

TV 2/DANMARK A/S  
Rugaardsvej 25  
5100 Odense C

Normann Aa. Nielsen  
Søbyvej 5  
8300 Odder

København den 16. november 2004

### **Udsendelsen "Rablende reklamer" sendt på TV 2/Danmark A/S**

I e-mail af 16. juni 2004 har Normann Nielsen klaget over, at udsendelsen "Rablende reklamer" bruges som et påskud til at vise de ordinære reklamer, som TV2/ Danmark A/S ( idet følgende benævnt TV 2) hovedsagelig finansieres af. Normann Nielsen begrundet sin opfattelse med:

- at udsendelsen annonceres til at vare f.eks. fra kl. 22:35 til 23:00 (den 15. juni 2004), men i det annoncerede tidsrum indgår 5-8 minutters reklame og stationsspot før og efter selve udsendelsen, hvilket indebærer, at udsendelsen i sig selv kun varer 10-12 minutter.
- Selve udsendelsen er tydeligvis nedklippet fra oprindeligt længere udsendelser. Normann Nielsen er af den opfattelse, at TV 2 selv foretager nedklipningen for at få udsendelsen til at passe med de ønskede reklameblokke. Det fremgår tydeligt, at udsendelserne er beregnet til en længere sendetid.
- Udsendelsen er gammel (fra 1995 og fremefter) samt ofte genudsendt. Normann Niensens indtryk er, at TV 2 bruger udsendelsen som fyld for at legitimere en lang reklameblok.

TV 2 har med sit hørings svar af 10. september 2004 indsendt et bånd med udsendelsen "Rablende reklamer" samt reklameblokkene før og efter udsendelsen, sendt den 16. august 2004. Den 16. august sendte TV 2 således ud på aftenen magasinet "Station 2" efterfulgt af en reklameblok og såkaldte egenreklamer. Herefter fulgte udsendelsen "Rablende reklamer", med en varighed af maksimalt 10 minutter inklusive intro og end-kredits.

Programmet består af præsentation af humoristiske reklamer fra forskellige lande, og er ikke af en sådan karakter, at man objektivt kan konstatere, at der er sket en redigering, idet intro og end-kredits dog er af relativ lang varighed. Herefter sendtes endnu en reklameblok og egenreklamer for en række programmer. Samlet set varer reklamer og egenreklamer på begge sider af programmet "Rablende reklamer" længere tid end selve udsendelsen.

**Mediesekretariatet**  
Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon: 3318 6868  
Direkte:  
Telefax: 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk

www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52  
Bank: Jyske Bank  
Reg.nr. 8109  
Konto nr. 1002 295

TV 2 har i sit hørings svar af 10. september 2004 oplyst, at man i programplanlægningen opererer med programslots (udsendelsesblokke), hvorom programplanen opbygges. De annoncerede programoversigter annoncerer ikke reklameblokke. Disse udsendes mellem programmerne i slutningen af den annoncerede programtid og/eller i begyndelsen af (den næste) programtid, så programmerne så vidt muligt annonceres med start på "huskbare" tider.

Det anføres endvidere, at Nyhederne i TV 2s programplan som altovervejende hovedregel udsendes på faste tidspunkter. Der kan derfor være behov for at sende programmer med kort varighed i programslottet op til 22-Nyhederne. "Rablende reklamer" er et eksempel på en indkøbt programserie, der efter aftale med producenten af TV 2 må nedredigeres (blot programmets intro og outro bibeholdes), så programmerne passer i programslottet.

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004, behandlet sagen på sit møde den 10. november 2004 og skal herefter **udtale:**

Ifølge § 73, stk. 1, i radio- og fjernsynsloven og § 4, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer i fjernsyn kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne.

Loven definerer ikke begrebet programmer, men i lovens bemærkninger hedder det:

"Som bemærket foran i afsnittet om gældende ret har der været rejst spørgsmål om, hvilke karakteristika der kendetegner et program. På den baggrund har Kulturministeriet overvejet, om der bør foretages en nærmere præcisering af programbegrebet. Som tidligere bemærket er der ikke hidtil i hverken lov eller forarbejder taget stilling til rækkevidden af begrebet, og udgangspunktet har derfor været, at det var op til den pågældende tv-stations programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program. Ministeriet har på denne baggrund afstået fra at tage stilling til, hvornår der var tale om et program eller ej. Baggrunden for ministeriets tilbageholdenhed har især været båret af, at en definition eller en nærmere beskrivelse af begrebet samtidig vil betyde en begrænsning af de redaktionelle overvejelser, som naturligt må foregå på enhver tv-station, samt at en nærmere ministeriel redegørelse højst sandsynligt ville koncentrere sig om varighed eller type, hvilket må anses som åbenbart uhensigtsmæssigt. Selv om ministeriet således er af den opfattelse, at den hidtidige praksis om, at spørgsmålet afgøres af den programansvarlige ledelse, bør videreføres, bemærkes det, at f.eks. en spillefilm eller en film produceret til fjernsyn må betragtes som ét program ligesom de enkelte afsnit i en tv-serie også må betragtes som et program. Det vil således ikke være i overensstemmelse med intentionerne bag loven

at opdele et indkøbt eller produceret afsnit i flere dele. Med hensyn til andre typer af programmer må det bero på en nærmere konkret og skønsmæssig præget vurdering, hvori bl.a. indgår programmets art, karakter, forløb og naturlige omfang.”

Radio- og tv-nævnet ønskede oprindeligt en definition af programmer med henblik på at etablere et grundlag for afgørelser om, hvorvidt stationerne omgik bestemmelsen i reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, om at reklamer i fjernsyn kun må sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne. Spørgsmålet om programmernes længde, forløb og opbygning indgår således i forbindelse med behandling af sager om overtrædelse af § 4, stk. 1, typisk hvor dele af samme program sendes på begge sider af en reklameblok. I den forbindelse har Radio- og tv-nævnet bl.a. tilkendegivet, med henvisning til lovens bemærkninger som ovenfor citeret, at de enkelte afsnit i en indkøbt tv-serie må betragtes som ét program.

Den foreliggende situation, hvor TV 2 – efter aftale med producenten – nedredigerer et indkøbt program og sender dette med behørig introduktion og end-kredits, og hvor formålet er at udfylde et programslet af kortere varighed, udgør efter Radio- og tv-nævnets opfattelse ikke nogen overtrædelse af radio- og fjernsynsloven. Ligesom der ikke findes regler om et programs varighed, er der heller ikke nogen regler for de enkelte reklameblokes varighed. Derimod må reklamer, jf. reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1, højst udgøre 15 pct. af den enkelte tilladelseshavers daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time. De 12 minutter kan udsendes i en eller flere blokke efter stationens eget valg.

På baggrund af ovenstående træffer Radio- og tv-nævnet følgende

#### AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at der er sket en overtrædelse af radio- og fjernsynslovens § 73, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, ved udsendelse på TV 2 af programmet ”Rablende Reklamer” som beskrevet.

Christian Scherfig  
formand

/Jette Fievé  
nævnsssekretær