

TvDanmark 2 v/advokat Jan Christiansen
 Banegårdspladsen 1, 8
 DK-1570 København V

København den 2. april 2002

Reklameafbrydelser m.v. på TvDanmark 2

Radio- og tv-nævnet anmodede den 15. februar 2002 TvDanmark 2 om en redegørelse for stationens udsendelse af den amerikanske version af "Temptation Island" og andre udsendelser, hvor den pågældende serie er sendt i to eller flere dele i umiddelbar forlængelse af hinanden, blot afbrudt af reklameblokke. Endvidere blev TvDanmark 2 på baggrund af en artikel i Politiken den 14. februar 2002 anmodet om for perioden 1. januar 2002 til 15. februar 2002 at redegøre for sine overtrædelser af reklamebekendtgørelsens bestemmelse om, at der højst må sendes 12 minutters reklame pr. time.

TvDanmark 2 har den 26. februar 2002 oplyst, at udsendelserne "Temptation Island", der blev bragt i efteråret, er baseret på den amerikanske udsendelse af samme navn. Udsendelserne er produceret efter amerikansk standard, således at udsendelserne kan opdeles med et stort antal reklameblokke. TvDanmark 2's redaktion har ved redigeringen af udsendelserne foretaget en vurdering af de enkelte elementer i programmerne og herefter fastlagt, hvad der skal indgå i de enkelte programmer. Ved denne vurdering fra redaktionens side har man tillige taget højde for, hvordan den danske udgave af "Temptation Island" var produceret, således at de to serier fik samme grundelementer i de enkelte programmer, og således at de danske programmer blev en naturlig forlængelse af de amerikanske programmer.

TvDanmark 2 henviser til, at hverken lovgivningen, bekendtgørelsen eller forarbejderne til loven indeholder en definition af, hvad en udsendelse er. Endvidere henviser TvDanmark 2 til den daværende kulturministers svar på et spørgsmål fra Folketingets Kulturudvalg i juli 2000 vedrørende TV 2's måde at afvikle Tour de France med opdeling i adskillige udsendelser. Ministeren svarede bl.a.: "...at der hverken i radio- og fjernsynsloven eller dens forarbejder er defineret, hvad der skal forstås ved en udsendelse. Udgangspunktet er derfor, at det er en tv-stations ansvarlige leder, der står for programlægningen og dermed også for hvilke udsendelser, der skal indgå i tv-programmet. Af programoversigterne vil det fremgå, hvilke udsendelser, der udsendes, og disse må som bekendt ikke afbrydes af re-

MEDIE- OG
 TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
 1203 KØBENHAVN K
 TELEFON 33 92 30 40
 FAX 33 14 64 28
 rtv@mediesekretariat.dk
 www.mediesekretariat.dk

klameblokke". Endelig henviser TvDanmark 2 til, at Radio- og tv-nævnet selv har lagt dette til grund for sin tidligere afgørelse vedr. programmerne "Big Brother" i april 2001, hvor Nævnet anførte følgende: "Radio- og tv-nævnet må selvsagt lægge den fortolkning til grund for sin administration af reglerne og har således intet grundlag for at kritisere TvDanmark 2 i den henseende. Lovens krav om at reklamer skal placeres i blokke mellem udsendelserne bliver imidlertid noget indholdsløst, dersom udsendelserne kan opdeles i ganske små elementer, og Nævnet agter derfor at anmode ministeren om at overveje en ændring af retsgrundlaget."

TvDanmark 2 oplyser, at man nøje følger udviklingen i den redaktionelle fastlæggelse af programmer på øvrige tv-stationer, og at man har konstateret, at der nu foreligger en fast praksis i denne redaktionelle vurdering af ellers sædvanligt sammenhængende programmer. TvDanmark 2 nævner som eksempel opdelingen af nyhedsudsendelser i nyheder, vejrudsigter og sport, som oprindeligt blev udsendt som én udsendelse. Endvidere nævnes udsendelse af en fodboldkamp i 1. halvleg, reklameblok, kort nyhedsudsendelse, reklameblok, 2. halvleg.

TvDanmark 2 oplyser herudover, at man fra mandag den 4. marts planlægger et nyt programtiltag, der går ud på, at der mellem kl. 18.00 og 20.00 udsendes en spillefilm. Filmen udsendes i to forskellige programmer, således at filmen efter en time og et kvarter afbrydes af et aktualitetsprogram af 10 minutters varighed. Programplanen vil fremgå af programoversigterne i dagspressen mv., og mellem programmerne vil der blive udsendt reklameblokke.

For så vidt angår spørgsmålet om overtrædelsen af bekendtgørelsens § 6, stk. 1, i henhold til hvilken reklamer højst må udgøre 12 minutter pr. time, oplyser TvDanmark 2, at man i perioden 1. januar til 15. februar 2002 kun har overtrådt bestemmelsen den 7. februar, hvor der, på grund af en afkortning – der blev foretaget i sidste øjeblik – af to af programmerne, blev sendt reklamer i to blokke med overskridelser på henholdsvis 22 sekunder og 67 sekunder. Det var ikke muligt at foretage en afkortning af reklameblokkene, idet man ikke forinden var bekendt med afkortningen af programmerne. TvDanmark 2 oplyser endvidere, at der samlet set ikke blev sendt flere reklamer end tilladt den pågældende aften, hvorfor stationen ikke har haft en økonomisk gevinst ved overskridelsen.

TvDanmark 2 oplyser, at man er opmærksom på, at reklamereglerne skal overholdes, men at man ikke har mulighed for at gennemføre en automatisk regulering. Reguleringen i blokkene skal foretages manuelt, fordi TvDanmark 2 er et netværk, hvor flere af reklameblokkene internt er opdelt i flere enkelte reklameblokke. Fx er der flere reklameblokke, hvor netværkstationen udsender 30 sekunders reklamer, hvorefter de enkelte lokale tv-stationer "overtager" den samme reklameblok, hvor hver enkelt lokalstation udsender sine egne lokale reklamespots. Koordinationen af disse reklameblokke er meget vanskelig, og ved uplanlagte ændringer i programmets eller reklamespots længder kan det betyde, at der sker overskridelser af bestemmelsen om maksimalt 12 minutter pr. time.

TvDanmark 2 understreger i den forbindelse, at der i perioden 1. januar til 15. februar 2002, hvor der sammenlagt blev sendt udsendelser i over 800 timer med samlet mulig reklametid på over 120 timer, alene skete en overskridelse på sammenlagt 89 sekunder.

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen på sit møde den 19. marts 2002 og skal udtale følgende:

Ifølge § 4, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1348 af 18. december 2000 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer i fjernsyn kun udsendes i blokke, der skal placeres mellem udsendelserne.

Som også anført af TvDanmark 2 er der ingen definition af begrebet en udsendelse i radio- og fjernsynsloven eller i reklamebekendtgørelsen. De udsendelser, der hidtil har været nævnt i forbindelse med den foreliggende problemstilling, dvs. fodboldkampe, Tour de France, Big Brother og nyhedsudsendelser, har været udsendelser, som stationerne enten selv har produceret, eller som er produceret af uafhængige producenter for den pågældende station. Eftersom det ikke er bestemt, at en udsendelse skal have en vis længde, vil stationen kunne producere – eller lade producere – også meget korte programmer. For så vidt angår indkøbte serier, såsom "Temptation Island", er det mere tvivlsomt, om stationen kan foretage en sådan opdeling, men Nævnet finder dog at kunne acceptere, at stationen udøver et passende skøn i så henseende.

Hvad angår egentlige spillefilm er forholdet ganske anderledes. Spillefilm opfattes normalt altid som én udsendelse, og TvDanmarks 2's nyeste programtiltag, hvor man afbryder en spillefilm og sender nyheds- og aktualitetsudsendelser samt reklamer mellem de to dele af spillefilmen, er efter Radio- og tv-nævnets opfattelse i klar strid med lovgivningens forudsætninger. Uanset at man i praksis har accepteret – selvom det er en udbredt opfattelse, at det strider mod lovens ånd – at spillefilm afbrydes af de såkaldte egenreklamer eller eventuelt af andre programmer, fordi radio- og fjernsynsloven ikke indeholder et eksplicit forbud herimod, medfører afbrydelsen ikke, at spillefilmen omdannes til to udsendelser, som man lovligt må sende reklameblokke imellem. Spillefilmen er stadig én udsendelse, der blot er blevet afbrudt af en anden udsendelse, hvorfor det vil være i strid med reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, at udsende reklamer før og efter afbrydelsen.

TvDanmarks 2's programtiltag med udsendelse af reklamer før og efter afbrydelsen af spillefilm er derfor i strid med reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, og Nævnet pålægger TvDanmark 2 at ophøre hermed.

Radio- og tv-nævnet har taget TvDanmark 2's redegørelse om overtrædelsen af bekendtgørelsens § 6, stk. 1, ifølge hvilken reklamer højst må udgøre 15 pct. af den daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time, til efterretning. Endvidere har Nævnet konstateret, at stationen i perioden 15. februar til 3. marts 2002 har overtrådt bestemmelsen 6 gange, idet man 3 gange har overtrådt 12-minutters reglen med 3 sekunder og herudover med henholdsvis 6 sekunder, 23 sekunder og 31 sekunder. Nævnet har forståelse for TvDanmark 2's særlige problemer med administrationen af 12-minutters reglen, men må understrege, at TvDanmark 2 er ansvarlig for overholdelsen af reklamebekendtgørelsens bestemmelser, uanset hvor vanskeligt dette måtte være. Det kan i øvrigt oplyses, at Radio- og tv-nævnet har pålagt sit sekretariat i fremtiden med jævne mellemrum at overvåge udsendelsen af reklameblokke på TvDanmark 2.

Mogens Koktvedgaard
formand

/Jette Fievé
nævnsssekretær