

Bekendtgørelsen om reklame og sponsorering indeholder herudover en række regler om f.eks. identifikation af sponsorerede programmer og formkrav til sponsorerede programmer.

Der har gennem de senere år alene været et begrænset antal sager vedrørende sponsorering af programmer til behandling i Kulturministeriet. Blandt de sager som har været rejst, kan nævnes, at der i forbindelse med lov nr. 1272 om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (gennemførelse af medieaftale 2001-2004 m.v.) blev foretaget ændringer i bestemmelsen om hvem der kan sponsorere programmer, således at økonomiske interessegrupper, såsom erhvervsorganisationer og fagforeninger samt religiøse bevægelser fik adgang til at sponsorere programmer.

En anden type af sager, som har været rejst angår spørgsmålet om, hvilke instanser, der skal tage stilling til klagesager vedrørende sponsorering af programmer. Efter de gældende regler er det således, at f.eks. DR og TV 2/DANMARK selv træffer afgørelse i sager om overtrædelse af reglerne om sponsorering. Selvom Radio- og tv-nævnet har mulighed for efter anmodning eller på eget initiativ at tage sager om identifikation samt elementer af sponsorerede programmer op og afgive udtalelse, tilkendegiver et antal henvendelser fra offentligheden uforståen overfor, at DR og TV 2/DANMARK hidtil har udøvet kontrol med sig selv.

2.7.2.2 EF-direktivet »Fjernsyn uden grænser«

EF-direktivet »Fjernsyn uden grænser«, som er nærmere omtalt ovenfor i forbindelse med gennemgangen af reklamer, indeholder i artikel 17 følgende minimumsbestemmelser om, hvilke regler der skal iagttages ved sponsorering af programmer:

- De må ikke påvirke indholdet og programlægningen af det sponsorerede program på en sådan måde, at ansvaret og den redaktionelle frihed begrænses for programtilladelsens indehaver
- Sponsor skal klart identificeres ved navn eller logo i begyndelsen og/eller slutningen af programmet
- De må ikke tilskynde til afsætning af sponsors eller tredjemands varer eller tjenesteydelser og må i særdeleshed ikke promovere disses varer eller tjenesteydelser
- Programmer må ikke sponsoreres af virksomheder, hvis hovedvirksomhed det er at producere eller sælge cigaretter eller andre tobaksvarer.
- Programmer som sponsoreres af virksomheder, hvis hovedaktivitet inkluderer salg af medicinske produkter eller behandling, må alene fremme

virksomhedens navn eller image og således ikke særlige produkter eller behandlinger, som er receptpligtige.

- Nyheds- og aktualitetsprogrammer må ikke sponsoreres.

2.7.2.3 Den foreslåede ordning

Som noget nyt foreslås det i lovforslaget, at også virksomheder, som producerer eller sælger drikkevarer med alkohol, skal have adgang til at sponsorere programmer.

Som noget nyt foreslås det også, at virksomheder, hvis hovedaktivitet inkluderer salg af medicinske produkter eller behandling, kan sponsorere programmer. Det bemærkes i den forbindelse, at det ikke i tilknytning til identifikation af sponsor vil være tilladt, at fremme bestemte lægemidler, som efter dansk ret er receptpligtige.

Det er nøje blevet overvejet, hvorvidt der herudover er behov for ændringer i de gældende regler om, hvem der kan sponsorere programmer i radio og fjernsyn. Det er i den forbindelse blevet tillagt særlig betydning, at der af hensyn til sagligheden i den politiske og offentlige debat i fjernsynet ikke må kunne rejses tvivl om, hvorvidt ideologisk og politisk funderede organisationer og bevægelser har haft indflydelse på programmerne. På den baggrund foreslås det, at der ikke i fjernsyn, samt i radioprogrammer som indgår i den samlede public service-virksomhed, må udsendes programmer, som er sponsoreret af økonomiske interessegrupper, såsom arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger samt religiøse bevægelser og politiske partier.

Herudover foreslås der ikke indholdsmæssige ændringer i reglerne om sponsorering af programmer. Der påtænkes således ikke yderligere ændringer i bekendtgørelsen om reklame- og sponsorering i radio og fjernsyn. Med hensyn til tilsynet med reglernes overholdelse henvises til afsnit 2.4.2 om den foreslåede ordning vedrørende Radio- og tv-nævnet i de almindelige bemærkninger.

3. Lovforslagets økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

Af statsfinansielle konsekvenser bemærkes, at udbud af distribution af de kommende digitale tv-sendemuligheder, udbud af den femte FM-radiokanal, den sjette FM-radiokanal samt mellembølgesendemuligheder vil betyde en indtjening for statskassen. Størrelsen af indtjeningspotentialet kan på nuværende tidspunkt ikke anslås nærmere, idet dette bl.a. er afhængig af det udbudsgrundlag, som i vidt omfang skal tilveje-