

REGLER FOR SPONSORERING I RADIO OG FJERNSYN

1) Hvad forstås ved sponsorering?

Der er tale om et sponsoreret program, hvis en radio- eller tv-station modtager et direkte eller indirekte tilskud fra en virksomhed til finansieringen af radio- eller fjernsynsprogrammer.

Virksomheden er altså sponsor for programmet, hvis den har givet et tilskud i form af et vederlag eller vederlagsfrit har stillet produkter, f.eks. tøj, biler mv. til rådighed for produktionen af programmerne, eller har ydet en vederlagsfri tjenesteydelse, f.eks. udført en opgave i forbindelse med programmet uden at modtage betaling herfor.

Gaver anses ikke for at være sponsorering.

2) Forskellen mellem sponsorering og reklame

En reklame er enhver meddelelse i en hvilken som helst form, som udsendes enten mod vederlag eller anden modydelse eller med selvpromoverende formål af en offentlig eller privat virksomhed i forbindelse med handel, industri, håndværk eller liberale erhverv for at fremme afsætning mod betaling af varer eller tjenesteydelser, herunder fast ejendom, rettigheder og forpligtelser.

Forskellen på sponsorering og reklamer er således, at der ved sponsorering gives et tilskud til finansieringen af et program, i modsætning til en reklame, hvor virksomheden udelukkende betaler en radio- eller tv-station for at reklamere for virksomheden. Reklamer i fjernsyn må kun udsendes i blokke, der skal placeres mellem programmerne. Reklamer i radio må imidlertid placeres over alt i sendefloden. I radio skal et reklameindslags eller en reklamebloks begyndelse og afslutning angives tydeligt ved hjælp af lydsignal eller speakertekst, eventuelt begge dele, og ved fjernsyn skal reklamer markeres på samme måde, og herudover skal der ske en billedmæssig angivelse.

3) Kreditering af sponsor

Når et program er sponsoreret skal sponsorens navn, logo, produkt eller tjenesteydelse angives ved programmets begyndelse og/eller slutning. Det almindelige vil således være at angive hovedsponsoren i starten og i slutningen af programmet og eventuelt andre sponsorer kun i slutningen af programmet. I tv vil en kreditering i rulleteksterne være tilstrækkelig.

Det skal imidlertid understreges, at sponsors navn, logo, produkt eller tjenesteydelse ikke må forekomme i selve radio- eller tv-programmet.

I radio skal angivelsen af sponsor finde sted i en neutral form. Det betyder, at angivelsen ikke må ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsor eller dennes produkter mv.

I fjernsyn kan angivelsen af sponsorer finde sted i form af bevægelige billeder indeholdende sponsors navn, mærke (logo), produkt eller tjenesteydelse, f.eks. net-tohunden, der bevæger sig. Henvender programmet sig i særlig grad til børn, skal angivelsen dog finde sted i form af ikke-bevægelige billeder. Angivelsen må ligesom for radio ikke ledsages af en særlig lydbaggrund, der har tilknytning til sponsor eller dennes produkter mv.

Identifikation af sponsorering fra foretagender, hvis virksomhed omfatter fremstilling eller salg af lægemidler, må ikke ske ved fremme af bestemte lægemidler, som er receptpligtige efter lov om lægemidler.

Der gælder endvidere regler for varigheden af krediteringen af sponsor. Såfremt programmet har 1 eller 2 sponsorer, må den samlede varighed af angivelsen af sponsor ikke overstige 10 sekunder. Har et program 3 eller flere sponsorer, må den samlede varighed af angivelsen af sponsorerne ikke overstige 30 sekunder.

4) *Krav til indholdet af et sponsoreret program*

Som oven for nævnt må sponsorkrediteringen ikke forekomme i selve programmet.

Indholdet og programsætningen af et sponsoreret program må ikke påvirkes af sponsor på en sådan måde, at det indvirker på radio- eller fjernsynsstationens ansvar og redaktionelle selvstændighed med hensyn til programmerne.

Et sponsoreret program må ikke tilskynde til køb eller leje af sponsorens eller andres produkter eller tjenesteydelser, navnlig må disse ikke fremhæves på særlig måde med henblik på at fremme afsætningen af dem.

I konkurrencer mv., hvor sponsorernes eller andres produkter eller tjenesteydelser indgår som præmier, må præmierne kun vises og omtales på en kort og neutral måde, der ikke går ud over den information, som er påkrævet for at gennemføre konkurrencen mv. Henvender programmet sig i særlig grad til børn under 14 år, må sponsorerede præmier ikke vises, men alene gives en neutral oplysning om deres art og beskaffenhed.

5) *Ikke alle programmer må sponsoreres*

I fjernsyn må nyheds- og aktualitetsprogrammer ikke sponsoreres.

I radio, som ikke indgår i den samlede public service-virksomhed, kan nyheds- og aktualitetsprogrammer sponsoreres. Det vil sige, at nyheds- og aktualitetsprogrammer må sponsoreres i alle lokale medier.

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 mv.

6) Visse virksomheder må ikke være sponsorer

Programmer må ikke sponsoreres af virksomheder, hvis hovedvirksomhed er at producere eller sælge tobaksprodukter eller andre varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med rygning.

I radio, som indgår i den samlede public service-virksomhed, og i fjernsyn må der ikke udsendes programmer, som er sponsoreret af arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger eller af politiske partier eller religiøse bevægelser. Det vil sige, at ovennævnte sponsorer må sponsorere programmer i lokalradio.

For mere detaljerede regler om sponsorering henvises til kapitel 4 i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn. Bekendtgørelsen kan læses på retsinformation.dk.

/Mediesekretariatet