

DR har i denne forbindelse f.eks. konstateret, at der på Internettet findes dedikerede hjemmesider med vejledninger i, hvordan man kan unddrage sig licenspligt - bl.a. ved at komme med de nævnte forklaringer - f.eks. i et efterfølgende opkald til DR Licens.

#### 2.4.2.3. Samlede konsekvenser for licensprovenu

DR skønner, at en udtrykkelig angivelse af DRs adgang til at foretage licensinspektion og en adgang til at tilmelde husstande, virksomheder m.v. som licenspligtige, hvis der i forbindelse med licenskontrollen konstateres et licenspligtigt apparat, samt mulighed for månedlig betaling af licens via PBS, samlet vil medføre, at 17.100 vil tilmelde sig licensen.

DR forventer på denne baggrund, at det årlige nettoerprovenu vil udgøre ca. 24,4 mio. kr. i 2011 og frem, når de nye regler får fuld budgetmæssig virkning.

DR skønner, at det samlede nettoerprovenu for 2009 og 2010 vil udgøre ca. 14 mio. kr., idet der vil skulle afholdes engangsudgifter til etablering af nye, administrative systemer samt til en betydelig informationsindsats i forhold til indførelsen af de nye regler.

## 2.5. Indgåelse af partnerskaber

### 2.5.1. Gældende ret

Radio- og fjernsynslovens kapitel 11 og den af kulturministeren i medfør af loven udstedte bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn (reklamebekendtgørelsen) fastsætter regler om reklamer og sponsorering af programmer.

Efter lovens § 79 forstås ved sponsorering af programmer enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af radio- og fjernsynsprogrammer, herunder tekst-tv-sider, fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- eller fjernsynsprogrammer, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, mærke (logo), image, aktiviteter eller produkter.

I henhold til lovens § 81 må indholdet og program-sætningen af et sponsoreret program ikke påvirkes af sponsor på en sådan måde, at det indvirker på radio- eller fjernsynsforetagendets ansvar og redaktionelle selvstændighed.

Radio- og tv-foretagenders indgåelse af kommercielle aftaler i tilknytning til programvirksomheden, herunder radio- og tv-foretagenders indgåelse af partnerskaber med kommercielle aftaleparter, er ikke som sådan omfattet af reglerne i radio- og fjernsynsloven, herunder reglerne om sponsorering af programmer.

### 2.5.2. Kulturministeriets overvejelser og forslag

Der har i praksis vist sig at være et behov for regulering af radio- og tv-foretagenders indgåelse af partnerskabsaftaler med kommercielle aftaleparter i forhold til sådanne parter eventuelle indflydelse på radio- og fjernsynsforetagenders ansvar og redaktionelle selvstændighed vedrørende programvirksomheden.

Som eksempel på sådanne partnerskabsaftaler kan nævnes TV 2 NEWS' indgåelse af partnerskaber med en række selskaber, som er omtalt i folketingssspørgsmål S 1346 af 6. december 2006, S 2018 og S 2019 af 16. januar 2007 samt kulturministerens besvarelse heraf. I svarene på spørgsmålene oplyste ministeren bl.a., at radio- og fjernsynsforetagenders, herunder TV 2 NEWS', indgåelse af partnerskaber vedrørende det overordnede forretningsmæssige grundlag ikke i sig selv kan anses for at være i strid med reglerne i radio- og fjernsynsloven.

Det har på denne baggrund været foreslået fastsat i radio- og fjernsynsloven, at radio- og fjernsynsforetagenders ansvar og redaktionelle selvstændighed vedrørende programvirksomheden ikke må påvirkes af selskaber m.v., med hvilke radio- eller fjernsynsforetagender har indgået kommercielle aftaler i tilknytning til programvirksomheden.

Det væsentligste element i de nævnte partnerskabsaftaler indgået af TV 2 NEWS er traditionel reklame i reklameblokke samt på tekst-tv. De kommercielle parter, der indgås partnerskabsaftaler med, får i medfør af aftalerne eksklusivitet for så vidt angår reklamer på nyhedskanalen. Herudover indgår der i aftalerne samarbejde omkring eksponeringen i forbindelse med pressemateriale, nyhedsbrev m.v. samt i forbindelse med TV 2 NEWS' on-line-virksomhed og mobilportal. Endelig er der tale om såkaldt hospitality, d.v.s. deltagelse af TV 2-medarbejdere i partnernes arrangementer, som dog ikke må omfatte markedsføring af produkter eller tjenesteydelser.

De pågældende aftaler vedrører således ikke sponsorering af programmer eller kanaler. Aftalerne angår derimod primært det overordnede forretningsmæssige grundlag for radio- eller fjernsynsvirksomheden. Der vil således ikke være tale om et ubestemt tilskud til programvirksomheden, men om betaling for en kommerciel ydelse. Denne vil navnlig vedrøre udsendelse af reklame-spots samt eksponering af de involverede kommercielle aftaleparter i forbindelse med aktiviteter, som ikke nødvendigvis har noget med selve programvirksomheden at gøre. Da de gældende regler i radio- og fjernsynsloven alene tager sigte på sponsorering af konkrete programmer, er de pågældende af-