

- 2) Der må ikke reklameres for lægemidler, øl, vin, spiritus eller tobak.
 3) Reklamer må højst udgøre 10 pct. af den enkelte tilladelseshavers daglige sendetid.«

Af et *mindretal* (SF):

6) *Nr. 1* affattes således:

- »1) Reklamer må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem udsendelserne.«

Til § 68

7) *Stk. 2* affattes således:

»*Stk. 2.* Reklamer i tekst-tv skal udgøre selvstændige hele sider, der fremgår af indholdsfortegnelsen, og må ikke hænge sammen med andre informationssider.«

Til § 69

8) *Nr. 1* affattes således:

- »1) Reklamer må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem udsendelserne.«

Af *kommunikationsministeren*, tiltrådt af *udvalget*:

Til § 73

9) Efter stk. 3 indsættes som nye stykker:

»*Stk. 4.* Der må ikke udsendes programmer, hvortil der er ydet tilskud af fysiske eller juridiske personer, hvis hovedvirksomhed er at producere eller sælge alkoholholdige drikkevarer (øl, vin, spiritus og lignende produkter med et alkoholindhold på 2,25 pct. og derover), tobaksprodukter eller varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med rygning, og lægemidler.

Stk. 5. Der må ikke udsendes programmer, hvortil der er ydet tilskud af arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger eller af politiske partier eller religiøse bevægelser. Dette gælder dog ikke for foretagender, der har tilladelse til radiovirksomhed ved hjælp af satellit eller kabelanlæg, jf. kapitel 5, eller lokal radiovirksomhed.

Stk. 6. Der må ikke udsendes nyheds- og aktualitetsprogrammer, hvortil der er ydet tilskud.

Stk. 7. Foretagender, der har tilladelse til radiovirksomhed efter kapitel 5, og lokale radio-

er kan dog udsende aktualitetsprogrammer, hvortil der er ydet tilskud.«

Stk. 4 bliver herefter stk. 8.

Til § 76

10) *I stk. 2* ændres »§ 73, stk. 4« til: »§ 73, stk. 8«.

Bemærkninger

Til nr. 1, 4 og 7

Ideen i ændringsforslagene er, at reklamen skal indgå på linie med andre informationssider. Dermed tvinges annoncørerne til at gøre dem så interessante, at forbrugerne vil opsøge dem. Fra ITV's tekst-tv i England kendes tekst-tv-reklame, der er med i indholdsfortegnelsen, og som forbrugerne skal fremkalde på eget initiativ. De er ofte meget informative og bruges til at supplere anden reklame, således at annoncørerne ofte både i trykt reklame og i reklame-tv henviser til disse tekst-tv-sider, hvis forbrugerne ønsker yderligere information.

Ændringerne foreslås også for at hindre den type af tekst-tv-reklame, hvor f.eks. halvdelen af en side er reklamer for en halspastil og den anden halvdel en vejrudsigt.

Ændringerne sikrer, at reklamer i tekst-tv lever op til kravene for tv-reklame i øvrigt.

Til nr. 2, 5, 9 og 10

Ændringsforslagene tilsigter at parallelisere reklamereglerne for satellit-tv med de regler, der gælder for TV 2 og lokal-tv, og reklamereglerne for satellitradio med dem, der gælder for lokal radio.

Som konsekvens heraf foreslås det, at lovtæksten på sponsoreringsområdet afspejler denne parallelitet.

Det følger af ændringsforslagene, at det bliver muligt at reklamere for økonomiske interessegrupper samt religiøse og politiske anskuelser i satellitradio. Det følger endvidere, at arbejdsgiverforeninger, fagforeninger, politiske partier og religiøse bevægelser vil kunne sponsorere programmer i satellit- og kabel-radio. Det følger endelig, at aktualitetsprogrammer vil kunne sponsoreres i satellit- og kabelradio.