

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.