

Lovforslag nr. L 218. Fremsat den 23. februar 1989 af kommunikationsministeren (Torben Rechendorff)

Forslag

til

Lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed

(Reklame i lokal-tv m.v.)

§ 1

I lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 559 af 20. september 1988, foretages følgende ændringer:

1. I § 3, *stk. 1, nr. 2*, ændres »Generaldirektoratet for Post- og Telegrafvæsenet eller et telefonselskab« til: »en regional televirksomhed«.
2. § 3 *b, stk. 1*, affattes således:

»Det påhviler ejere af fællesantenneanlæg og andre kabelanlæg til lokaler, som anvendes til privat beboelse, at sikre, at der i anlægget sker en fordeling af Danmarks Radios og TV 2's fjernsynsprogrammer, herunder regionale fjernsynsprogrammer, der er bestemt til modtagelse i det pågældende område.«.
3. § 4 affattes således:

»§ 4. Post- og Telegrafvæsenet (Statens Teletjeneste) opretter efter forhandling med bestyrelsen for Danmarks Radio, jf. § 8, og med den centrale bestyrelse for TV 2, jf. § 15 1, de sendestationer, som er nødvendige for disse virksomheders spredning af lyd- og billedprogrammer, og varetager stationernes drift, jf. § 1, *stk. 1* og 2.

Stk. 2. De nærmere betingelser for afholdelse og betaling af Post- og Telegrafvæsenets udgifter i forbindelse med udførelsen af de i *stk. 1* nævnte opgaver fastsættes af kommunikationsministeren efter forhandling mellem Generaldirektoratet for Post- og Telegrafvæsenet og vedkommende bestyrelse. Generaldirektoratet kan optage lån til finansiering af anlæg af sen-
- dernet. Lån optages efter finansministerens nærmere bestemmelse med henblik på at opnå de bedste mulige vilkår.
- Stk. 3.* Post- og Telegrafvæsenet (Statens Teletjeneste) kan etablere de anlæg, som er påkrævet til fremføring af programmer som nævnt i § 3, *stk. 1*, til de enkelte regionale televirksomheder.«.
4. I § 5, *stk. 1, nr. 4*, ændres »telefonselskabernes og Post- og Telegrafvæsenets« til: »de regionale televirksomheders«, i *stk. 2*, ændres »Generaldirektoratet for Post- og Telegrafvæsenet eller et telefonselskab« til: »en regional televirksomhed«, og i *stk. 3, 1. pkt.*, ændres »telefonselskab, i statstelefonområderne Post- og Telegrafvæsenet« til: »regionale televirksomhed«.
5. I § 5 *a, stk. 2*, ændres »telefonselskabet, i statstelefonområderne Post- og Telegrafvæsenet« til: »den regionale televirksomhed«, i *stk. 3, 1. pkt.*, ændres »Et telefonselskab, i statstelefonområderne Post- og Telegrafvæsenet,« til: »En regional televirksomhed« og »telefonselskabets, i statstelefonområderne Post- og Telegrafvæsenets,« til: »televirksomhedens«, og i *stk. 4* ændres »et telefonselskab, i statstelefonområderne Post- og Telegrafvæsenet,« til: »en regional televirksomhed«.
6. § 15 *a, stk. 4, 1. pkt.*, affattes således:

»Tilladelsens indehaver skal selvstændigt udøve programvirksomheden, som ikke må omfatte programmer, der i medfør af et fast

samarbejdsforhold udsendes af en anden indehaver af en tilladelse.«.

7. § 15 a, stk. 5, affattes således:

»Stk. 5. Reklamer kan indgå i programvirksomheden efter reglerne i kapitel 3 a.«.

8. I § 15 b, stk. 1, indsættes efter 2. pkt. som nyt punktum:

»En tilladelse bortfalder ikke, fordi det område, som tilladelsen vedrører, inden for tilladelsens gyldighedsperiode helt eller delvis kommer til at henhøre under et andet lokalt nævn end det, som har udstedt tilladelsen.«.

9. I § 15 d indsættes som stykke 3:

»Stk. 3. Tilladelsens indehaver skal påse, at regler om reklamer efter kapitel 3 a overholdes.«.

10. I § 15 e, stk. 2, indsættes efter 7. pkt. som nyt punktum:

»For de medlemmer, der repræsenterer det lokale foreningsliv, kan der vælges suppleanter.«.

11. I § 15 h, stk. 1, nr. 4, indsættes som 2. punktum: »Udvalget kan i denne forbindelse afkræve tilladelseshavere oplysninger om virksomhedernes drift.«.

12. I § 15 i udgår »og stk. 5« og »og § 15 g« ændres til: »§ 15 g og § 19 d«.

13. § 15 k, stk. 3, affattes således:

»Stk. 3. Reklamer kan indgå i programvirksomheden efter reglerne i kapitel 3 a.«.

14. I § 15 k indsættes som stykke 4:

»Stk. 4. Efter regler fastsat af kommunikationsministeren er TV 2 forpligtet til at udsende meddelelser af beredskabsmæssig betydning til befolkningen.«.

15. § 15 l, stk. 1, affattes således:

»TV 2 ledes af en bestyrelse på 8 medlemmer, som beskikkes af kommunikationsministeren. 5 af medlemmerne udpeges af ministeren og skal tilsammen repræsentere mediemæssig, kulturel og ledelsesmæssig indsigt. De regionale bestyrelser i fællesskab, jf. § 15 n, stk. 5, udpeger 2 medlemmer og medarbejderne i den

landsdækkende virksomhed 1 medlem til den centrale bestyrelse.«.

16. § 15 m affattes således:

»§ 15 m. Den centrale bestyrelse har den overordnede ledelse af TV 2-virksomheden, hvor den ikke udtrykkeligt er henlagt til andre, og fastsætter de almindelige retningslinjer for TV 2-virksomheden.

Stk. 2. Bestyrelsen træffer beslutning om indgåelse og opsigelse af kollektive overenskomster for TV 2's fast ansatte medarbejdere.

Stk. 3. Bestyrelsen ansætter den administrerende direktør og andre medlemmer af direktionen for den landsdækkende virksomhed.

Stk. 4. Den administrerende direktør har det daglige programansvar og varetager den daglige administrative og økonomiske ledelse vedrørende den landsdækkende virksomhed. Den administrerende direktør ansætter virksomhedens personale.«.

17. I § 15 n, stk. 5, 3. pkt., indsættes efter »Medlemmer af«: »Folketinget,«.

18. I § 15 q, stk. 2, indsættes efter 2. pkt. som nyt punktum:

»Regnskaberne for det enkelte finansår forelægges med revisionens bemærkninger ministeren til godkendelse.«.

19. I § 15 q, stk. 4, 2. pkt., udgår: »den landsdækkende og«.

20. § 15 w, stk. 1, affattes således:

»TV 2's samlede virksomhed finansieres ved beløb, der overføres fra TV 2-fonden i overensstemmelse med de af kommunikationsministeren fastsatte rammebudgetter, og gennem indtægter ved salg af programmer og andre ydelser, tilskud m.v.«.

21. I § 15 w indsættes efter stk. 1 som nyt stykke:

Stk. 2. Ministeren fastsætter efter indhentet udtalelse fra TV 2's bestyrelse regler for, hvorledes udsendelser, hvortil der ydes tilskud, kan indgå i programvirksomheden.«.

Stk. 2-4 bliver herefter stk. 3-5.

22. § 15 y affattes således:

»§ 15 y. Aktieselskabet skal til TV 2-virksomheden levere reklameprogrammer. Aktiesel-

skabet påser, at regler om reklamer i TV 2 efter kapitel 3 a overholdes.«.

23. I § 19 udgår: »bestyrelsen for«.

24. Kapitel 3 a affattes således:

»Kapitel 3 a
Reklamer

§ 19 b. Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra de ordinære udsendelser.

Stk. 2. I fjernsyn må reklamer kun sendes i blokke af maksimalt 5 minutters varighed. Blokkene skal placeres mellem udsendelserne.

Stk. 3. Inden for lokal radiovirksomhed kan reklamer placeres overalt i sendefladen.

Stk. 4. Reklameudsendelser må ikke udgøre mere end:

- 1) I TV 2 15 minutter daglig fordelt på blokke, hvoraf én blok knyttes til regionalprogrammet. Reklametiden kan ikke overstige 10 pct. af den samlede daglige sendetid.
- 2) Inden for lokal fjernsynsvirksomhed 5 pct. af den del af den daglige sendetid, der anvendes til udsendelser af egenproduktion eller udsendelser, som har tilknytning til det lokale område. Hver tilladelsehaver må maksimalt udsende én reklameblok pr. dag.
- 3) Inden for lokal radiovirksomhed 10 pct. af den daglige sendetid.

§ 19 c. Der må ikke reklameres for lægemidler, øl, vin, spiritus og tobak.

Stk. 2. I fjernsyn må der endvidere ikke reklameres for økonomiske interessegrupper samt religiøse og politiske anskuelser.

§ 19 d. Kommunikationsministeren fastsæt-

ter nærmere regler om, hvorledes reklamer kan indgå i programvirksomheden.

§ 19 e. Kommunikationsministeren nedsætter et nævn vedrørende reklame i radio og fjernsyn (Radio- og TV-reklame-nævnet).

Stk. 2. Nævnet rådgiver ministeren om indholdet af reklamer i radio og fjernsyn.

Stk. 3. Nævnet træffer den endelige administrative afgørelse i sager om radio- og fjernsynsreklamers indhold. Nævnet kan påtale overtrædelser af reglerne og kan pålægge indehaveren af en tilladelse til lokal radio- eller fjernsynsvirksomhed eller TV 2-reklameaktieselskabet at offentliggøre afgørelsen. Nævnet kan bestemme, på hvilken måde og i hvilken form dette skal ske.

Stk. 4. Nævnet kan pålægge indehaveren af en tilladelse til lokal radio- eller fjernsynsvirksomhed eller TV 2-reklameaktieselskabet at berigtige fejlagtige oplysninger om faktiske forhold, der er udsendt i reklameindslag. Bestemmelsen i § 18 finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 5. Klager over indholdet af reklameindslag, jf. stk. 3 og 4, skal indgives til nævnet inden 4 uger efter, at indslaget er udsendt.

Stk. 6. Nævnet består af 3 medlemmer, der udpeges af ministeren for 4 år ad gangen.

Stk. 7. Ministeren fastsætter nærmere regler om nævnets sammensætning og virksomhed.«.

25. I § 22, stk. 1, nr. 3, indsættes efter »§ 15 g«: »eller § 19 e, stk. 4«.

26. § 22, stk. 2, affattes således:

Stk. 2. I forskrifter, der udstedes efter § 5, § 15 a, stk. 7, § 15 j og § 19 d, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.«.

§ 2

Loven træder i kraft den 1. april 1989.

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

Loven om radio- og fjernsynsvirksomhed (nu: Lovbekendtgørelse nr. 559 af 20. september 1988) er senest ændret ved lov nr. 375 af 6. juli 1988 (Reklame i lokalradio m.v.) (se Folketingstidende 1987-88, 2. samling, sp. 295, 618, 929 og 1059, A sp. 585 og B sp. 249).

Ændringsloven indebar bl.a. hjemmel til, at reklame kan være en finansieringskilde for lokal radiovirksomhed. Der blev i den forbindelse ikke stillet forslag med hensyn til reklamefinansiering af lokal-tv, idet det var regeringens opfattelse, at dette spørgsmål måtte tages op, når der var indhøstet erfaringer med hensyn til indtægtsgrundlaget for TV 2.

Under Folketingets behandling af lovforslaget blev det fra regeringens side tilkendegivet, at spørgsmålet om reklame i lokal-tv ville blive søgt afklaret inden 1. marts 1989. En revision af lovens bestemmelser om TV 2 burde derfor efter regeringens opfattelse foretages i folketingsåret 1988-89.

Det er bl.a. formålet med nærværende lovforslag at åbne adgang for reklamefinansiering af lokal tv-virksomhed, samtidig med at det tilstræbes at fremme de enkelte tv-stationers tilknytning til lokalområdet. Sidstnævnte hensyn søges også tilgodeset ved en understregning af det gældende forbud mod programmæssigt »network«-samarbejde.

Det er regeringens opfattelse, at det principielt må anses for rimeligt, at også lokale tv-stationer kan anvende reklame som indtægtskilde, uanset at en sådan mulighed kan indebære en risiko for manglende opnåelse af de ønskelige indtægtsmål for TV 2. Man har dog tilstræbt at formulere reglerne om reklamering i lokal-tv således, at denne risiko mindskes. Dette er samtidig baggrunden for, at reglerne vedrørende reklamering i TV 2 kun foreslås justeret i begrænset omfang.

Det bemærkes, at der fortsat vil være behov for at følge udviklingen, bl.a. i lyset af den forventede konkurrence fra reklamebærende satellitkanaler, som rettes mod et dansk publikum. Disse spørgsmål må også ses i sammenhæng med de mediepolitiske overvejelser, der for tiden foregår på europæisk plan.

Lovforslaget indeholder endvidere en tydeliggørelse af TV 2's adgang til at modtage sponsorbidrag og i forbindelse hermed grundlag for kommunikationsministerens fastsættelse af nærmere regler for, hvorledes TV 2 kan supplere sine indtægter gennem tilskud til finansiering af programmer fra personer, fonde, virksomheder og lign., der ikke er producenter eller medproducenter af de pågældende programmer.

Forslaget svarer f.s.v. angår TV 2 til det lovforslag, som blev fremsat i folketingssamlingen 1987-88 (L 105), men som ikke blev færdigbehandlet (FT 1987-88, 1. samling, sp. 2823 og 3365 og A sp. 2137).

Bestemmelserne vedrørende TV 2-ordningen søges på enkelte punkter præciseret under hensyn til de overvejelser, som startfasen har givet anledning til.

Herudover indeholder lovforslaget en række forslag til ændringer af mere ordensmæssig karakter bl.a. vedrørende TV 2's rolle i det civile beredskab og de lokale radio- og fjernsynsnaevn.

Som led i opfølgningen af det af regeringen iværksatte afbureaukratiseringsarbejde vil spørgsmålet om forenkling på området være under fortsat overvejelse i lyset af de erfaringer, der gøres bl.a. med hensyn til den seneste lovgivning vedrørende lokal radio- og fjernsynsvirksomhed.

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Til nr. 1, 4 og 5

ad § 3, stk. 1, nr. 2, § 5, stk. 1, 2 og 3, og § 5 a, stk. 2-4

Forslagene er af redaktionel karakter og afspejler arbejdsdelingen inden for telesektoren, som den er gældende fra 1. januar 1987. De regionale televirksomheder er Fyns Telefon, Jydsk Telefon, Kjøbenhavns Telefon Aktieselskab og Tele Sønderjylland.

Til nr. 2

ad § 3 b, stk. 1

Forslaget er af redaktionel karakter.

Til nr. 3

ad § 4

Bestemmelserne i § 4, stk. 1 og stk. 2, sammenfatter den gældende lovs bestemmelser om etablering af sendeanlæg for Danmarks Radio og TV 2. Ændringen tilsigter at skabe grundlag for ens vilkår for relationerne mellem de to virksomheder og Post- og Telegrafvæsenet.

Adgangen til efter finansministerens nærmere bestemmelse at optage lån til etablering af sendere foreslås udvidet fra alene at gælde TV 2's anlæg til også at gælde Danmarks Radio's anlæg, hvilket dog ikke indebærer, at sendeanlæg til begge virksomheder ikke vil kunne finansieres over statsbudgettet uden særskilt låneoptagelse. Vilkårene for Danmarks Radio's og TV 2's betaling for etablering og brug af sendeanlæg forudsættes herefter reguleret efter kommunikationsministerens nærmere bestemmelse efter forhandling mellem Generaldirektoratet for Post- og Telegrafvæsenet og vedkommende bestyrelse under hensyntagen til det samlede ministerområdes økonomi.

Derudover gennemføres med de nye bestemmelser en redaktionel ajourføring af lovtæksten som følge af etableringen af Statens Teletjeneste som en selvstændig statsvirksomhed inden for Post- og Telegrafvæsenet.

Til nr. 6 og 11

ad § 15 a, stk. 4, og § 15 h, stk. 1

Bestemmelserne understreger det gældende forbud mod programmæssigt »network«-samarbejde mellem lokale stationer og styrker mulighederne for at påse overholdelsen af dette forbud.

Til nr. 7

ad § 15 a, stk. 5

Der henvises til bemærkningerne til nr. 24 ad kapitel 3 a.

Til nr. 8

ad § 15 b, stk. 1

Forslaget er af ordensmæssig karakter og skal løse et problem, der kan opstå, når de enkelte kommunalbestyrelser eller flere i fællesskab nedsætter nye lokale radio- og fjernsynsnævn ved begyndelsen af den næste kommunale valgperiode, dvs. pr. 1. januar 1990. Hvis det nævnsområde, som en lokal radios eller tv-stations tilladelse er udstedt i, kommer til at indgå i et nyt ændret nævnsområde eller kommer til at ligge i forskellige nye nævnsområder, må den udstedte tilladelse bevare sin gyldighed, til den udløber. I sidstnævnte tilfælde vil programvirksomheden stå

under tilsyn af det nævn, til hvis område tilladelse-shaverens tilhørsforhold er stærkest.

Til nr. 9

ad § 15 d, stk. 3

Det følger for så vidt af lokalradio- og tv-ordningens opbygning, at tilladelse-shaveren i forhold til det lokale nævn bliver for, at regler i loven eller fastsat efter loven bliver overholdt, uanset om en tilsidesættelse er indtruffet i en del af sendetiden, som tilladelse-shaveren har overladt til andre.

Det kan dog have praktisk betydning for nævn og tilladelse-shavere, at reglen fremgår udtrykkeligt af loven for reklamernes vedkommende, jf. også § 15 f, stk. 4, nr. 5, hvorefter en overtrædelse vil kunne medføre en kortere eller længere inddragelse af tilladelsen, uden at nævnet behøver at tage stilling til, om forseelsen er grov eller oftere gentagen. Selve spørgsmålet, om en overtrædelse af regler om reklamers indhold foreligger, afgøres af Radio- og TV-reklamenævnet (se bemærkningerne til nr. 24 ad kapitel 3 a).

Til nr. 10

ad § 15 e, stk. 2

Forslaget er af ordensmæssig karakter. Det er ikke ualmindeligt, at der er blevet valgt suppleanter for de foreningsvalgte medlemmer af de lokale nævn, og dette må også anses for hensigtsmæssigt. Det vil være rigtigt, at denne mulighed fremgår af lovens tekst.

Til nr. 12

ad § 15 i

Dette er redaktionelle ændringer i medfør af forslag nr. 7 ad § 15 a, stk. 5, og nr. 24 ad kapitel 3 a.

Til nr. 13

ad § 15 k, stk. 3

Der henvises til bemærkningerne til nr. 24 ad kapitel 3 a.

Til nr. 14

ad § 15 k, stk. 4

Reglen svarer til den, der gælder for Danmarks Radio, jf. lovens § 6, stk. 4.

Til nr. 15, 16, 17, 18 og 19

Forslag angående TV 2's organisation

TV 2 er en institution, der stadig befinder sig i en opbygningsfase, såvel med hensyn til programvirksomhedens omfang som med hensyn til institutionens opdeling i en landsdækkende og en række regionale enheder.

De erfaringer, som dette opbygningsarbejde allerede har givet, gør det efter regeringens opfattelse naturligt allerede på nuværende tidspunkt at foretage visse justeringer af lovens bestemmelser om TV 2's organisation.

Det forhold, at opbygningsfasen endnu ikke er afsluttet, medfører, at det må anses for hensigtsmæssigt at opretholde den gældende revisionsbestemmelse, der indebærer, at lovgivningen skal tages op til fornyet overvejelse senest i folketingsåret 1990-91.

ad § 15 l, stk. 1

Forslaget indebærer en forøgelse af antallet af repræsentanter for de regionale enheder i den centrale bestyrelse, samt at alle medlemmer af bestyrelsen gennem stemmeret får samme status.

Man har i denne forbindelse fundet en styrkelse af regionernes stilling i bestyrelsesarbejdet naturlig, ligesom man finder det rigtigt, at alle medlemmer af bestyrelsen får et ansvar af samme karakter for trufne beslutninger.

ad § 15 m

Forslaget indebærer en tydeliggørelse af den centrale bestyrelses overordnede ledelse af institutionen. Det præciseres i denne forbindelse, at den centrale bestyrelse fastsætter almindelige retningslinjer for virksomheden samt træffer beslutning vedrørende kollektive overenskomster om løn- og ansættelsesforhold for institutionens fast ansatte medarbejdere.

For så vidt angår den daglige ledelse af den landsdækkende virksomhed, foreslås det at præcisere den administrerende direktørs kompetence, jf. for Danmarks Radios vedkommende bestemmelsen i § 10.

ad § 15 n, stk. 5

Under hensyn til baggrunden for bestemmelsen i § 15 l, stk. 3, hvorefter medlemmer af Folketinget ikke kan være medlemmer af den centrale bestyrelse, må det anses for hensigtsmæssigt at præcisere, at medlemskab af Folketinget tillige udelukker medlemskab af de regionale bestyrelser.

ad § 15 q, stk. 2 og 4

Forslaget er begrundet i ønskeligheden af en parallelitet med regnskabsaflæggelsen for så vidt angår Danmarks Radio.

Til nr. 20 og 21

ad § 15 w, stk. 1 og 2

Stk. 1 fastslår, at tilskud udefra kan indgå i finansieringsgrundlaget for TV 2.

Det ligger i forudsætningerne for TV 2-lovgivningen, at tilskud kan indgå i finansieringsgrundlaget. Det hedder endvidere i § 13, stk. 1, i vedtægten for TV 2:

»TV 2 finansieres ved midler, der overføres fra TV 2-fonden, jf. §§ 17-21, og ved egne indtægter gennem salg af programmer og andre ydelser, tilskud m.v.«.

Et lovforslag om sponsorering i radio og fjernsyn omfattende såvel TV 2 som Danmarks Radio og lokal radio- og fjernsynsvirksomhed blev behandlet i folketingsåret 1987-88, 1. samling, men uden at nå frem til vedtagelse (L 105).

Det må være et grundlæggende princip for TV 2's modtagelse af sponsorbidrag, at institutionens uafhængighed i programlægningen og forpligtelser med hensyn til kvalitet, alsidighed og mangfoldighed i programudbudet ikke anfægtes af sponsoringsmuligheden. Under hensyn til den udtrykkelige omtale i loven af sponsoringsmuligheden er det fundet hensigtsmæssigt i stk. 2 at fastslå, at det er kommunikationsministeren, der fastsætter de nærmere regler herom.

Muligheden for sponsorstøtte kendes i en række europæiske lande, og de drøftelser, der foregår i Europarådet og EF belyser, hvilke overvejelser man gør sig med hensyn til principper for sponsorering af programmer i forbindelse med modtagningen af grænseoverskridende radio- og tv-programmer. I den forventede regulering på europæisk plan lægges følgende principper til grund:

- Programmernes indhold og programlægningen må ikke påvirkes af sponsor på en sådan måde, at radio- og fjernsynsvirksomhedens ansvar og selvstændighed anfægtes.
- Et sponsoreret program skal klart identificeres som sådant ved kreditering i begyndelsen og/eller slutningen af programmet.
- Et sponsoreret program må ikke indeholde reklame for sponsors eller andres produkter og tjenesteydelser.

Endvidere forventes det fastsat, at nyheds- og aktualitetsprogrammer skal holdes uden for en sponsorordning. Det forventes herudover fastsat, at virksomheder, hvis hovedaktivitet er at producere eller sælge produkter, som der ikke må reklameres for i radio og tv, ikke kan optræde som sponsorer.

Det forudsættes, at de regler, som skal fastsættes for sponsorering i TV 2, følger disse principper.

Reglerne vil blive fastsat, efter at bestyrelsen for TV 2 har haft lejlighed til at udtale sig.

Der stilles ikke forslag vedrørende Danmarks Radio. Det bemærkes, at Danmarks Radio selv har ud-

F. t. l. vedr. radio- og fjernsynsvirksomhed

formet retningslinier for, hvorledes sponsorerede programmer, der indkøbes, kan vises, og desuden har fastsat bestemmelser for de såkaldte »OBS«-programmer, der betales udefra.

Der stilles heller ikke forslag vedrørende lokal radio- og fjernsynsvirksomhed.

Ifølge de nuværende bestemmelser kan lokale radio- og fjernsynsvirksomheder modtage tilskud fra ikke-erhvervsdrivende institutioner, virksomheder, personer m.v.

Med hensyn til kommerciel sponsorering gælder, at en lokal station ikke må modtage betaling fra erhvervsvirksomheder for produktion eller udsendelse af bestemte programmer. En station kan dog, med respekt af reklamereglerne, udsende programmer, som er stillet vederlagsfrit til rådighed af erhvervsvirksomheder, ligesom den kan modtage generelle tilskud.

Til nr. 22

ad § 15 y

Der henvises til bekærkningerne til nr. 24 ad kapitel 3 a.

Til nr. 23

ad § 19

Forslaget er af redaktionel karakter, idet Danmarks Radios bestyrelse ikke behandler klager over programmer, jf. § 16.

Til nr. 24

ad kapitel 3 a

ad § 19 b, § 19 c og § 19 d

Bestemmelser om reklamer

1. Regeringen finder det hensigtsmæssigt, at lovens regler om, hvorledes reklameudsendelser kan finde sted, samles i ét kapitel, hvoraf det vil fremgå, hvilke regler der er fælles for medierne, og i hvilke tilfælde mediernes forskellighed fører til en nuancering af reglerne.

I henhold til de gældende lovbestemmelser er retstilstanden med hensyn til reklamering i radio og fjernsyn for tiden nærmere præciseret i følgende administrative forskrifter:

Bekendtgørelse nr. 416 af 18. juni 1987 om indholdet af reklameindslag, der bringes i TV 2,

bekendtgørelse nr. 483 af 3. juli 1987 om vedtægt for TV 2 (§§ 28 og 29),

bekendtgørelse nr. 441 af 26. juni 1988 om reklamer i lokal radio samt

vejledning af 29. december 1988 om reklame og kommerciel sponsorvirksomhed inden for lokal radio- og fjernsynsvirksomhed.

2. Under hensyn til ønskeligheden af at sikre lokal-tv et bredere økonomisk fundament foreslås der nu indført mulighed for, at lokal-tv skal kunne udsende reklamer.

Det hidtil gældende forbud mod reklamer i lokal-tv går ud på, at anbefalinger af og henvisninger til varer, tjenesteydelser og virksomheder i kommercielt øjemed ikke må forekomme, uanset om der ydes vederlag for udsendelsen. Formidling af oplysninger og synspunkter om økonomiske interessegrupper, såsom erhvervsorganisationer og fagforeninger, eller formidling af religiøse og politiske anskuelser er ikke hidtil blevet anset for at være reklame, idet det »kommercielle øjemed« ikke var til stede.

En ny ordning vil dels give lokale tv-stationer en ny finansieringskilde, dels for nogle lokale erhvervsdrivende betyde en mulighed for markedsføring, i forhold til hvilken TV 2's regionale reklameindslag ville udgøre et mindre attraktivt alternativ.

Det er ikke hensigten generelt at afskære de lokale fjernsynsforetagender fra hidtidige finansieringskilder som bidrag fra støtteforeninger eller andre interesserede organisationer, medlemsbidrag eller indtægter via kodning.

Med henblik på indførelsen af den permanente ordning for lokal-tv til afløsning af den daværende forsøgsordning iværksattes i 1986 bl.a. en undersøgelse af reklamefinansieringens mulige rolle inden for henholdsvis lokal radio og tv ved lektor Lars Grønholdt og professor Flemming Hansen, Handelshøjskolen i København.

I rapporten »Reklame i nærradio og lokal-tv: Nogle afsætningsøkonomiske overvejelser« (januar 1987) hedder det bl.a.: »Lokal-tv adskiller sig fra nærradio ved at have væsentlig større sendetidsomkostninger og væsentlig større reklameindslagsproduktionsomkostninger. Det første betyder, at underlaget for en potentiel lokal-tv-station skal være større end for en tilsvarende lokalradiostation. Det andet betyder, at de lokale annoncører i langt mindre udstrækning, end hvad der gælder for radio, vil være interesserede i lokal-tv. Lokal-tv må i større udstrækning finde sin kundekreds blandt de nationale annoncører. Dette må ske i konkurrence med TV 2.«

Indførelsen af reklamer i lokal-tv må antages at kunne få konsekvenser for indtægterne fra salget af reklamer i TV 2's regioner. Forklaringen er, at lokal-tv såvel med hensyn til målgruppe som tidsmæssigt vil kunne være betydelig mere attraktivt end regional-tv for annoncører i regionen. Hertil kommer, at

en reklameordning for lokal-tv må antages at åbne mulighed for et landsdækkende salg af tv-reklamer, der vil indebære, at også indtjeningen fra det landsdækkende TV 2 vil blive påvirket.

3. Også andre forhold end den foreslåede reklameri- ning i lokal-tv kan indebære risikomomenter for TV 2's indtægtsgrundlag. Konkurrencen fra Scan-Sat (det såkaldte TV 3) er allerede mærkbar. Vilkårene for annoncørerne er her på en række punkter mere lempelige end efter de gældende danske regler. F.eks. kan reklamerne vises i blokke mellem alle programmer og i naturlige ophold i disse. Denne konkurrencesituation er skærpet, efter at Scan-Sat fra februar 1989 sender danske og dansk tekstede programmer via ASTRA-satellitten.

4. TV 2 Reklame A/S har under henvisning hertil peget på ønskeligheden af, at der gennemføres mere smidige regler for reklameri- ning i TV 2.

Selskabet har foreslået, at den binding, der ligger i, at den ene reklameblok skal placeres i den regionale sendetid, ophæves. En sådan ophævelse ville ikke udelukke, at man, når det må anses for økonomisk fordelagtigt, kan sælge reklametid i en eller flere regioner, eventuelt i en kombination af regioner.

Selskabet foreslår endvidere, at reklametiden fastsættes til en procentdel af sendetiden og ikke som nu til et bestemt antal minutter.

Det bør endvidere efter selskabets opfattelse overvejes at give tilladelse til at sende reklamer mellem programmerne over hele sendefluden, ligesom det bør overvejes at tillade reklamer i naturlige pauser i de udsendelser, der egner sig hertil som f.eks. sportsudsendelser.

5. TV-reklamenævnet, som rådgiver ministeren med hensyn til indholdet af tv-reklamer, er blevet anmodet om at vurdere de forslag, der er fremkommet fra TV 2 Reklame A/S' side. Nævnet har ikke rejst indvendinger mod forslagene.

For så vidt angår reklame i lokal-tv, er der tillige indhentet en udtalelse fra Udvalget vedr. Lokal Radio og TV, der rådgiver ministeren med hensyn til lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. nedenfor.

6. Det har været et hovedsynspunkt ved udformningen af regler for lokal-tv, at disse bestemmelser må udformes på en sådan måde, at de økonomiske skadevirkninger for TV 2 mindskes. Selv om reklameri- ningen i lokal-tv begrænses, må det anses for påkrævet at smidiggøre reglerne om reklametidens placering i TV 2. Det må i denne forbindelse tages i betragtning, at hverken lokal-tv eller Scan-Sat har pro-

gramforpligtelser, således som det er tilfældet for TV 2.

7. For så vidt angår lokal-tv, foreslås herefter, at den enkelte tilladelse har en reklameri- ning i én blok af maksimalt 5 minutters varighed, dog således, at reklametiden pr. dag maksimalt kan udgøre 5 pct. af den del af sendetiden, der medgår til udsendelse af egenproduktion og lokalt stof. Der er ved udformningen af denne bestemmelse lagt vægt på at fremme sendevirksomhedernes lokale forankring.

Ved egenproduktion forstås i denne forbindelse programmer, der produceres af stationen selv, bestilles og kontrolleres af stationen (entreprise) samt ko- produktioner.

Med hensyn til udsendelser, der har tilknytning til det lokale område, sigtes til programmer, der er produceret i dette område eller på anden måde har tilknytning til området.

De lokale nævn påser, at reglerne om reklamerne omfang og placering overholdes.

8. På denne baggrund foreslås der på nuværende tidspunkt kun en justering af bestemmelserne om TV 2 af begrænset omfang. Den samlede reklametid skal fortsat andrage maksimalt 15 minutter pr. dag. Det præciseres samtidig, at der skal gælde en overgrænse for reklametiden på 10 pct. af den daglige sendetid. Reklametiden fordeles i blokke, hvoraf én er knyttet til regionalprogrammet. De nærmere regler om, hvorledes reklamer kan indgå i programvirksomheden, fastsættes af kommunikationsministeren, jf. § 19 d.

På det foreliggende grundlag tænkes disse regler udformet således, at den regionale reklametid udgør 5 minutter og den landsdækkende 10 minutter. F.s.v. angår den landsdækkende reklametid, forudsættes den fordelt således, at to blokke placeres i tilknytning til den primære landsdækkende nyhedsudsendelse, medens yderligere én blok placeres i den øvrige sendeflade.

9. Det bemærkes i denne forbindelse, at den økonomiske udvikling nøje må følges under hensyn til konkurrencen fra lokal-tv og reklamebærende satellitkanaler, som bl.a. rettes mod et dansk publikum.

Disse spørgsmål må også ses i sammenhæng med de mediepolitiske overvejelser, der for tiden foregår på europæisk plan inden for Europarådet og EF.

10. Det bemærkes, at forslaget ikke indebærer nogen ændringer med hensyn til følgende principper for reklameri- ning i tv:

at reklamer skal sendes i blokke mellem udsendelserne, og at der ikke kan ske nogen afbrydelse af udsendelser i reklameøjemed, samt at reklamer ikke kan finde sted i naturlige pauser i udsendelserne. Der påtænkes heller ikke ændringer vedrørende indholdet af reklameindslag.

11. For så vidt angår de fremtidige regler om indholdet af reklamer i lokal-tv, findes det rigtigt at indføre fælles regler for lokal-tv og TV 2. En sådan ordning vil medføre, at de lokale tv-stationer ikke længe vil kunne bringe betalte indslag (enten i form af kortere indslag som »reklamer« eller i form af »salg af sendetid« af længere varighed) til formidling af oplysninger og synspunkter om økonomiske interessegrupper eller formidling af politiske og religiøse anskuelser. Dette har som nævnt hidtil været muligt, fordi man i fortsættelse af den regulering, der var gældende under den foregående forsøgsordning, alene har haft et forbud mod reklamer til varetagelse af rent kommercielle interesser.

Det må i denne forbindelse understreges, at der ikke herved sker nogen indskrænkning i de lokale tv-stationers adgang til at bringe udsendelser af politisk eller religiøs observans. Det vil fortsat også være muligt for ansøgere med et bestemt politisk eller religiøst tilhørsforhold at opnå tilladelse til lokal fjernsynsvirksomhed. Organisationer og interessegrupper med et sådant tilhørsforhold vil ligeledes fortsat kunne understøtte driften af lokale stationer. Der er således ikke tale om at anfægte det princip, at lokale stationer kan fungere som talerør for bestemte opfattelser.

12. Udvalget vedr. Lokal Radio og TV har på to punkter fremsat forslag, som regeringen ikke har ment at kunne følge ved udarbejdelsen af lovforslaget.

Udvalget har således foreslået, at reklamer i lokal-tv alene bør kunne indrykkes af annoncører, der er hjemmehørende i det pågældende lokale område, og at reklamerne skal vise hen til disse annoncører.

Regeringen finder ikke en sådan begrænsning hensigtsmæssig under hensyn til, at en række reklamer må påregnes reelt at ville hidrøre fra landsdækkende annoncører.

Herudover har et flertal i udvalget foreslået, at der foretages en fordeling mellem reklamestationer på samme frekvens af en vis del, f.eks. 5–10 pct. af reklameindtægterne, idet sendetidsfordelingen skaber en ulighed mellem dem med hensyn til adgangen til reklameattraktive sendetidspunkter.

Regeringen må dog anse det for sandsynligt, at der vil opstå store praktiske komplikationer mellem tilla-

delseshaverne ved gennemførelsen af en sådan ordning.

13. I overensstemmelse med den hidtidige retstilstand vil der fortsat være en række forskelle mellem reglerne om reklamer i lokal radio og tv. Disse forskelle beror på, at radio og tv som sådanne er forskellige medier, samt at det realistisk er muligt for mange forskellige interessegrupper at få adgang til selv at drive eller dog ytre sig i lokal radio.

Dette forhold belyses af, at ca. 250 af landets kommuner enten selv eller sammen med nabokommuner har oprettet lokale radionævn. Dette er ganske vist ikke ensbetydende med, at der i samtlige 155 nævnsområder for tiden foregår lokale radioudsendelser, men det er dog tilfældet i langt de fleste. I alt skønnes ca. 275 tilladelser til lokal radiovirksomhed ud af ca. 350 udstedte tilladelser at være i brug i dag.

Forskellighederne mellem tv- og (lokal-)radiomediet må efter regeringens opfattelse give sig udslag på følgende punkter med hensyn til reklamer i lokal radio:

- Placering: Medens reklamer i tv skal sendes i blokke, kan de i lokal radio som hidtil placeres overalt i sendefloden. Det enkelte reklameindslags – eller den enkelte reklamebloks – begyndelse og afslutning skal i radio markeres tydeligt ved hjælp af lydsignal og/eller speakertekst.
- Indhold: Uanset at der er gode muligheder for at opnå tilladelse til selv at drive lokal radio, må det anses for rimeligt, at der fortsat skal bestå en mulighed for, at økonomiske, politiske og religiøse interessegrupper kan købe sendetid til formidling af deres anskuelser. Selv om radiomediet er billigt, kan det herudover forekomme betænkeligt at indskrænke indtægtsmulighederne i forhold til den nu gældende situation. Opmærksomheden henledes også på det forhold, at der ikke består en konkurrencesituation i reklamemæssig henseende mellem de lokale og en landsdækkende kanal.

ad § 19 e

Bestemmelser om Radio- og TV-reklamenævnet

TV-reklamenævnet har i henhold til den nugældende § 19 b til opgave at rådgive ministeren om indholdet af tv-reklamer og at behandle sager om overtrædelse af reglerne om tv-reklamer indhold samt sager om berigtigelse af fejlagtige oplysninger om faktiske forhold, der er blevet bragt i tv-reklameindslag. Nævnet har således hidtil alene haft spørgsmål om reklamer i TV 2 som arbejdsområde.

Den nugældende § 15 a, stk. 5, bestemmer, at ministeren fastsætter regler om behandlingen i et nævn af klagesager vedrørende indholdet af reklamer i lokal

radio, uden at der er taget stilling til, om dette nævn er det samme som TV-reklamenævnet. Denne mulighed er dog forudsat i de bemærkninger, der ledsagede forslaget til bestemmelsen.

I forbindelse med udarbejdelsen af nærværende lovforslag har TV-reklamenævnet bl.a. udtalt: »Det er nævnets opfattelse, at det er det sagligt rigtigste, at det er ét og samme nævn, der påser reklamereglernes overholdelse i alle de elektroniske medier, idet der ellers vil fremkomme en uensartet praksis med deraf følgende konkurrenceforvridning. Nævnet er indstillet på at fungere som et sådant fælles nævn.«

Regeringen er enig med nævnet og foreslår, at det i loven fastsættes, at det nuværende nævn også har sager vedrørende reklamer i lokal radio og tv som arbejdsområde.

Bortset herfra er det nye i bestemmelsen, at det i stk. 5 foreslås, at klager skal indbringes inden for en frist af 4 uger fra udsendelsen, således at klager ikke vil kunne indgives uden nogen tidsbegrænsning.

Med hensyn til fristen må det dog bemærkes, at nævnet efter eget skøn vil kunne tage sager op uanset fristen og således også i forbindelse med klager, der måtte indkomme efter fristens udløb, vil kunne lægge vægt på, om klagerne i første omgang har søgt opretning direkte hos det pågældende radio- eller fjernsynsforetagende.

Til nr. 25 og 26

ad § 22

Forslagene indeholder de fornødne straffebestemmelser i medfør af bestemmelserne om berigtigelse og reklame.

Til § 2

Det foreslås, at loven træder i kraft den 1. april 1989, således at de nødvendige gennemførelsesbestemmelser kan udfærdiges inden dette tidspunkt.