høringssvarene og af de uploadede indslag, at indslagene adskiller sig fra de vejrudsigter, der indgår som en integreret del i TV 2's almindelige nyhedsudsendelser, ved at have "ikke-vejrrelateret indslag" og ikke indeholder emner, der har en direkte nyhedsmæssig værdi.

Indslagene består heller ikke direkte af kommentarer til nyheder eller holdninger af politisk eller samfundsmæssig betydning, eller til aktuelle begivenheder m.v., da indslagene omhandler emner af mere generel karakter.

For så vidt angår indslagene, der er sponsoreret af Alkohol&Samfund og TrygFonden, fremgår det, at indslagene bliver vist og indgår i "GO' Morgen Lives-" og "GO' Aften Danmarks" programmer.

"GO´ Morgen Lives-" og "GO´ Aften Danmarks" programmer starter med en billed- og lydmæssig indledning, samt studieværternes indledende velkomstord. Præsentationen af udsendelsen samt de øvrige indslag i udsendelsen, herunder foromtaler af kommende indslag, sker herefter fortløbende i programmerne.

Til trods for "GO´"-programmernes samlede opbygning og forløb, herunder værternes konkrete præsentation af de enkelte indslag og de ensartede grafiske elementer, samt udsendelsernes afsluttende del med visninger af rulletekster med information om redaktionen m.v., skal det bemærkes, at der ikke er nogen tæt tidsmæssig sammenhæng mellem udsendelsen af programmets indslag og de til indslagene indeholdte begivenheder og udtalelser.

Indslagene i programmerne indeholder isoleret set ikke emner, der har en direkte nyhedsmæssig værdi, men fremstår som faktuelle og generelle oplysninger, samt formidling af bredere livsstils- og fritidsemner. I dette tilfælde vedrører indslagene generelle og faktuelle oplysninger om danskernes alkoholvaner og livsstile.

Indslagene består heller ikke af kommentarer til nyheder eller politiske holdninger til nyheder, eller til aktuelle begivenheder m.v.

På baggrund heraf og med henvisning til henholdsvis Radio- og tv-nævnets tidligere afgørelse af 1. september 2006 vedrørende klage over overtrædelse af sponsorreglerne i TV 2 Vejret, afgørelse af 3. oktober 2013 vedrørende sponsorering af programrækken "Supersygehuset" sendt på TV 2 Østjylland, afgørelse af 3. oktober 2013 vedrørende sponsorering af programrækken "Supersygehuset" sendt på TV MIDT-Vest og afgørelse af 28. oktober 2013 vedrørende sponsorering af programrækken "Metropol", har nævnet vurderet, at indslagene i "Dit Vejr" samt indslagene i "GO´ Morgen Danmark" og "GO´ Aften Live" lovligt kan sponsoreres.

Radio- og tv-nævnet betragter således hverken indslagene i "Dit Vejr" eller indslagene i "Go´ Morgen Live" og "GO´ Aften Danmark" som nyhedsprogrammer eller som aktualitetsprogrammer, jf. definitionen af nyhedsprogrammer i ESCORT 2007 og definitionen af aktualitetsprogrammer i § 30, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet bemærker i øvrigt, at "Dit Vejr-afdelingens" interne placering i TV 2's organisation i forhold til indslagene i "TV

2 vejrets" udsendelse i "Dit Vejr" ikke har nogen betydning for, hvorvidt programmerne lovligt kan sponsoreres, idet nævnet har lagt vægt på, at vejrudsigterne i "Dit Vejr" bliver sendt som et selvstændigt program med tydelige programskillere, og at indholdet af indslagene adskiller sig fra TV 2' øvrige vejrudsendelser.

Sponsorkreditering:

Sponsorerede programmer skal klart kunne identificeres ved, at sponsorens navn, logo eller andet symbol, sponsorens produkt, tjenesteydelse eller kendemærke er angivet enten ved programmets begyndelse, slutning eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet, jf. § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og af § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Sponsorkreditering af "Visit Læsø" i slutningen af de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S erkender, at grafikken med krediteringerne burde have været større og henviser i den forbindelse til Radio- og tv-nævnets afgørelse af 27. januar 2022 i sagen om Too Good To Go, hvor TV 2 Danmark A/S selv påpegede den underdimensionerede skriftstørrelse på krediteringen og efterfølgende har sikret, at den grafiske kreditering af produktionsstøttesponsor er større.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at fire ud af de seks aftalte sponsorerede indslag med "Visit Læsø" blev krediteret i afslutningen af "Dit Vejr"-udsendelserne ved en grafik i et hjørne af skærmen med ordlyden "Produceret med støtte fra Visit Læsø". Sidstnævnte var det officielle logo for "Visit Læsø".

TV 2 Danmark A/S oplyser dog, at krediteringen for de resterende to sponsorerede indslag på grund af en teknisk fejl skete inden vejrudsendelsen var helt afsluttet.

For så vidt angår de fire indslag, hvor selve krediteringen sker umiddelbart lige inden rulleteksterne, finder Radio- og tv-nævnet, at sponsorkrediteringen er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt. i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår de resterende to indslag, hvor krediteringen sker, inden vejrudsendelsen var helt afsluttet, finder Radio- og tv-nævnet, at sponsorkrediteringen er i strid med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet noterer sig, at fejlkrediteringerne er sket som følge af en teknisk fejl og derfor ikke skal udtale kritik af forholdet.

Radio- og tv-nævnet bemærker, at nævnet ved sin vurdering har lagt vægt på de indslag, som blev uploadet på serveren i forbindelse med høringsvaret den 30. januar 2023.

Sponsorkreditering af Tysk Turist Information i slutningen af de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S oplyser, at alle de aftalte sponsorerede indslag med Tysk Turist Information blev krediteret ved afslutningen af "Dit Vejr"-udsendelserne. Krediteringen fremgik ved en grafik i et hjørne af skærmen med ordlyden "Produceret med støtte fra Tyskland – Rejselandet". Sidstnævnte var det officielle logo for Tysk Turist Information.

Idet selve krediteringen sker umiddelbart lige inden rulleteksterne, finder Radio- og tv-nævnet, at sponsorkrediteringen er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Sponsorkreditering af CODAN Forsikring i slutningen af de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

TV 2 Danmark A/S fremhæver, at de pågældende fire udsendelser af "Dit Vejr" alle blev afsluttet med en sponsorkreditering med ordlyden "Produceret med støtte fra Codan".

Idet selve krediteringen sker umiddelbart lige inden rulleteksterne, finder Radio- og tv-nævnet, at sponsorkrediteringen er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Sponsorkreditering af Alkohol&Samfund og TrygFonden i slutningen af de uploadede indslag i "GO´ Morgen Danmark" og "GO´ Aften Live":

I forbindelse med, at Radio- og tv-nævnet har gennemset de pågældende indslag, har nævnet bemærket, at der undervejs i nogle af indslagene vises en skiller med teksten "*Flere end du tror – Mange af os drikker for meget*" samt at indslagene i vid udstrækning indeholder små krediteringsbjælker i højre hjørne med teksten "*Flere end du tror*".

Derudover har nævnet bemærket, at der i nogle af indslagene indgår kampagnevideoer, som afsluttes med en bjælke, hvor der står "*Flere end du tror. Mange af os drikker for meget*" og en

oplæsning af sætningen *"Men vi kan få hjælp til at drikke mindre"*. Endvidere afsluttes nogle af indslagene med krediteringsbjælken *"Flere end du tror. Mange af os drikker for meget"*, samt at indslagene *"Præsenteres af TV2 Danmark A/S i samarbejde med Alkohol&Samfund og TrygFonden"*, hvoraf også Alkohol&Samfunds og TrygFondens logoer samt TV 2 Danmark A/S' eget logo fremgår og andre alene af *"Produceret af Nordisk Film TV for TV2 Danmark"*.

For så vidt angår skillerne, som bliver vist undervejs i indslagene, fremhæver TV 2 Danmark A/S, at det var *"GO'-redaktionen"* der, som led i samarbejdet med Alkohol&Samfund og TrygFonden, udviklede temaet *"Flere end du tror"* med den dertilhørende grafik, samt at alt det indhold, der blev vist på sendefladerne i forbindelse med temaet, blev udviklet af *"GO'-redaktionen"*. Ifølge TV 2 Danmark A/S vises skillerne som en visuel reminder om selve temaet, mens selve krediteringen af produktionsstøtten fra Alkohol&Samfund og TrygFonden først vises efter afslutningen af de pågældende programafsnit.

Radio- og tv-nævnet bemærker, at det symbol der anvendes i skillerne undervejs i indslagene også optræder i den afsluttende sponsorkreditering sammen med Alkohol&Samfunds og TrygFondens logoer samt TV 2 Danmark A/S' eget logo. Hertil har TV 2 Danmark A/S oplyst, at dette symbol er udviklet selvstændigt af *"GO'-redaktionen"*.

Radio- og tv-nævnet bemærker imidlertid, at symbolet udspringer af det betalte samarbejde mellem Alkohol&Samfund og TrygFonden, jf. branded content samarbejdsaftale mellem TV Danmark og Alkohol&Samfund og TrygFonden. Desuden indgår symbolet tillige i forbindelse med markedsføringen af alkoholkampagnen i uge 40 med andre aktører som afsender, f.eks. kommuner eller offentlige institutioner og myndigheder, hvor TV2 Danmark A/S' eget logo ikke fremgår, hvorfor symbolet ikke alene associeres til et samarbejde med TV2 Danmark A/S. Det vurderes derfor, at symbolet ud fra en samlet og konkret helhedsvurdering med rette kunne knyttes til selve sponsoreringen af indslagene.

Det er herefter Radio- og tv-nævnets vurdering, at symbolet fungerer som sponsorkreditering, og derfor er i strid med sponsorkrediteringsreglerne. Nævnet bemærker hertil, at der også løbende i indslagene optræder små krediteringsbjælker med det samme symbol i højre hjørne, som ligeledes ud fra ovenstående betragtninger strider mod sponsorkrediteringsreglerne, da det vurderes, at disse krediteringsbjælker på tilsvarende vis således fungerer som sponsorkreditering.

TV 2 Danmark A/S påpeger i høringssvaret, at de ved sponsorsamarbejder på "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" har haft en praktisk udfordring ved at lave tidsmæssige adskillelser af selve indslaget og krediteringen af sponsoren ved programblokkens afslutning.

TV 2 Danmark A/S oplyser desuden i høringssvaret, at de tidligere har valgt at fortolke § 80, i radio- og fjernsynsloven således, at sponsorkreditering af enkeltstående indslag skete i umiddelbar forlængelse af selve indslaget. I den forbindelse fremgår det af afgørelsen af 27. januar 2022 vedrørende Too Good To Go, at TV 2 Danmark A/S tidligere har oplyst, at "GO' Morgen Danmark" erfaringsmæssigt ses mere fragmentarisk end andre programmer, idet det netop er sammensat således, at de enkelte indslag kan ses uafhængigt af hinanden, og dermed kan indpasses i den enkelte seers morgenprogram, hvorfor en kreditering til slut i de enkelte programafsnit derfor næppe vil blive set af alle de seere, der har set indslaget i den forgangne halve time.

Imidlertid fremgår det af høringssvaret, at TV 2 Danmark A/S også har erkendt, at det var en fejl, at visse af krediteringerne i sponsoreringsindslaget med Too Good To Go lå i løbet af programmet i forbindelse med visningen af selve indslagene omkring madspild, samt oplyst, at man har taget denne afgørelse til efterretning, og efterfølgende har placeret krediteringerne af samarbejdspartnere på sponsoreret indhold til slut i den programblok, hvori indslagene har været vist.

Radio- og tv-nævnet kan dog konstatere, at denne ændring i praksis fra TV2 Danmark A/S' side ikke er blevet fulgt i de givne programmer, og nævnet finder, at det ikke gør nogen forskel for vurderingen, at både "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" er fragmenterede programmer, som er sammensat af enkelte uafhængige indslag.

På baggrund heraf og sammenholdt med det fremsendte materiale, finder Radio- og tv-nævnet, at skillerne og de små krediteringsbjælker i højre hjørne, som bliver vist undervejs i indslagene, udgør en sponsorkreditering, og at de er i strid med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår krediteringen, som bliver vist i afslutningen af indslagene, bemærker nævnet, at selve krediteringen – i de tilfælde, hvor det er sket – er sket lige inden rulleteksterne. Radio- og tv-nævnet finder, at denne sponsorkreditering er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og

fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen. Imidlertid bemærker nævnet, at denne kreditering ikke har været konsekvens og lige tydelig igennem alle de indslag, som TV2 Danmark A/S har fremsendt. Radio- og tv-nævnet finder derfor, at i visse tilfælde har denne sponsorkreditering ikke været overholdt og dermed været i strid med reglerne.

Radio- og tv-nævnet konstaterer i øvrigt, at TV2 Danmark A/S i efteråret 2022 besluttede helt at ophøre med sponsorsamarbejder i "GO'-fladen" samt sponsoreret indhold i "TV 2 Vejret".

Samlet varighed af angivelsen af sponsorerne i indslagene:

For så vidt angår de uploadede indslag, som er sponsoreret af henholdsvis "Visit Læsø", Tysk Turist Information og CODAN Forsikring, har nævnet bemærket, at den samlede varighed af angivelsen af hver af de tre sponsorer i de forskellige indslag ikke er oversteget de tilladte 10 sekunder, jf. § 26, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår de uploadede indslag, som er sponsoreret af Alkohol&Samfund og TrygFonden, har nævnet bemærket, at den samlede varighed af angivelsen af Alkohol&Samfund og TrygFonden i de forskellige indslag har oversteget de tilladte 10 sekunder, jf. § 26, stk. 3, i reklamebekendtgørelsen. Radio- og tv-nævnet har dog ikke fundet grundlag for at påpege dette forhold yderligere, idet tidsoverskridelserne alene er på nogle få sekunder, og overskridelserne er af begrænset omfang i indslagene.

Fremhævelse af og tilskyndelse til køb af varer/tjenesteydelser:

Et sponsoreret program må ikke tilskynde til afsætning af sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser, eller promovere disses varer eller tjenesteydelser, jf. § 82, i radio- og fjernsynsloven, samt tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser med henblik på særlig fremhævelse og at fremme afsætningen af dem, jf. § 28, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Fremhævelse af "Visit Læsøs" produkter/tjenesteydelser og tilskyndelse til køb af varer/tjenesteydelser i de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

Radio- og tv-nævnet har i forbindelse med gennemgangen af de uploadede indslag, som blev sendt i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr", bemærket, at der hverken forekommer visninger af "Visit Læsøs" logoer, forekommer tilskyndelse til køb af de varer eller tjenesteydelser, som "Visit Læsø" repræsenterer, eller er en

fremhævelse og promovning af disse med henblik på afsætning eller særlig omtale af "Visit Læsø" i de uploadede indslag.

Det fremgår, at indslagene alene omhandler generelle informationer om henholdsvis, hvordan man saltsyder, fisker efter hummer, bygger tangtage, Læsøs landhævning, tang og kæmpesten.

At "studiet" er placeret udenfor ved Læsøs forskellige seværdigheder medfører ikke, at Radio- og tv-nævnet har kunnet konstatere nogen genkendelige "produkter" eller promovning af "Visit Læsø" i indslagene.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse foreligger der således ikke nogen overtrædelser af henholdsvis § 82, i radio- og fjernsynsloven og § 28, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Fremhævelse af Tysk Turist Informations produkter/tjenesteydelser og tilskyndelse til køb af varer/tjenesteydelser i de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

Radio- og tv-nævnet har i forbindelse med gennemgangen af de uploadede indslag, som blev sendt i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr", bemærket, at der hverken forekommer visninger af Tysk Turist Informations logoer, forekommer tilskyndelse til køb af de varer eller tjenesteydelser, som Tysk Turist Information repræsenterer, eller er en fremhævelse og promovning af disse med henblik på afsætning eller særlig omtale af Tysk Turist Information i de uploadede indslag.

Det fremgår, at indslagene alene omhandler generelle informationer om henholdsvis, hvordan man kan tage på en bæredygtig cykelferie, og hvilke seværdigheder man kan opleve i Tyskland.

At "studiet" er placeret udenfor ved forskellige tyske seværdigheder medfører ikke, at Radio- og tv-nævnet har kunnet konstatere nogen genkendelige "produkter" eller promovning af Tysk Turist Information i indslagene.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse foreligger der således ikke nogen overtrædelser af § 82, i radio- og fjernsynsloven og § 28, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Fremhævelse af CODAN Forsikrings produkter/tjenesteydelser og tilskyndelse til køb af varer/tjenesteydelser i de uploadede indslag i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

Radio- og tv-nævnet har i forbindelse med gennemgangen af de uploadede indslag, som blev sendt i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr", bemærket, at der hverken forekommer visninger af CODAN Forsikrings logoer, forekommer tilskyndelse til køb af de varer eller tjenesteydelser, som CODAN Forsikring repræsenterer, eller er en fremhævelse og promovning af disse med henblik på afsætning eller særlig omtale af CODAN Forsikring i de uploadede indslag.

Det fremgår, at indslagene alene omhandler generelle informationer om vejrets skadevirkninger og hvordan man kan undgå skader, samt at indslagene ikke indeholder nogen mundtlige fremhævelser eller promovninger af CODAN Forsikrings "produkter".

At "studiet" er placeret udenfor ved forskellige danske sommerhuse og boligområder og på DTU medfører ikke, at nævnet har kunnet konstatere nogen genkendelige "produkter" eller promovning af CODAN Forsikring i indslagene.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse foreligger der således ikke nogen overtrædelser af henholdsvis § 82, i radio- og fjernsynsloven og § 28, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Fremhævelse af Alkohol&Samfund og TrygFondens produkter/tjenesteydelser og tilskyndelse til køb af varer/tjenesteydelser i de uploadede indslag i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live":

Radio- og tv-nævnet har i forbindelse med gennemgangen af de uploadede indslag, som blev sendt i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live", bemærket, at samarbejdet med Alkohol&Samfund undervejs bliver nævnt flere gange i indslagene. Derudover bliver Alkolinjen undervejs i samtlige af indslagene også flere gange fremhævet både med benævnelse og ved skiltning med kontaktoplysninger og telenummer. Endvidere vises der i flere af indslagene billeder af en alkoholregistrerings-app "Alkolog", som er udviklet af Alkohol&Samfund.

Nævnet bemærker i den forbindelse, at Alkolinjen er ejet af Alkohol&Samfund, som er en interesseorganisation.

Som eksempler på fremhævelsen af samarbejdet med Alkohol&Samfund samt henvisningerne til Alkolinjen har nævnet noteret følgende:

- *"I uge 40 gør "GO' Morgen Danmark" traditionen tro noget helt særligt. Der sættes fokus sammen med Alkohol&Samfund på danskernes alkoholvaner."*

- *"I samarbejde med Alkohol&Samfund sætter vi i denne uge fokus på storforbrug af alkohol."*
- *"Som sædvanlig gør vi det sammen med Alkohol&Samfund."*
- *"Alkolinjen tager telefonen, hvis man har brug for råd." "Man kan ringe til Alkolinjen under udsendelsen."*
- *"GO´ Aften Værter – "Det er faktisk noget som går lidt igen i denne her uge i det tema, som vi har sammen med Alkohol&Samfund – at der er mange, som godt kunne trænge til at stoppe op og tænke, om de lige kunne undvære de sidste par drinks og skære ned."*
- *"Der vises et skilt, hvor der står "Hvis du vil have gode råd og tips til at drikke mindre, sidder Alkolinjen lige nu klar ved telefonen – ring på 80 200 500."*

Idet fremhævelserne af Alkohol&Samfunds "produkter og tjenesteydelser" i de uploadede indslag, efter Radio- og tv-nævnets opfattelse, ikke indebærer nogen tilskyndelse til afsætning eller køb af Alkohol&Samfunds produkter og tjenesteydelser, eller udgør nogen væsentlig promovning heraf, som ligger udover, hvad der har været redaktionelt begrundet i indslagene, jf. Radio- og tv-nævnets afgørelse af 6. april 2016 vedrørende AFP-samarbejde mellem Coop og TV 2, har nævnet vurderet, at der ikke er nogen overtrædelser af henholdsvis § 82, i radio- og fjernsynsloven og § 28, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet har i den forbindelse lagt vægt på, at der er tale om indslag af generel og rådgivende karakter, og at fremhævelserne alene indeholder generelle orienteringer om hvor og hvordan seerne kan søge og få rådgivning og viden fra eksperter på området.

Redaktionel selvstændighed:

Samarbejdsaftalerne med de fire sponsorer og vurdering af TV 2 Danmark A/S:

Det fremgår, at TV 2 Danmark A/S som bilag til høringssvaret af 30. januar 2023 har vedlagt samarbejdsaftalerne (TV 2 Branded Content) om sponsoreret indhold, som TV 2 Danmark A/S har indgået med de fire aftaleparter "Visit Læsø" Læsø Turist- og Erhvervsforening, Tysk Turist Information, CODAN Forsikring og Alkohol&Samfund og TrygFonden

Samarbejdsaftalerne med henholdsvis "Visit Læsø" og Tysk Turist Information er udformet ens, mens samarbejdsaftalerne med henholdsvis CODAN Forsikring og Alkohol&Samfund og TrygFonden er udformet ens.

Det fremgår af § 6 i samarbejdsaftalerne med henholdsvis "Visit Læsø" og Tysk Turist Information, at aftalerne ikke indebærer en indskrænkning af TV 2's redaktionelle selvstændighed med hensyn til program- og artikelindholdet og programsætningen.

På samme måde fremgår det af § 5 i samarbejdsaftalerne med henholdsvis CODAN Forsikring og Alkohol&Samfund og TrygFonden, at aftalerne ikke indebærer en indskrænkning af TV 2's redaktionelle selvstændighed med hensyn til program- og artikelindholdet og programsætningen, hvorfor henholdsvis CODAN Forsikring og Alkohol&Samfund og TrygFonden ikke har nogen aftalebaseret ret til indflydelse på det endelige indhold af de i § 2 nævnte indslag.

Som en bekræftelse af, at samarbejdspartnerne ikke har indflydelse på programindholdet beskriver aftalernes § 1 og § 3 baggrunden for samarbejdet mellem parterne.

TV 2 Danmark A/S har i sit hørings svar anført, at det er en ufravigelig betingelse for samarbejderne om sponsoreret indhold, at TV 2 Danmark A/S har den fulde redaktionelle selvstændighed til at træffe beslutninger om indhold, vinkling og placering af det publicerede programmateriale. TV 2 Danmark A/S har i den forbindelse oplyst, at der ikke indgås sponsoraftaler, hvor sponsoreringen er betinget af, om et bestemt emne eller synspunkt indgår i programmet eller af, at sponsorens produkter eller brands eksponeres undervejs.

Formelt set fremgår det af selve samarbejdsaftalerne med de fire forskellige sponsorer, at TV 2 Danmark A/S har bevaret den redaktionelle selvstændighed.

"Visit Læsø" sponsorindvirkning på indslagene i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

I samarbejdsaftalen med "Visit Læsø" fremgår det af § 1 og § 3, at parterne med kampagnen "Toppen af Danmark" har en fælles dagsorden om at skabe fokus på Læsø gennem en række vejjudsendelser. Målet er at vise spændende vejr-relaterede fakta om Læsø.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at samarbejdsaftalen med "Visit Læsø" ud over seks indslag i "Dit Vejr" også omfattede et antal annoncørbetalte artikler på TV 2.dk samt køb af de bannerannoncer, der var placeret på de sider, hvor artiklerne optrådte. Beskrivelsen af formålet med samarbejdet i aftalens § 1 skal ses i lyset af aftalens blandede formål. Ifølge TV 2 Danmark A/S var "TV 2 Vejrets" interesse og formål med indslagene fra

Læsø at fortælle redaktionelt relevante, vejrrelaterede historier fra øen iblandet generelle indslag om kultur og natur.

TV 2 Danmarks A/S understreger, at TV 2 Danmark A/S har haft den fulde redaktionelle selvstændighed og kontrol i forhold til indholdet og den konkrete udformning af de af aftalen omfattede indslag, der blev ydet økonomisk bidrag til. Dette gælder ifølge TV 2 Danmark A/S uagtet, at "Visit Læsø" har ydet praktisk bistand og er kommet med idéer og input forud for vejrredaktionens beslutning om, hvilke indslag der skulle sendes. Endvidere var det også "TV 2 Vejrets" redaktion, som traf de redaktionelle valg om, hvorvidt der i "Dit Vejr" skulle udsendes programindslag om og fra Læsø. Ifølge TV 2 Danmark A/S bør dette forhold ikke have nogen betydning for, hvorvidt "TV 2 Vejrets" redaktionelle selvstændighed kan siges at være intakt.

Det er således TV 2 Danmark A/S' opfattelse, at samarbejdet mellem "Visit Læsø" og "Dit Vejr" opfylder tv-lovgivningens krav herom.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at nævnet på baggrund af de foreliggende oplysninger, herunder samarbejdsaftalen, de seks indslag i "Dit Vejr" vedrørende "Visit Læsø" samt de af TV 2 Danmark A/S i øvrigt afgivne oplysninger, ikke har grundlag for at fastslå, at samarbejdet med "Visit Læsø" indebærer en overtrædelse af det generelle forbud mod sponsors indvirkning på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen. Tilsvarende har nævnet heller ikke grundlag for at fastslå, at det specifikke forbud mod selskabers påvirkning af den redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, er overtrådt.

Tysk Turist Informations sponsorindvirkning på indslagene i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

I samarbejdsaftalen med Tysk Turist Information fremgår det af § 1 og § 3, at parterne med kampagnen "Oplevelser lige om hjørnet" har en fælles dagsorden om at skabe fokus på Tyskland som feriedestination. Målet er at vise, at man kan få fantastiske oplevelser og minder, som man ikke behøver at rejse langt for, samt at vise spændende vejr-relaterede fakta om ruten fra København til Berlin.

TV 2 Danmark A/S understreger, at "TV 2 Vejrets" redaktion har haft den fulde redaktionelle selvstændighed ved valget og udformningen af indslagene, og at Tyskland ikke bliver fremhævet specifikt som feriedestination.

TV 2 Danmark A/S oplyser, at samarbejdsaftalen med Tysk Turist Information, ligesom samarbejdsaftalen med "Visit Læsø", ud over de fem indslag i "Dit Vejr" også omfattede et antal annoncørbetalte artikler på TV 2.dk samt køb af de bannerannoncer, der var placeret på de sider, hvor artiklerne optrådte. Beskrivelsen af formålet med samarbejdet i aftalens § 1 skal ses i lyset af aftalens blandede formål. Ifølge TV 2 Danmark A/S var "TV 2 Vejrets" interesse og formål med cykelindslagene at fortælle redaktionelt relevante indslag om cykling som bæredygtig ferieform og vejrets betydning herfor, hvilket efter TV 2 Danmark A/S' opfattelse også tydeligt er afspejlet i indslagene.

TV 2 Danmarks A/S påpeger, at TV 2 Danmark A/S har haft den fulde redaktionelle selvstændighed og kontrol i forhold til indholdet og den konkrete udformning af de af aftalen omfattede indslag, der blev ydet økonomisk bidrag til. Dette gælder ifølge TV 2 Danmark A/S uagtet, at Tysk Turist Information har ydet praktisk bistand og er kommet med idéer og input forud for vejrredaktionens beslutning om, hvilke indslag der skulle sendes. Endvidere var det også "TV 2 Vejrets-redaktion", som traf de redaktionelle valg om, der skulle udsendes programindslag i "Dit Vejr" fra cykelturen. Ifølge TV 2 Danmark A/S bør dette forhold ikke have nogen betydning for, hvorvidt "TV 2 Vejrets" redaktionelle selvstændighed kan siges at være intakt.

Det er således TV 2 Danmark A/S' opfattelse, at samarbejdet med Tysk Turist Information omkring "Dit Vejr" opfylder tv-lovgivningens krav herom.

TV 2 Danmark A/S pointerer, at når der i indslagene også blev omtalt forskellige kulturelle seværdigheder, var dette et udtryk for en redaktionel beslutning om at gøre det interessant og levende for seerne at følge med på turen. Endvidere understreger TV 2 Danmark A/S, at der oftest bygges bro mellem det kulturelle fænomen og et vejrrelateret emne.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at nævnet på baggrund af de foreliggende oplysninger, herunder samarbejdsaftalen, de fire indslag i "Dit Vejr" vedrørende Tysk Turist Information samt de af TV 2 Danmark A/S i øvrigt afgivne oplysninger, ikke har grundlag for at fastslå, at samarbejdet med Tysk Turist Information indebærer en overtrædelse af det generelle forbud mod sponsors indvirkning på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen. Tilsvarende har nævnet heller ikke grundlag for at fastslå, at det specifikke forbud mod selskabers påvirkning af den redaktionelle selvstændighed, jf. §

81, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, er overtrådt.

CODAN Forsikrings sponsorindvirkning på indslagene i "TV 2 Vejrets" udsendelse i "Dit Vejr":

I samarbejdsaftalen med CODAN Forsikring fremgår det af § 1, at parterne med kampagnen har en fælles dagsorden om at skabe fokus på, hvordan det danske efterårsvejr har indflydelse på infrastrukturen, byer, huse og sommerhuse. Målet er at nye som gamle bolig- og sommerhusejere guides i at forebygge de mange skader vejret kan gøre på hus og have.

TV 2 Danmark A/S understreger, at CODAN Forsikring ikke har haft nogen bestemmende indflydelse på det endelige indhold af de fire indslag, og at der i øvrigt ikke har været fokus på forsikringsydelse eller CODANs virksomhed som sådan. Det er således TV 2 Danmark A/S' opfattelse, at samarbejdet med CODAN Forsikring omkring "Dit Vejr" opfylder tv-lovgivningens krav herom.

I forbindelse med "TV 2 Vejrets" udsendelser oplyser TV 2 Danmark A/S, at Ekstra Bladet bragte en artikel om samarbejdet med "TV 2 Vejret" den 15. januar 2023, hvor præmissen var, at avisen havde afsløret, at TV 2 Danmark A/S havde modtaget "betaling for omtale på TV 2 Vejret". I artiklen fremgik det, at CODAN Forsikring udtalte, at de blev "inddraget i udviklingen af de overordnede temaer for de enkelte udsendelser", men CODAN Forsikring udtaler imidlertid også, at "TV 2 ifølge aftalen havde redaktionel selvstændighed i alle indslag". Herudover udtalte TV 2's kommunikationsdirektør, at der var tale om et tydeligt deklareret sponsorsamarbejde, som også havde været omtalt i en pressemeddelelse forud for visningen af de sponsorerede indslag udsendt af TV 2 Danmark A/S.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at nævnet på baggrund af de foreliggende oplysninger, herunder samarbejdsaftalen, de fire indslag i "Dit Vejr" vedrørende CODAN Forsikring samt de af TV 2 Danmark A/S i øvrigt afgivne oplysninger, ikke har grundlag for at fastslå, at samarbejdet med CODAN Forsikring indebærer en overtrædelse af det generelle forbud mod sponsors indvirkning på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen. Tilsvarende har nævnet heller ikke grundlag for at fastslå, at det specifikke forbud mod selskabers påvirkning af den redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, er overtrådt.

Alkohol&Samfund og TrygFondens sponsorindvirkning på indslagene i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live":

I samarbejdsaftalen med Alkohol&Samfund og TrygFonden fremgår det af § 1, at parterne med kampagnen "*Flere end du tror 3.0*" har en fælles dagsorden om at skabe fokus på alkoholafhængighed i løbet af oktober (uge 40) i 2022. Målet er at appellere til de mange danskere, der drikker mere end anbefalingen og få dem til at tage stilling til og reflektere over deres forbrug af alkohol.

TV 2 Danmark A/S understreger i høringssvaret, at hverken Alkohol&Samfund eller TrygFonden havde nogen indflydelse på udformningen eller placeringen af de konkrete indslag, der blev vist som led i samarbejdet.

Efter TV 2 Danmark A/S' opfattelse havde samarbejdet med Alkohol&Samfund og TrygFonden således ikke haft nogen indflydelse på "GO'-redaktionens" redaktionelle selvstændighed, ligesom der ikke undervejs i indslagene var nogen uretmæssig fremhævelse af Alkohol&Samfund eller TrygFonden.

TV 2 Danmark A/S påpeger i høringssvaret desuden, at når der i samarbejdsaftalen stod, at indholdselementerne på et udviklingsmøde "*ville blive diskuteret, præsenteret og afstemt med Alkohol&Samfund og TrygFonden*", skulle det forstås således, at Alkohol&Samfund og TrygFonden bidrog med en faglig indsigt i, hvilke problemer der kunne være i forhold til danskernes alkoholforbrug.

Det fremgår dog af høringssvaret, at TV 2 Danmark A/S som led i samarbejdet med Alkohol&Samfund og TrygFonden udviklede temaet "*Flere end du tror*" med den tilhørende grafik.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at nævnet på baggrund af de foreliggende oplysninger, herunder samarbejdsaftalen, indslagene i 'GO' Morgen Danmark' og 'GO Aften Live' samt de af TV 2 Danmark A/S i øvrigt afgivne oplysninger, ikke har grundlag for at fastslå, at samarbejdet med Alkohol&Samfund og TrygFonden indebærer en overtrædelse af det generelle forbud mod sponsors indvirkning på stationens ansvar og redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen. Tilsvarende har nævnet heller ikke grundlag for at fastslå, at det specifikke forbud mod selskabers påvirkning af den redaktionelle selvstændighed, jf. § 81, stk. 2, i radio- og fjernsynsloven og § 27, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, er overtrådt.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

For så vidt angår sponsorkrediteringen i de fire indslag vedrørende Læsø, hvor selve krediteringen sker lige inden rulleteksterne, træffer Radio- og tv-nævnet afgørelse om, at sponsorkrediteringen er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt. i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår de resterende to indslag vedrørende Læsø, hvor krediteringen sker, inden vejrudsendelsen var helt afsluttet, træffer Radio- og tv-nævnet afgørelse om, at sponsorkrediteringen er i strid med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen. Radio- og tv-nævnet har dog noteret sig, at fejlkrediteringerne var sket som følge af en teknisk fejl og udtaler derfor ikke kritik af forholdet.

For så vidt angår sponsorkrediteringen i indslagene vedrørende henholdsvis Tysk Turist Information og CODAN Forsikring træffer Radio- og nævnet afgørelse om, at sponsorkrediteringen er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt. i reklamebekendtgørelsen.

For så vidt angår indslagene vedrørende "Visit Læsø", Tysk Turist Information og CODAN Forsikring har Radio- og tv-nævnet vurderet, at der ikke i indslagene er sket fremhævelser eller tilskyndelse til afsætning eller køb af deres produkter og tjenesteydelser eller nogen promovning heraf.

Desuden har Radio- og tv-nævnet vurderet, at der ikke i indslagene eller i det fremsendte materiale vedrørende "Visit Læsø", Tysk Turist Information og CODAN Forsikring er anledning til at betvivle, at TV 2 Danmark A/S' ansvar og selvstændighed skulle have været påvirket.

For så vidt angår sponsorkrediteringen vedrørende Alkohol&Samfund og TrygFonden træffer nævnet afgørelse om, at sponsorkrediteringen i den indsatte kreditering i de tilfælde, som bliver vist i afslutningen af indslagene vedrørende Alkohol&Samfund og TrygFonden lige inden rulleteksterne, er i overensstemmelse med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen. Radio- og tv-nævnet bemærker dog, at

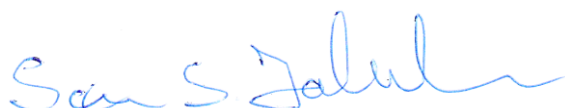
denne kreditering ikke har været konsekvens og lige tydelig igennem alle de indslag, som TV 2 Danmark A/S har fremsendt.

Videre træffer Radio- og tv-nævnet afgørelse om, at sponsorkrediteringen i de indsatte skillere med teksten "*Flere end du tror - Mange af os drikker for meget*" og de små krediteringsbjælker i højre hjørne med teksten "*Flere end du tror*", som undervejs indgår i indslagene i "GO' Morgen Danmark" og "GO' Aften Live" er i strid med § 80, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i radio- og fjernsynsloven og § 26, stk. 1, 1. pkt. og 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen.

Radio- og tv-nævnet har endvidere vurderet, at der ikke i indslagene vedrørende Alkohol&Samfund og TrygFonden er sket fremhævelser eller tilskyndelse til afsætning eller køb af Alkohol&Samfunds eller TrygFondens produkter og tjenesteydelser eller nogen promovning heraf.

Endelig har Radio- og tv-nævnet vurderet, at der ikke i indslagene eller i det fremsendte materiale vedrørende Alkohol&Samfund og TrygFonden er anledning til at betvivle, at TV 2 Danmark A/S' ansvar og selvstændighed skulle have været påvirket.

Venlig hilsen



Søren Sandfeld Jakobsen
Formand