

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 10 pct. af den del af hver tilladelseshavers daglige sendetid, der anvendes til udsendelser af egenproduktion eller udsendelser, som har tilknytning til det lokale område. Hver tilladelseshaver 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 fastsætter nærmere regler om, hvorledes reklamer kan indgå i programvirksomheden.

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

*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.«

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

**25.** § 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. maj 1989.