



Folketingets Kulturudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70  
Fax : 33 91 33 88  
E-mail : kum@kum.dk  
Web : www.kum.dk

28. maj 2010

Hermed fremsendes svar på spørgsmål nr. 119 (alm. del) om brug af børnefigurer fra DR, stillet af Folketingets Kulturudvalg den 7. maj 2010. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Per Clausen (EL).

Per Stig Møller

Spørgsmål nr. 119  
(Alm. del), brug af børnefigurer fra DR

Skrivelse af 7. maj 2010.

Svar til Kulturudvalget fra kulturministeren.

Spørgsmål:

Mener ministeren, at det er acceptabelt, at kendte børnefigurer fra DR deltager i reklamekampagner for konkrete virksomheder som f.eks. Føtex?

Svar:

Jeg har i anledning af det stillede spørgsmål bedt DR om at bidrage til besvarelsen af spørgsmålet.

DR har oplyst følgende:

”Som led i DRs udøvelse af anden virksomhed driver DR forlags- og udgivelsesvirksomheden DR Multimedia. Der går ikke licensmidler til aktiviteterne i dette regi, og indtægterne går ifølge reglerne tilbage til programvirksomheden.

DR Multimedia sælger blandt andet bøger, cd'er, dvd'er og forskellige former for merchandise med figurene fra DRs børneuniverser.

DR får mange henvendelser fra producenter, der gerne vil bruge tv-figurer i forbindelse med markedsføring af produkter. Disse henvendelser håndteres af DR Multimedia, som vurderer og konkret tager stilling til alle henvendelser. DR Multimedia har i udgangspunktet mulighed for at bruge DRs brands til sådanne formål, men DR Multimedia vurderer fra gang til gang, om det er foreneligt med DRs værdier at indgå i sådanne samarbejder.

Således har DR Multimedia tidligere f.eks. været involveret i projekter, som har sat fokus på sundhed og motion med bøgerne ”Rend og hop” og ”Sund og sej” med Kaj og Andrea.

I den konkrete sag har DR Multimedia indgået en aftale med et frugtfirma om at producere frugtposer til børn, hvor DR-figurerne Kaj og Andrea optræder på poserne med henblik på at skabe synlighed og interesse for sunde madvaner og konkret at få børn og forældre til at købe og spise mere frugt og grønt. Frugtposerne distribueres og sælges blandt andet i landets supermarkeder, og i forbindelse med lanceringen har supermarkederne gennemført markedsføringsindsatser for at fortælle forbrugerne om

det nye frugt- og grøntprodukt. Det er i den forbindelse, at Kaj og Andrea-frugtposerne er blevet vist og markedsført.”

Jeg tager DRs oplysninger til efterretning.