

Sagsgangen i reklamesager

Indledning

Radio- og tv-nævnet er en myndighed, der følger forvaltningsloven, som gælder for behandlingen af sager, hvori der er eller vil blive truffet en afgørelse. Endvidere gælder offentlighedsloven, der omhandler retten til aktindsigt i myndighedens dokumenter.

Nævnet består af 8 medlemmer, som mødes ca. en gang om måneden. Nævnet har oprettet to sagsforberedende underudvalg – reklamegruppen og lokalgruppen – som hver består af tre nævnsmedlemmer. Udvalgene mødes før nævnsmødet, men har ikke besluttende kompetence. Det vil sige at alle beslutninger træffer af det samlede Nævn.

Styrelsen for Bibliotek og Medier er sekretariat for Radio- og tv-nævnet og forbereder Nævnets arbejde. Den ansvarlige afdeling i Styrelsen har 12 medarbejdere.

Radio- og tv-nævnet behandler mange forskellige typer af sager med varierende sagsgang. Der vil i det følgende blive taget udgangspunkt i sagsgangen i en typisk tv-reklame- eller sponsorsag, da de fleste sager handler om tv og kun sjældent radio.

Hvordan rejses en sag?

Radio- og tv-nævnet rejser som udgangspunkt sager på baggrund af klager fra borgere, interesseorganisationer eller konkurrenter. Ved modtagelsen af en klage sender sekretariatet et kvitteringsbrev til klager med et tilsagn om, at Nævnet vil behandle sagen, og at klager vil få besked, når der er truffet en afgørelse. Såfremt klagen er åbenlys grundløs fx beror på en misforstået opfattelse af lovgivningen, afvises klagen imidlertid. Eventuelt oversendes eller henvises til anden myndighed.

Nævnet har endvidere mulighed for at tage sager op af egen drift, og denne mulighed udnyttes i praksis.

Oplysning af sagen

Klagen sendes til høring hos den relevante tv-station med en anmodning om tilsende Nævnet en redegørelse samt en dvd med det pågældende program eller med den konkrete tv-reklame. Ved klager om indholdet af tv-reklamer anmoder sekretariatet ligeledes om en udtalelse fra annoncøren, selvom afgørelsen kun retter sig imod tv-stationen, som har udsendt reklamen. Tv-stationen har en svarfrist på 2 uger.

I sager om indholdet af tv-reklamer, som er af forbrugerretlig relevans (ofte test vildledning), er Nævnet forpligtet til at indhente en udtalelse hos For-

brugerombudsmanden forinden afgørelse træffes. Forbrugerombudsmanden har en svarfrist på 4 uger. I sager vedrørende reklame for lægemidler eller sundhedsydelse er Nævnet ligeledes forpligtet til at indhente en udtalelse fra henholdsvis Lægemiddelstyrelsen eller Sundhedsstyrelsen, der ligeledes har en svarfrist på 4 uger. Såfremt Nævnet finder det nødvendigt, høres også andre specialmyndigheder.

Sekretariatets indstilling

Når sekretariatets jurister finder, at sagen er tilstrækkeligt oplyst, udarbejdes en indstilling til Radio- og tv-nævnet.

Indstillingen består af indholdet af klagen, en objektiv beskrivelse af programmet eller reklamen, angivelse af relevante retsregler, gengivelse af høringssvar, en vurdering fra sekretariatet, hvori faktum sammenholdes med retsreglerne og Nævnets tidligere praksis. Endelig en indstilling til Nævnet om, hvordan sagen efter sekretariatets vurdering bør afgøres.

Det skal i den forbindelse nævnes, at Nævnet ikke er forpligtet til at holde sig til klagens indhold. Såfremt der findes problemstillinger i reklamen eller programmerne, som klager ikke har gjort opmærksom på, kan Nævnet behandle disse problemstillinger, under forudsætning af at tv-stationen har haft mulighed for at udtale sig herom.

Indstillingerne sendes til alle Nævnets medlemmer en uge før afholdelsen af nævnsmødet. Herudover modtager Reklamegruppen alle sagsbilag.

Behandlingen i reklameudvalget

I reklamegruppens møder deltager formanden og to nævnsmedlemmer med særlig faglig viden inden for reklameområdet samt jurister fra sekretariatet. På mødet vises de omhandlede reklamefilm eller programmer, medmindre disse er udsendt forinden til hele Nævnet. Indstillingerne drøftes indgående, og Reklamegruppen kommer som regel frem til en samlet indstilling til resten af Nævnet. Reklamegruppen kan enten følge sekretariatets indstilling evt. med ændringer eller tilføjelser eller beslutte ikke at følge sekretariatets indstilling.

Behandlingen i Nævnet

Til nævnsmødet fremlægger formanden reklamegruppens indstilling for Nævnet, som derefter ser reklamefilmen eller programmet. Indstillingerne drøftes i hele Nævnet, hvorefter medlemmerne giver deres mening til kende. Oftest når Nævnet frem til et resultat, som alle tilslutter sig. Hvis der er dissens (uenighed), kommer det til at fremgå af den endelige afgørelse.

Afgørelse og offentliggørelse

Snarest muligt efter nævnmødet udarbejder sekretariatet en afgørelse på baggrund af Nævnets beslutning. Formanden og nævnssekretæren underskriver afgørelsen, som derefter sendes i brev til tv-stationen, til klager og som en ekstra service til annoncører eller andre indirekte implicerede aktører. Fremsendelsen sker straks pr. e-mail, for at stationen og annoncøren har bedre tid til at forberede sig på henvendelser fra pressen.

Samme dag som tv-stationen modtager afgørelsen per brev, offentliggøres den på Styrelsen for Bibliotek og Medier hjemmeside. Det er muligt at abonnere på RSS-feeds via Styrelsens hjemmeside under "Radio- og tv-nævnet" (se under "Afgørelser og udtalelser") således at man bliver orienteret, når der lægges nye afgørelser på hjemmesiden.

Reklameafgørelser har pressens bevågenhed og omtales ofte i pressen.

Sagsbehandlingstid

Der er ikke nogen regler om sagsbehandlingstid for reklamesager.

Styrelsen for Bibliotek og Medier, Radio og tv

August 2010