

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

Att. Reklamejura

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

30. april 2009

Sagsnr:2009-006287

Lill-Jana Vandmose Larsen
Fuldmægtig, cand. jur.

lvj@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over omfanget af tv-reklamer i morgenfladen på TV 2

Lone Møller har ved e-mail af 28. maj 2008 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over, at TV 2 overskrider den tilladte mængde reklamer bl.a. i morgen-tv.

I klagen blev alene gjort gældende:

"TV 2 ... sender for mange reklamer i bl.a. morgen tv"

Da klager ikke kunne beskrive tidspunktet for overtrædelsen nærmere, blev det aftalt at tage stikprøver af tre vilkårlige morgenflader på TV 2.

Høring

Mediesekretariatet har i løbet af 2008 samt i første kvartal 2009 forsøgt at få etableret et system til kontrol af stationernes overholdelse af § 75 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007, samt § 7, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

I den anledning blev der den 27. februar 2009 afholdt møde med TV 2|DANMARK A/S på baggrund af data fra TNS Gallups TV-Meter-system. Der var på mødet enighed om opgørelsesmetoderne, og den konkrete klage blev derfor den 10. marts 2009 sendt i høring hos TV 2 med anmodning om redegørelse for den 27. til den 29. maj 2009.

TV 2|DANMARK A/S har i sit høringssvar af 26. marts 2009 anført følgende:

"(...)

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

Ifølge Radio- og fjernsynslovens § 75 må reklamer højst udgøre 15 % af den enkelte tilladelseshavers daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time.

Det kan hertil bemærkes, at der ikke har været overskridelser af reklamesendetiden i TV 2's morgen-tv "Go' morgen Danmark" i tidsrummet den 27. til og med den 29. maj 2008.

For så vidt angår dokumentation herfor, kan der henvises til den TV-meter-udskrift for 2008, som var vedlagt skrivelse til nævnet af 16. januar 2009 vedrørende bestemmelse om reklamesendetidens varighed.

Det kan oplyses, at udgangspunktet for beregning af reklamesendetiden er en effektiv reklamesendetid, således at logo og ophold – de såkaldte "sorte huller" mellem reklameindslagene – ikke medregnes i reklamesendetiden.

Dette udgangspunkt for beregningen er i overensstemmelse med de udstedte retningslinjer fra henholdsvis det daværende Kultur- og Kommunikationsministerium, som meddelt i skrivelse af 19. januar 1988, og Medie sekretariatet, som meddelt i skrivelse af 16. december 2004. Begge skrivelser var vedlagt skrivelser til nævnet af 16. januar 2009 vedrørende bestemmelse om reklametidens varighed.

(...)"

Oversigten over TV 2s reklameomfang i perioden viser følgende antal sekunder i timen:

	kl. 6:00-7:00	kl. 7:00-8:00	kl. 8:00-9:00	kl. 10:00-11:00
27.05.09	579	700	699	699
28.05.09	600	697	695	698
29.05.09	540	700	700	699

Radio- og tv-nævnets vurdering

Lone Møller har ved e-mail af 28. maj 2008 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over, at TV 2 overskrider den tilladte mængde reklamer i morgenfladen.

I henhold til § 75 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007, samt § 7, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer højst udgøre 15 pct. af den enkelte tilladelseshavers eller en regi-

streret programvirksomheds daglige sendetid og højst 12 minutter pr. time.

TV 2|DANMARK A/S har i sit høringssvar af 26. marts 2009 oplyst, at udgangspunktet for beregning af reklamesendetiden er den effektive reklamesendetid, hvilket medfører, at de såkaldte "sorte huller" mellem reklameindslagene ikke medregnes i reklamesendetiden. Der er derfor ingen overskridelser i mængden af reklamer i TV 2s morgenflade.

Radio- og tv-nævnet er enige i, at der ved beregningen af omfanget af udsendte reklamer ikke skal medregnes logo og ophold ("sorte huller") mellem reklameindslagene. Den tilladte mængde reklame bliver således for TV 2s vedkommende (12 x 60=) 720 sekunder i timen. TV 2 har ifølge TV-Meter-udskriften den 27. til den 29. maj 2009 i tidsrummet kl. 6:00 og 10:00 maksimalt udsendt 700 sekunders reklame per time.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 28. april 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at TV 2 i perioden 27. til 29. maj 2009 har overskredet omfanget af lovligt udsendte reklamer i morgenfladen i henhold til § 75 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007, samt § 7, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig
formand

Lill-Jana Vandmose Larsen
nævnsekretær

Kopi til:

Klager Lone Møller