

re en række fordele, både for radio- og tv-foretagenderne og for det lokale erhvervsliv.

Ministeriet finder endvidere ud fra administrative hensyn, at det vil være uheldigt at arbejde med et reklameforbud, hvis overholdelse erfaringerne fra forsøgsordningen har vist, at det er vanskeligt at kontrollere.

Der må fastsættes regler om reklamernes indhold, omfang og placering for henholdsvis radio og tv, og overholdelsen af disse regler må påses af de lokale nævn.

I Mediekommissionens »Betænkning om dansk mediepolitik« hedder det, at der givetvis vil være et potentiale af reklamemidler til finansiering af lokalradio og lokal-tv. Først og fremmest lokalradio vil være attraktiv for annoncørerne, idet mediet er hurtigt og fleksibelt, produktionsomkostningerne lave og priserne på reklameindslag billige. Med hensyn til lokal-tv antages det, at interessen for at reklamere vil være meget afhængig af, om der er mulighed for at reklamere i landsdækkende tv. Uden reklamer i landsdækkende tv forventes både lokale og landsdækkende annoncører at være interesserede i lokal-tv.

Forslaget om reklamefinansiering af de lokale medier må ses i sammenhæng med regeringens ønske om delvis reklamefinansiering af et øget udbud af landsdækkende og regionalt tv.

En række hovedprincipper bør efter ministeriets opfattelse være fælles for reklamevirksomheden såvel på landsdækkende/regionalt som på lokalt plan.

Det gælder således følgende forhold:

Der må fastsættes grænser for den del af udsendelsestiden, som anvendes til reklamer (f.eks. maksimalt 10 pct. af den daglige sendetid og maksimalt 6 min. pr. sendetime).

Reklameindslag skal klart identificeres i forhold til programvirksomheden i øvrigt.

Der skal fastsættes regler for reklameindslagenes indhold, således at etiske hensyn tilgodeses.

Der må på den anden side tages hensyn til de særlige forhold, som vil gøre sig gældende ved lokal radio- og fjernsynsvirksomhed, ligesom der må skelnes mellem tv- og radiomediet.

For tv's vedkommende bør der stilles krav om, at reklameindslag lægges som blokke mellem udsenderne, således at det udelukkes, at udsendelserne afbrydes i reklameøjemed. Under hensyn til radiomediets karakter vil det formentlig ikke være hensigtsmæssigt at stille et tilsvarende krav på det

te område.

I regelsættet bør endvidere indgå bestemmelser om, hvorledes det forebygges, at reklamer får en uheldig indflydelse på programlægningen.

For så vidt angår kommerciel sponsoring bør det gælde, at det udtrykkeligt skal nævnes ved en udsendelses begyndelse og afslutning, hvilken erhvervsvirksomhed der har bidraget til finansieringen af udsendelsen.

Til nr. 11

ad § 15 i

Forslaget går ud på, at også reklamereglerne, jfr. den foreslåede § 15 a, stk. 5, skal gælde ved fordelingen af et program om en enkeltstående lokal begivenhed i henhold til særlig tilladelse efter § 3 a, nr. 3.

Til nr. 13

ad § 22, stk. 2

Forslaget går ud på, at der kan fastsættes bødestraf i reklamebestemmelserne i henhold til den foreslåede § 15 a, stk. 5, for overtrædelse af sådanne bestemmelser.

Til § 2

Loven skal træde i kraft den 1. april 1986, hvor den nuværende forsøgsordning med lokal radio- og fjernsynsvirksomhed er udløbet. En række bestemmelser må dog træde i kraft straks, således at behandlingen af ansøgninger m.v. kan påbegyndes snarest.

I stk. 2 foreslås en overgangsordning. Det må anses for udelukket, at proceduren for udstedelse af tilladelser til fjernsynsvirksomhed kan gennemføres inden den 1. april 1986.

Det må desuden forudses, at udstedelsen af tilladelser til radiovirksomhed i mange tilfælde først vil kunne ske efter denne dato.

For at undgå en midlertidig afbrydelse af udsendelserne i de områder, hvor der er forsøgsvirksomhed med radio eller fjernsyn i gang, foreslås det derfor, at forsøgsordningen løber videre i det enkelte lokale område, indtil det tidspunkt, hvor det pågældende lokale nævn har udstedt tilladelser til henholdsvis radio- eller fjernsynsvirksomhed, dog højst i et halvt år. Dette indebærer, at de pågældende projekter fortsat vil være underlagt forsøgsordningens regler.