

*Autentisk tekst**Dansk oversættelse***CHAPTER III – ADVERTISING AND TELE-SHOPPING****KAPITEL III – REKLAME OG TELESHOPPING****Article 11 – General standards****Artikel 11 – Generelle standarder**

- 1 Advertising and tele-shopping shall be fair and honest.
- 2 Advertising and tele-shopping shall not be misleading and shall not prejudice the interests of consumers.
- 3 Advertising and tele-shopping addressed to or using children shall avoid anything likely to harm their interests and shall have regard to their special susceptibilities.
- 4 Tele-shopping shall not exhort minors to contract for the sale or rental of goods and services.
- 5 The advertiser shall not exercise any editorial influence over the content of programmes.

- 1 Reklame og teleshopping skal være fair og ærlig.
- 2 Reklame og teleshopping må ikke være misvisende og må ikke gribe ind i forbrugernes interesser.
- 3 Reklame og teleshopping, der er rettet mod eller anvender børn, skal undgå alt, der sandsynligvis vil skade deres interesser, og tage hensyn til børns særlige modtagelighed.
- 4 Teleshopping må ikke tilskynde mindreårige til at indgå kontrakter om køb eller leje af varer og tjenesteydelser.
- 5 Annoncøren må ikke udøve redaktionel indflydelse på programmets indhold.

**Article 12 – Duration****Artikel 12 – Varighed**

- 1 The proportion of tele-shopping spots, advertising spots and other forms of advertising, with the exception of tele-shopping windows within the meaning of paragraph 3, shall not exceed 20% of the daily transmission time. The transmission time for advertising spots shall not exceed 15% of the daily transmission time.
- 2 The proportion of advertising spots and tele-shopping spots within a given clock hour shall not exceed 20%.
- 3 Windows devoted to tele-shopping programmes broadcast within programme services which are not exclusively devoted to tele-shopping shall be of a minimum uninterrupted duration of 15 minutes. The maximum number of windows per day shall be eight. Their overall duration shall not exceed three hours per day. They must be clearly identified by optical and acoustic means.
- 4 For the purposes of this article, advertising shall not include:

- 1 Mængden af teleshoppingindslag, reklameindslag og andre former for reklame med undtagelse af teleshoppingblokke som defineret i stk. 3 må ikke udgøre mere end 20 % af den daglige sendetid. Sendetiden for reklameindslag må ikke udgøre mere end 15 % af den daglige sendetid.
- 2 Mængden af reklameindslag og teleshoppingindslag inden for en given klokke-time må ikke overstige 20 %.
- 3 Teleshoppingblokke, som udsendes inden for programtjenester, der ikke udelukkende sender teleshopping, skal have en uafbrudt varighed på mindst 15 minutter. Der må højst udsendes otte blokke pr. dag. Deres samlede varighed må ikke overstige tre timer pr. dag. Teleshoppingblokke skal utvetydigt angives med optiske og akustiske midler.
- 4 I denne artikel omfatter fjernsynsreklame ikke: