

Som nævnt foreslås også reglerne om hvilke produkter der kan reklameres for liberaliseret. På dette område ligger de foreslåede regler tæt op ad EF-direktivet »Fjernsyn uden grænser«.

Først og fremmest foreslås det, at reglerne om hvilke produkter der kan reklameres for ændres, således at det tillades at reklamere for alkohol og for ikke-receptpligtig medicin.

For så vidt angår reklamer for alkohol bemærkes, at det vil blive fastsat i bekendtgørelsen om reklamer og sponsorering af programmer, at disse alene kan udsendes under følgende betingelser:

- De må ikke specielt henvende sig til mindreårige og må især ikke vise mindreårige, der indtager alkohol.
- De må ikke forbinde indtagelse af alkohol med øgede fysiske præstationer eller bilkørsel.
- De må ikke skabe det indtryk, at indtagelsen af alkohol bidrager til succes på det sociale eller seksuelle område.
- De må ikke antyde, at alkohol har terapeutiske egenskaber, at den virker stimulerende eller beroligende eller, at den kan bruges til at løse personlige konflikter med.
- De må ikke tilskynde til umådeholden indtagelse af alkohol eller fremstille afholdenhed eller mådehold i et negativt lys.
- De må ikke lægge særlig vægt på et højt alkoholindhold som en positiv kvalitet ved drikkevaren.

Med hensyn til reklamer for ikke-receptpligtig medicin foreslås det, at det tillades at udsende reklamer for denne type produkter i fjernsyn. Udover en ændring af radio- og fjernsynsloven medfører denne liberalisering, at der skal foretages en ændring af lov om lægemidler, jf. lovforslagets § 100, således at det gældende forbud dér mod reklamer for ikke-receptpligtig medicin i fjernsyn ophæves.

I tilknytning hertil overvejes det i hvilket omfang, der bør foretages justeringer i bekendtgørelse nr. 793 af 10. september 2001 om reklame for lægemidler med henblik på en tilpasning til de særlige forhold, som gør sig gældende for radio- og tv-foretagender. Overvejelserne skal tage stilling til, hvilken form og præsentation de ledsagende oplysninger i forbindelse med udsendelse af reklame for lægemidler skal have. Der skal i denne forbindelse på den ene side tages hensyn til den ønskede liberalisering af området og det eksisterende internationale konkurrencemarked og på den anden side de sundhedsfaglige hensyn, som danner baggrund for de nugældende regler.

Idet der med lovforslaget gives mulighed for at udsende reklamer på nye områder, og idet det har bred

interesse at følge udviklingen og effekten af disse muligheder, er det hensigten at bede Radio- og tv-nævnet om at følge området, og med passende mellemrum f.eks. to gange årligt i 2003 at underrette ministeren om udviklingstendenserne for så vidt angår denne type reklamer.

De generelle regler til reklamernes indhold og de særlige regler om beskyttelse af børn og unge foreslås indholdsmæssigt videreført uændret. Det betyder bl.a., at det (fortsat) skal sikres, at børn og unge ikke vildledes af reklamer, og at der skal fastsættes regler om børn og unges medvirken i reklamer. Det vil herudover blive fastsat, at reklamer for alkohol, håndkøbsmedicin og kosttilskud ikke må placeres omkring børne- og ungdomsprogrammer.

Efter bekendtgørelsen og de ændringer vedrørende Radio- og tv-nævnets kompetence, som foreslås foran under afsnit 2.4.2, varetages tilsynet med reglernes overholdelse – bortset fra sager som henhører under de lokale radio- og fjernsynsnævne – af Radio- og tv-nævnet. Radio- og tv-nævnet behandler hovedsagelig sager på baggrund af henvendelser fra offentligheden eller branchen, men nævnet har efter § 78 og bekendtgørelsen endvidere mulighed for af egen drift at tage sager op til realitetsbehandling. I sager om overholdelse af lov om lægemidler indhenter nævnet, forinden der træffes afgørelse, en udtalelse fra Lægemiddelstyrelsen.

2.7.2 Sponsorering af programmer

2.7.2.1 Gældende ret

Reglerne om sponsorering af programmer findes i lovens kapitel 8 samt i bekendtgørelse nr. 1348 af 18. december 2000 med senere ændring om reklamer og sponsorering af programmer. Af lovens § 73 fremgår bl.a., at indholdet og programsætningen af et sponsoreret program ikke må påvirkes af sponsoren på en sådan måde, at det indvirker på radio- eller fjernsynsforetagendets ansvar og redaktionelle selvstændighed.

Det er endvidere bestemt, at fysiske eller juridiske personer, hvis hovedvirksomhed det er at producere eller sælge drikkevarer med et alkoholindhold på 2,8 pct. vol eller derover, tobaksprodukter eller varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med rygning, og lægemidler ikke må sponsorere programmer.

I fjernsyn er det ikke tilladt for politiske partier at sponsorere programmer. I radio er dette imidlertid som udgangspunkt tilladt.

For så vidt angår hvilke programtyper der kan sponsoreres gælder, at det ikke er tilladt at sponsorere nyheds- og aktualitetsprogrammer.