

Den skønnede anlægsbesparelse udgør mellem 15 og 35 mill. kr. på landsplan. Hvorvidt denne besparelse realiseres, beror imidlertid på, om der er tilstrækkelig efterspørgsel efter 'fremmede' lokalprogrammer.

En gennemførelse af forslaget vil gøre det muligt for televirksomhederne at tilrettelægge deres programforsyning på en sådan måde, at der i hybridnettets HF-punkter i en kommune altid vil blive udbudt de lokale radio- og fjernsynsprogrammer, som har sendetilladelse i den pågældende kommune. Televirksomhederne har i den forbindelse tilkendegivet, at de agter at sikre et sådant udbud af lokalprogrammer. Hermed opnås, at de lokalprogrammer, som i en kommune har en sendetilladelse, ikke udsættes for yderligere konkurrence fra 'fremmede' lokalprogrammer, end de allerede er i dag.

Sammenfattende indebærer justeringen derfor blot, at televirksomhederne kan udnytte hybridnettet mere hensigtsmæssigt end i dag inden for de geografiske områder, hvor de pågældende 'fremmede' lokalprogrammer alligevel kan modtages i fællesantenneanlæg ved hjælp af egne antenner.

Lovforslaget indebærer ingen ændring i den nuværende retstilstand for så vidt angår lokalprogrammer der ikke er radiospredte, men alene fordeles ved hjælp af kabelanlæg, jf. lovens § 3 a, nr. 3. Disse programmer må således fortsat kun fordeles inden for tilrådelsesområdet.

Til nr. 3 og 4

Danmarks Radio har under de nugældende bestemmelser ikke mulighed for at vise sponsorerede programmer, hvoraf sponsors navn fremgår. I det omfang Danmarks Radio har erhvervet sponsorerede programmer, har man derfor været nødt til at slette sponsorkrediteringen ved udsendelsen.

Der vil i de kommende år kunne forventes et stadigt stigende antal udenlandske programmer produceret på sponsorbasis. Det må derfor forventes, at Danmarks Radio i fremtiden vil få vanskeligheder med at erhverve sponsorerede udsendelser, hvis der ikke samtidig er mulighed for sponsorkreditering i forbindelse med udsendelse af programmerne.

Derudover vil sponsorering give øgede muligheder for at realisere særlig kostbare fjernsynsproduktioner, som man kunne befrygte ellers ikke ville blive produceret.

For så vidt angår de såkaldte OBS-udsendelser bemærkes, at der i Danmarks Radio er fastsat særlige bestemmelser herom.

Til nr. 5

Lokale radio- og fjernsynsvirksomheder kan under de nugældende bestemmelser modtage generelle tilskud fra erhvervsdrivende, foreninger, enkeltpersoner m.v. De kan desuden med respekt af reklamereglerne for lokal radio og fjernsyn udsende programmer, som er stillet vederlagsfrit til rådighed af erhvervsvirksomheder. Endelig kan lokale radio- og fjernsynsvirksomheder under de nugældende regler sælge sendetid til ikke-kommercielle foretagender. For lokal-tv gælder dog den begrænsning, at der ikke må ske salg af sendetid til formidling af oplysninger og synspunkter vedrørende økonomiske interessegrupper og religiøse og politiske anskuelser.

Der skønnes ikke at være behov for særlige regler om, at den, der yder generelle tilskud til den lokale radio eller fjernsynsvirksomhed, skal nævnes som sponsor for virksomheden ved angivelse af navn eller mærke (logo), da det i almindelighed vil være kendt, hvilke kredse, der har en sådan interesse i radio- eller fjernsynsvirksomheden, at de vil yde generelle tilskud.

Vedrørende programmer, der stilles vederlagsfrit til rådighed af erhvervsvirksomheder, vil disse programmer være omfattet af de kommende regler om sponsorering.

Ligeledes vil salg af sendetid være omfattet af det kommende regelsæt om sponsorering. Der henvises i den forbindelse til bemærkningerne til nr. 8.

Til nr. 6

Bestemmelsen er parallel til bestemmelsen vedrørende Danmarks Radio i nr. 3.

Til nr. 8

De foreslåede regler svarer til konventionens og direktivets regler om sponsorering. Der er her tale om de vigtigste principper, mens de nærmere regler om, hvorledes sponsorerede programmer kan indgå i programvirksomheden, vil blive fastsat i en bekendtgørelse, der skal omfatte såvel Danmarks Radio og TV 2, som de lokale radio- og tv-foretagender.

I § 19 f, stk. 1, slås det indledningsvis fast, at reglerne om sponsorering omfatter ethvert indirekte eller direkte tilskud til finansieringen af radio- eller fjernsynsprogrammer, når formålet er at fremme sponsors navn, mærke m.v. Herunder vil falde ydelse af ekstraordinært store prisnedslag på præmier og lign. i forbindelse med produktionen af radio- eller fjernsynsprogrammer.

Dernæst nævnes visse personer eller foretagender, nemlig dem der selv udøver virksomhed ved udsendelse eller produktion af radio- og fjernsynsprogrammer, film, fonogrammer m.v., hvis ydelse af tilskud ikke er omfattet af reglerne om sponsorering. Denne