

Svar (20/2 03)

Udenrigsministeren (Per Stig Møller):

Spørgsmålet om iværksættelse af NATO's beredskabsplanlægning drejer sig om forskellige former for defensiv, militær støtte til forsvar af Tyrkiet i tilfælde af en evt. væbnet konflikt i Irak.

Tyrkiet har anmodet om konsultationer i NATO i henhold til artikel 4 i Den Nordatlantiske Traktat, som vedrører rådføring blandt alliancens medlemmer, når en deltagers territoriale integritet, politiske uafhængighed eller sikkerhed er truet. Regeringen finder, at alliancens medlemmer må udvise solidaritet og tage skridt til at imødegå de trusler, som Tyrkiet kan blive udsat for. På dette grundlag har regeringen tilsluttet sig, at den beskrevne beredskabsplanlægning iværksættes.

Der henvises til besvarelsen af spørgsmål nr. S 1906.

Spm. nr. S 1986

Til kulturministeren (14/2 03) af:

Poul Nødgaard (DF):

»Vil kulturministeren drage omsorg for, at der i overensstemmelse med gældende regler om forbud mod politisk reklame i fjernsynet gribes ind over for de reklamer, der i forbindelse med tv-transmitterede sportsbegivenheder er opsat af socialdemokratiske fagbevægelser som eksempelvis SiD, Dansk Metal, HK og Kvindeligt Arbejderforbund?«

Svar (26/2 03)

Kulturministeren (Henriette Kjær, fg.):

Først og fremmest vil jeg gerne bekræfte, at det er korrekt, at det ikke er tilladt at udsende reklamer for politiske partier i fjernsynet. Det følger direkte af radio- og fjernsynslovens § 76, stk. 3. Så vidt jeg kan forstå, er det da heller ikke denne situation, der sigtes til med spørgsmålet.

Sådan som jeg har forstået spørgsmålet, ønsker spørgeren min stillingtagen til, om det er i overensstemmelse med reglerne i radio- og

fjernsynsloven, at en dansk tv-station transmitterer sportsbegivenheder i tilfælde, hvor der i tilknytning til sportsbegivenheden er opstillet såkaldte bandereklamer i de lokaler, hvor begivenheden finder sted.

Med hensyn til reklamer regulerer radio- og fjernsynsloven først og fremmest udsendelse af reklamer, der er produceret direkte til visning i tv. Loven regulerer derimod ikke hvilke reklamer, der lovligt kan opstilles eller vises på anden måde i forbindelse med sportsbegivenheder eller lignende.

Det spørgsmål, der i denne forbindelse eventuelt kan overvejes ved transmission af sportsbegivenheder og lignende er, om transmissionen indeholder skjult reklame. Skjult reklame er bl.a. karakteriseret ved ikke at blive udsendt i en reklameblok, og skjult reklame er ikke tilladt efter reglen i radio- og fjernsynslovens § 72.

I forbindelse med den seneste ændring af radio- og fjernsynsloven, blev kompetencen for Radio- og tv-nævnet udvidet, således at nævnet også træffer den endelige administrative afgørelse med hensyn til bl.a. identifikation af reklamer – dvs. bl.a. spørgsmålet om, hvorvidt der foreligger skjult reklame eller ej. Jeg har derfor henledt nævnets opmærksom på sagen.

På denne baggrund mener jeg, at det vil være ukorrekt af mig at tage stilling til den konkrete sag. Jeg vil dog gerne generelt bemærke, at det efter min opfattelse selvfølgelig skal være sådan, at det er muligt for danske tv-stationer at transmittere sportsbegivenheder, og at det i den forbindelse kan være uundgåeligt at vise bandereklamer. I en vurdering af om en fjernsynstransmission indeholder skjult reklame eller ej mener jeg, at det må indgå, om der sker en overdreven kameraeksponering af bandereklamerne eller om fokus er på afviklingen af sportsbegivenheden. Jeg mener også, at antallet af forskellige bandereklamer naturligt må indgå i bedømmelsen.

Jeg understreger dog, at der er tale om en vanskelig afvejning, fordi der næppe kan være tvivl om, at transmissioner af denne karakter har stor kommerciel værdi for de implicerede virksomheder/sportsklubber, og at de af mange opfattes som reklame i fjernsynet.