

Domstolen fandt imidlertid ikke, at den pågældende reklame burde kategoriseres som kommerciel, men fandt i stedet, at der snarere var tale om et (politisk) indlæg i en løbende generel samfundsdebat. I en sådan situation fandt Domstolen, at der gælder snævrere grænser for den margin, som medlemsstaterne har til at bedømme, om der foreligger »a pressing social need«. Domstolen undersøgte derfor nøje spørgsmålet om, hvorvidt der forelå proportionalitet mellem formålet og de midler, som var valgt af Schweiz.

Domstolen bemærkede indledningsvis, at hensynet til tv-foretagenders uafhængighed var et legalt hensyn, og at staten var garanten for at sikre pluralisme. Domstolen fandt dog, at idet forbuddet alene gjaldt radio og fjernsyn og således ikke alle medier, gav det formodning for, at der ikke er et presserende behov for forbuddet.

Der blev endvidere lagt vægt på, at dyreværnsforeningen ikke var finansiel stærk, og at tv-stationernes uafhængighed således ikke var i fare. Efter Domstolens opfattelse ønskede foreningen at tage del i den generelle offentlige debat.

Domstolen bemærkede, at den ikke kan udelukke, at forbud mod politiske reklamer i visse situationer kan være forenelige med artikel 10. Imidlertid fandt Domstolen ikke, at Schweiz på en »relevant and sufficient manner« har demonstreret, hvorfor de generelle legale grunde, som kan tale for et forbud mod politiske reklamer, også kunne danne konkret baggrund for at begrænse dyreværnsforeningens reklame. Domstolen fandt derfor, at der var sket en krænkelse af artikel 10.

Det kræver således en konkret begrundelse at bringe et forbud mod politiske reklamer i anvendelse. Reklamer for et politisk budskab, som nyder høj grad af beskyttelse under artikel 10, kan ikke nægtes adgang til reklametid på nationalt tv, medmindre der kan gives en konkret og legitim begrundelse for, at det er nødvendigt i et demokratisk samfund at meddele afslag på en anmodning om reklametid. Dommen angiver følgende elementer, der efter omstændighederne vil kunne begrunde et afslag:

- 1) hensynet til at sikre pluralisme i mediebildet,
- 2) annoncørens finansielle styrke,
- 3) annoncørens hensigt med reklamen,
- 4) andre muligheder for at udbrede kendskabet på landsplan, samt
- 5) indholdet af reklamen.

#### 2.4 Kulturministeriets overvejelser

Med vedtagelsen af ændringsforslaget til lov nr. 439 af 10. juni 2003 om ændring af radio- og fjernsynsloven som følge af omdannelse af TV 2/DANMARK,

hvorved Folketinget vedtog en bredt formuleret forbudsbestemmelse mod politiske reklamer, tilkendegav et flertal i Folketinget, at det gerne så, at forbuddet i radio- og fjernsynsloven rækker videre end til politiske partier. Bestemmelsen er af de grunde, der er anført foran i de almindelige bemærkninger punkt 2.1, ikke sat i kraft og bortfalder i givet fald som en følge af nærværende lovforslags vedtagelse og ikrafttræden.

Af de grunde, der er anført i punkt 2.1, angår Kulturministeriets overvejelser alene muligheden for at regulere adgangen til at udsende politiske reklamer på en måde, som bedst muligt tilgodeser Folketingets ønske, og samtidig er forenelig med Den Europæiske Menneskerettighedskonvention.

Selvom det af Domstolens afgørelse i Tierfabrikensagen, jf. foran under punkt 2.3.1, fremgår, at de enkelte stater har mulighed for at begrænse adgangen til udsendelse af politiske reklamer, indeholder Domstolens afgørelse ikke megen konkret vejledning om, hvori mulighederne består. Rækkevidden af dommen kan derfor ikke nærmere præciseres. Det ligger dog fast, at Domstolen har anerkendt, at et (snævert) forbud mod politiske reklamer i visse situationer kan være foreneligt med artikel 10 om ytringsfrihed, og det kan derfor overvejes at indarbejde en mindre udvidelse af det gældende forbud.

Da der imidlertid er betydelige vanskeligheder med at præcisere grænserne for den tilladte indgriben i ytringsfriheden, finder Kulturministeriet, at udvidelsen skal være båret af et eller flere af de hensyn, som direkte er nævnt i konventionen.

Det foreslås herefter, at reguleringen af adgangen til i fjernsyn at udsende politiske reklamer sker ved en toleddet bestemmelse, som 1) indeholder et permanent forbud mod i fjernsyn at udsende reklamer for politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger, og som 2) indeholder et temporært forbud mod udsendelse af reklamer for politiske budskaber i en periode op til valg til politiske forsamlinger, såsom Folketinget, kommunalbestyrelser og Europa-Parlamentet samt forud for afholdelse af folkeafstemninger.

Første led af en sådan bestemmelse vil udover de politiske partier f.eks. omfatte Folkebevægelsen mod EU, Junibevægelsen, løsgængere samt lokallister/borgerlister til kommunalvalg. Ved bedømmelsen af rækkevidden af forbuddet vedrørende politiske bevægelser i første led af bestemmelsen, må der i øvrigt bl.a. lægges vægt på, om der er tale om fysiske eller juridiske personer, som er forankret i en parlamentarisk forsamling, dvs. stiller op i politiske forsamlinger ud over Folketinget. Vedrørende politiske kandidater og løs-