

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

Farumkommune



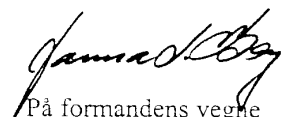
Kulturministeriet har udbedt sig eventuelle bemærkninger til følgende udkast til ændringer i radio- og fjernsynsloven:

Om politiske reklamer – ministeriets skrivelse af 2. september 2004, j.nr.2004-4248-2, og

Om forlængelse af sendetilladelser – ministeriets skrivelse af 13. september 2004, j.nr.2004-5100-2.

Lokalradionævnet for Farum Kommune har ingen bemærkninger til disse udkast.

Venlig hilsen

  
På formandens vegne  
Jonna Lybech Bay

Afsender:

Børneområdet

Sagsbehandler:

Jonna Lybech Bay

Tlf. 7743 4583

Email: jlb@farum.dk

Dato: 1. oktober 2004

Journalnr.:

Rådhusvej

3520 Farum

Rådhuset

Tlf. 7743 4000

Mandag – fredag

9.00 – 14.00

Torsdag tillige

14.00 – 18.00

Fredag 9.00 – 14.00

Fax 7743 4059

Personlig henvendelse:

I ovenstående åbningstid

Kulturministeriet  
Nybrogade 2 Postboks 2140  
1015 København K

Aalborg, den 27. september 2004

Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer) – j.nr. 2004-4248-2 MMI

Sammenslutningen af Lokale Radio- og TV-stationer, SLRTV, har ingen indvendinger mod forbudet mod politiske reklamer i fjernsyn, men hvis argumentationen jf. Menneskerettighedsdomstolens dom af den 28. juni 2001 i sagen VgT Verein gegen Tierfabriken mod Schweiz, er ”være med til at sikre den demokratiske proces, idet de finansielt stærke politiske kræfter derved ikke har lejlighed til – gennem tv-reklamer – at udkonkurrere de svagere.”, foreslår SLRTV, at forbudet udstrækkes til også at gælde for radio.

Samtidig skal vi hermed udtrykke vores dybe utilfredshed med den meget korte høringsfrist, hvilket også begrundes, at SLRTV ikke kan overholde den af ministeriet fastsatte frist til den 24. september 2004.

SLRTV's dybe utilfredshed med denne for Kulturministeriet gentagne korte høringsfrist begrundes sig i, at SLRTV som en landsdækkende organisation ikke har mulighed for at sammenkalde sin bestyrelse med så kort frist med henblik på at give Ministeriet et kvalificeret og seriøst høringsvar.

Ved ikke at give den fornødne tid til behandling af det udsendte høringsmateriale risikerer Kulturministeriet at tilsidesætte den demokratiske proces i de høringsberettigede organisationer.

SLRTV skal hermed anbefale Kulturministeriet at afsætte den fornødne tid til en grundig og seriøs politisk behandling af mediespørgsmål – herunder at der afsættes den fornødne tid til høring blandt de berørte organisationer og partnere, således at disse har mulighed for at bearbejde det udsendte materiale med henblik på at give et kvalificeret og seriøst svar på høringen.

Den af Kulturministeriet nu brugte praksis er en uholdbar situation.

Venlig hilsen  
p.b.v.



Gitte Thomsen  
sekretariatsleder



# RINGE KOMMUNE

## Radio- og tv-nævnet

TINGHØJ ALLÉ 2 – POSTBOX 20 – 5750 RINGE  
TELEFON 63 623 623 - FAX 63 623 600

EKSPEDITIONSTIDER:  
MANDAG – ONSDAG: 10 – 14  
TORSDAG: 10 – 17.30  
FREDAG: 10 – 12.30  
LØRDAG LUKKET

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

J.nr.:

Dato: 23. september 2004

Sagsbehandler: mns  
Direkte tlf.nr.: 63 623 745  
Direkte faxnr.: 63 623 758  
E-mail adresse: [ringe@ringe.dk](mailto:ringe@ringe.dk)

CC:

### Vedr.: Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politisk reklame)

Vi kan hermed oplyse, at Radio- og tv-nævnet for Broby, Ringe, Ryslinge og Årslev kommuner ikke har kommentarer til udkast til forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer).

Med venlig hilsen

Lene Høsthaab  
formand

Tonni L. Jørgensen  
børne- og kulturchef

## Maiken Michelsen

---

**Fra:** Lotte Engbæk Larsen [LEL@bryggeriforeningen.dk]

**Sendt:** 27. september 2004 13:53

**Til:** Maiken Michelsen

**Emne:** Høringssvar vedr. politiske reklamer

Til Majken Michelsen,

Bryggeriforeningen takker hermed for muligheden for at komme med bemærkninger til ændringen af bestemmelserne om politiske reklamer i radio- og fjernsynsloven. Bryggeriforeningen har dog ingen bemærkninger til forslaget.

Jeg beklager det sene svar.

Med venlig hilsen

Lotte Engbæk Larsen

Erhvervspolitisk konsulent, Bryggeriforeningen

Tlf. +45 72 16 24 27

E-mail: lel@bryggeriforeningen.dk

Bryggeriforeningen

*Danish Brewers' Association*

Faxehus, Gl. Carlsberg Vej 16

DK - 2500 Valby

Kulturministeriet  
Att.: Maiken Michelsen  
Nybrogade 2  
1015 K.

Dato: 23. september 2004  
Kontor: Sekr.  
J.nr.: 2004-090/10-93

Sagsbeh.: SIS  
Fil-navn: Dokument 2

Ved brev af 2. september 2004 - j.nr. 2004-4248-2 – har Kulturministeriet fremsendt udkast til forslag til lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer) i høring.

I den anledning skal Indenrigs- og Sundhedsministeriet meddele, at ministeriet ikke har bemærkninger hertil.

Med venlig hilsen

  
Signid Sandorff

KULTURMINISTERIET  
4248 / 31  
27 SEP. 2004

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

17-09-2004

DS/RSD  
2004-72-150

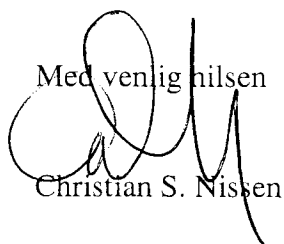
att.: Maiken Michelsen

**Vedr.: Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven**

DR har modtaget udkast til forslag om ændring af radio- og fjernsynsvirk-  
somhed vedrørende politiske reklamer.

DR har ingen bemærkninger til forslaget.

Med venlig hilsen



Christian S. Nissen

**GENERALDIREKTØREN**

TV-Byen  
2860 Søborg

Tlf. 35 20 30 40  
Dir. tlf. 35 20 80 12  
Fax 35 20 80 10

e-mail:

csn@dr.dk

KULTURMINISTERIET

4248/17

20 SEP. 2004



**KØBENHAVNS KOMMUNE**  
Kultur- og Fritidsforvaltningen

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K.

**22 SEP. 2004**

Journalnr.  
6.05-4/93

/BR

**Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

Kultur- og Fritidsforvaltningen har ikke bemærkninger til ministeriets forslag til lov om ændring af radio- og fjernsynsvirksomhed, der indeholder en ændring af bestemmelsen om politiske reklamer.

Venlig hilsen

  
Martin Geertsen

  
/ Carsten Haurum

**Øvrighedskontoret**

Rådhuset  
1599 København V

Telefon  
33 66 33 66

Telefax  
33 66 71 58

Direkte telefon  
33 66 23 28

E-mail  
ovrighed@kff.kk.dk

KULTURMINISTERIET Birgra@kff.kk.dk

4248/21  
**24 SEP. 2004** www.kk.dk

318200624-1-2004-4248-20-122539

Fra: Janne Møller  
Til: Janne Møller  
Emne: VS: Forbrugerrådets høringssvar, att. Maiken Michelsen

---

Fra: Pia Hendriksen [mailto:PH@fbr.dk]  
Sendt: 23. september 2004 14:16  
Til: Kulturministeriet  
Emne: Forbrugerrådets høringssvar, att. Maiken Michelsen

Kulturministeriet har med brev af 3. september sendt ændring af Radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer) i høring.

Forbrugerrådet har af ressourcemæssige årsager ikke mulighed for at forholde os til ændringen. Forbrugerrådet kan således ikke tages til indtægt for at støtte denne eller for at gøre det modsatte.

Med venlig hilsen  
F. Anders Hjorth Jensen, telepolitisk medarbejder

Pia Hendriksen  
Sekretær  
Forbrugerrådet  
Tlf. 77 41 77 31

Kom til kulturnat i Forbrugerrådet. Fredag den 8. oktober kl. 18.00-24.00 er der Kulturnat i København, og Forbrugerrådet og Tænk+Test inviterer indenfor til en aften, hvor du kan teste din viden, smage på øl, pølser og godt brød. Du kan også møde Forbrugerrådets eksperter, som er kendte fra aviser, radio og tv. Se mere på <http://www.fbr.dk/kulturnat/>



495171947-1-2004-4248-24-123121

Fra: Anette Agerup Jakobsen  
Til: Anette Agerup Jakobsen  
Emne: VS: Finansministeriets høringssvar vedr. ændring af radio- og fjernsynsloven

-----Oprindelig meddelelse-----

Fra: Birgitte Bjørnbak [mailto:BBJ@fm.dk]  
Sendt: 24. september 2004 13:17  
Til: Maiken Michelsen; Kulturministeriet  
Cc: Lise-Lotte Teilmand  
Emne: Finansministeriets høringssvar vedr. ændring af radio- og fjernsynsloven

Kære Maiken Michelsen,

Finansministeriet har som udgangspunkt ingen generelle bemærkninger til det fremsendte udkast til lovforslag om ændring af radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer), idet det forudsættes, at ændringerne ikke giver anledning til offentlige merudgifter.

For så vidt angår de konkrete formuleringer i lovbemærkningerne skal Finansministeriet dog bemærke følgende:

\* 3. afsnit s. 12. Det anføres, at "Det forhold, at forbuddet og begrænsningen alene gælder for udsendelse af reklamer på tv-stationerne, kan begrundes i, at dette medie har en langt større og bredere gennemslagskraft end øvrige medier, hvor man eksempelvis enten kan bladre videre i avisen eller lukke internetvinduet. Denne argumentation er efter Finansministeriets opfattelse ikke tilstrækkelig overbevisende.

\* 1. afsnit s. 13. Det anføres, at "Lovforslaget medfører ingen målbare økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet mv." Formuleringen vurderes ikke at være dækkende. Betyder den f.eks. at der vil være økonomiske konsekvenser forbundet med lovforslaget, men at det bare ikke er muligt at identificere dem nu og her? Er der risiko for, at lovforslaget vil medføre, at tv-stationerne kan miste i dag eksisterende reklameindtægter, og hvad vil omfanget heraf være?

Med venlig hilsen  
Birgitte Bjørnbak

---

Finansministeriet <<http://www.studielaan.dk/images/SignaturLogoDep.gif>>

Birgitte Bjørnbak  
Telefon (+45) 33 92 33 33  
Direkte telefon (+45) 33 92 42 36  
E-post [fm@fm.dk](mailto:fm@fm.dk) <<mailto:fm@fm.dk>>  
Personlig e-post [bbj@fm.dk](mailto:bbj@fm.dk) <<mailto:bbj@fm.dk>> Hjemmeside [www.fm.dk](http://www.fm.dk)  
<<http://www.fm.dk/>>

Kulturministeriet  
Postboks 2140  
Nybrogade 2  
1015 København K

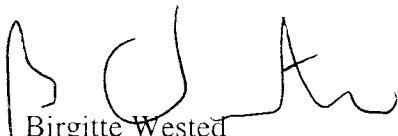
20. september 2004  
Sag 1100/5-262  
BW/BW

### Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)

Forbrugerombudsmanden er i brev af 2. september 2004 blev bedt om at fremkomme med eventuelle bemærkninger til lovudkastet.

Forbrugerombudsmanden har ingen bemærkninger.

Med venlig hilsen  
På Forbrugerombudsmandens vegne

  
Birgitte Wested  
Fuldmægtig, cand.jur.

#### **FORBRUGEROMBUDSMANDEN**

Amagerfælledvej 56  
2300 København S

Tlf. 32 66 90 00  
Fax 32 66 91 00  
CVR-nr. 10 29 48 19  
fs@fs.dk  
www.forbrug.dk

#### **MINISTERIET FOR FAMILIE- OG FORBRUGERANLIGGENDER**

#### Henvendelse i verserende sager

Tlf. 32 66 90 00  
Telefontid 10-12

#### Telefonrådgivning

Tlf. 70 13 13 30  
Telefontid mandag - fredag 9-12  
torsdag tillige 15-19

#### ForbrugerINFOpunkt

Find dit lokale infopunkt på  
[www.forbrug.dk/omforbrugerneshus/  
kontakt/rdgivning/forbrugerinfopunkt/  
oversigt-bib0/](http://www.forbrug.dk/omforbrugerneshus/kontakt/rdgivning/forbrugerinfopunkt/oversigt-bib0/)

#### Få svar på forbrugerspørgsmål

[www.forbrug.dk/oss](http://www.forbrug.dk/oss)

#### Bestilling af Pjecer m.v.

Tlf. 70 13 13 40

Helhedsblik

**KULTURMINISTERIET**

9248118

20 SEP 2004

## Maiken Michelsen

---

Fra: Claus Noer Hjorth [clausnh@dfi.dk]  
Sendt: 21. september 2004 15:02  
Til: Dorthe Hald Andersen; Maiken Michelsen  
Emne: Høring om ændring af Radio/fjernsynsloven

Kære Dorthe og Maiken

Filminstituttet har modtaget høring om ændring af Radio- og fjernsynsloven:  
Forlængelse af tilladelser til udøvelse af lokal programvirksomhed Politiske reklamer  
Filminstituttet har ingen bemærkninger til forslagene.

Mange hilsner

Claus

\*\*\*\*\*  
\*\*

Claus Hjorth  
Chefkonsulent / Senior Advisor

Det Danske Filminstitut / Danish Film Institute Gothersgade 55  
DK-1123 Copenhagen K  
Denmark

Direct +45 33 74 35 26  
Phone +45 33 74 34 00  
Mobile +45 22 61 53 81  
Fax +45 33 93 85 53  
Mail clausnh@dfi.dk

\*\*\*\*\*



SOCIALMINISTERIET

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

Departementet  
Holmens Kanal 22  
1060 København K

Tlf. 3392 9300  
Fax. 3393 2518  
E-mail sm@sm.dk

17. september 2004

MSC/ J.nr. 609-184

**Svar på høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

Socialministeriet har ingen bemærkninger til det ved brev af 2. september 2004 fremsendte udkast til forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer).

Med venlig hilsen

Mette Søderlund Christensen

KULTURMINISTERIET  
4248/15  
20 SEP. 2004



**DANSK INDUSTRI**

H.C. Andersens Boulevard 18  
1787 København V  
Tlf. 3377 3377 · Fax 3377 3300  
di@di.dk · www.di.dk

Kulturministeriet  
Att.: Maiken Michelsen  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

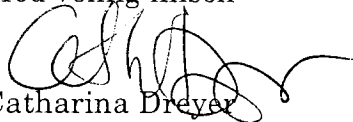
16. september 2004  
CAD

Deres sagsnr.:  
2004-4248-2

### **Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

Det fremsendte udkast til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer) giver ikke DI anledning til bemærkninger.

Med venlig hilsen



Catharina Drejer

KULTURMINISTERIET  
4248/94  
20 SEP. 2004

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

København den 14-09-2004  
J.nr.: 23-001  
Lene Maj Pedersen

## Vedrørende udkast til forslag til lov om ændring af radio- og fjernsynsloven (Politiske reklamer)

Det Centrale Handicapråd har med tak modtaget udkast til forslag til lov om ændring af radio- og fjernsynsloven (Politiske reklamer) til høring. Det Centrale Handicapråd har ingen bemærkninger til udkastet til lovforslag.

Venlig hilsen

  
Lene Maj Pedersen

KULTURMINISTERIET

15 SEP. 2004

4248/13



BYRÅDSFORVALTNINGEN  
*Juridisk kontor*

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1015 København K

Rådhusstorvet 4  
8700 Horsens  
Telefon: 76 29 29 29  
Direkte: 76 29 20 22  
Telefax: 76 29 20 10  
Internet: www.horsenskom.dk  
E-mail: byraadsforv@horsens.dk

Dato: 9. september 2004  
Initialer: fcl  
Sagsbehandler: F.C.Lassen  
Journal nr: 20.05.00 I00  
Sags-id: 1994.633-0

**Vedr.: Høring om udkast til ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

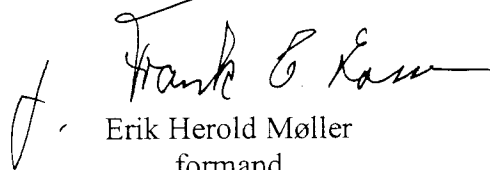
Med henvisning til ministeriets skrivelse af 2. september 2004, j.nr. 2004-4248-2, hvorved ministeriet udsendte udkast til lov om ændring af radio- og fjernsynsloven til høring, kan det oplyses, at udkastet har været drøftet af formanden og næstformanden i Det Fælles Radio- og Fjernsynsnævn for Horsens, Juelsminde, Gedved og Brødstrup kommuner. Grundet den korte svarfrist er udkastet ikke udsendt til Nævnets andre medlemmer.

Det er formandens og næstformandens holdning, at ændringen i loven kun forsøger at tydeliggøre forbudet mod politiske reklamer uanset fra hvem de kommer. Det er ligeledes holdningen, at en revurdering af bestemmelsens formulering bør overvejes, således at forståelsen fremmes.

Nævnet har ikke yderligere bemærkninger til udkastet.

Afslutningsvis bemærkes, at ministeriets adresse, på intet sted, fremgår af det af ministeriet fremsendte materiale. Nævnet håber, at nærværende skrivelse kommer rette modtager i hænde.

Med venlig hilsen



Erik Herold Møller  
formand

Det Fælles radio- og Fjernsynsnævn  
for Horsens, Juelsminde, Gedved og Brødstrup kommuner

Kulturministeriet  
att.Maiken Michelsen  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

Sagsnummer  
89006-435769

Sagsbehandler IMU  
Direkte 36 13 17 94  
Fax 36 13 20 93  
IMU@hur.dk

7. september 2004

**Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

HUR har den 6. september 2004 modtaget udkast til forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer) til høring.

Det skal hermed meddeles, at HUR ikke har bemærkninger til udkastet.

Dette svar har ikke været forelagt til politisk behandling.

Venlig hilsen

  
Johannes Sloth



## NOTAT

27. september 2004

Til sagen

**Høringssvar fra Justitsministeriet**

Telefonisk kontaktet af Justitsministeriet v/Jesper Kjærsgaard vedrørende udkast til ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer). Justitsministeriet havde følgende bemærkninger:

1. Overskriften på afsnit 3.1. bør ændres fra retstilstanden i Danmark til: Gældende ret
2. Sidste afsnit i femte afsnit på side 4 bør justeres.
3. Første sætning på side 11 bør justeres.
4. Sidste sætning i første afsnit på side 12 bør justeres.
5. På side 15 bør bemærkningerne til det foreslåede stk. 4 udbygges.

Maiken Michelsen

**KPK**  
Den Kristne Producent Komite

København d. 17-09-2004

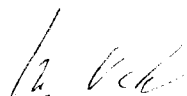
Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
København K

**Høringssvar vedr. reklame for politiske partier/kandidater.**

Ved brev af 2. september 2004 har Kulturministeriet spurgt efter bemærkninger til forslag om forbud mod reklamer for politiske partier/kandidater.

KPK ser med glæde på et sådant forbud der vil skabe bedre ligestilling mellem store og små partier samt kandidater.

Med venlig hilsen



Mogens Videbæk

Sekretariat & Forretningsfører:  
Drejervej 17, 1  
2400 København NV  
e-mail:

tlf.: 35 31 03 14  
fax: 35 31 03 12  
mv@kcsc.dk  
KULTURMINISTERIET  
4248/16  
20 SEP. 2004

# Danske Dagblades Forening

PRESSENS HJØR

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

Overbringes

24. september 2004

## Høringssvar vedrørende ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)

Danske Dagblades Forening har med tak modtaget Kulturministeriets udkast til forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed til udtalelse.

Forbuddet mod udsendelse af politiske reklamer gælder alene for udsendelser af reklamer i fjernsyn og har således kun begrænset betydning for dagbladene. Alligevel finder Danske Dagblades Forening af principielle grunde anledning til kommentere de aspekter af lovforslaget, som må anses for uforenelige med Den Europæiske Menneskerettighedskonventions artikel 10 om ytringsfrihed.

Ytringsfrihed er en af de vigtigste rettigheder i et demokratisk samfund, og er en nødvendig forudsætning for den demokratiske proces. En proces, der kræver mere end afholdelsen af frie valg. En regulering, der har til hensigt at begrænse adgangen til at udsende reklamer for politiske budskaber, således som det foreslås i lovudkastet, er en alvorlig og betænkelig indgriben i ytringsfriheden.

DDF har i den forbindelse lagt vægt på, at der ifølge lovforslagets bemærkninger skal anlægges en meget bred fortolkning af begrebet politiske budskaber, således at disse ikke blot omfatter alle ytringer om partipolitiske spørgsmål, men tillige omfatter meddelelser, der direkte eller indirekte har til formål at påvirke opinionen generelt i en bestemt politisk retning. Da forbuddet tillige retter sig mod ytringer fremsat af såvel juridiske som fysiske personer, er der – trods den indlagte tidsbegrænsning – lagt op til et vidtrækkende forbud, der nødvendigvis må ramme bredt og betragtes som et uforholdsmæssigt indgreb i organisationers, virksomheders og den enkeltes adgang til at deltage i samfundsdebatten om politik, herunder ved at støtte bestemte politiske synspunkter.

Ytringer om spørgsmål af almen samfundsmæssig interesse er i kerneområdet af artikel 10's beskyttelse, og reklamer med politisk indhold nyder derfor en høj beskyttelse, hvilket medfører, at der skal ganske tungtvejende og konkrete grunde til, før et forbud i visse situationer kan tillades som følge af et påtrængende

✓  
KULTURMINISTERIET  
2004 - 4248/26  
24 SEP. 2004  
Skindergade 7, 1159 København K  
Telefon 3397 4000, Telefax 3314 2325  
E-mail: ddf@danskedagblade.dk

samfundsmæssigt behov. DDF stiller sig i den anledning tvivlende over for indgrebets proportionalitet, herunder om det er strengt nødvendigt i forhold til de hensyn, som ønskes tilgodeset, navnlig at beskytte den demokratiske proces og tv-foretagernes uafhængighed mod finasielt stærke aktører og her overfor at sikre, at vælgerne ikke udsættes for ensidige og direkte forsøg på at påvirke deres politiske stillingtagen.

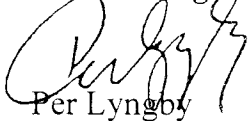
DDF er som udgangspunkt enig i, at det er et vigtigt demokratisk princip, at der så vidt muligt er en ligelig repræsentation af synspunkter i forbindelse med valg m.v., men må på det skarpeste tage afstand fra et tiltag, der reelt forhindrer den enkelte i at bruge sin demokratiske ret til at fremkomme med politiske synspunkter i tilknytning til et valg eller en folkeafstemning, hvor den frie debat netop er et vigtigt led i demokratiet. Såfremt der i løbet af ét år afholdes valg til flere politiske forsamlinger m.v. vil forbuddets midlertidige karakter i øvrigt være illusorisk. At begrunde et sådant indgreb med en bekymring for, at politiske reklamer vil kunne medføre en u hensigtsmæssig påvirkning af de danske vælgere, er sidst men ikke mindst ganske enkelt at undervurdere den danske vælgers dømmekraft og evne til at skelne mellem reklamer og andre budskaber.

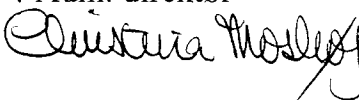
Danske Dagblades Forening skal derfor opfordre til, at dette forbud mod politiske reklamer tages af bordet, idet der er tale om et uforholdsmæssigt forbud, der ikke står mål med midlet, og som vil få utilsigtede konsekvenser for den frie politiske samfundsdebat.

Danske Dagblades Forening står naturligvis til rådighed, såfremt en uddybning af disse synspunkter ønskes. Henvendelse herom kan rettes til konsulent, cand. jur., Christina Moshøj på e-mail [cm@danskedagblade.dk](mailto:cm@danskedagblade.dk), eller på tlf. 3397 4261.

Med venlig hilsen

**Danske Dagblades Forening**

  
Per Lyngby  
Formand

p. Ebbe Dal  
Adm. direktør  


Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1015 København K

25. september 2004  
JC/BC

**Vedr.: Høringssvar til udkast til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed (politiske reklamer).**

Under henvisning til Ministeriets skrivelse af 2. september 2004 vedrørende høring om udkast til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed skal jeg herved på TV Danmarks vegne fremkomme med nogle enkelte bemærkninger til udkastet.

Både den nuværende og den foreslåede bestemmelse indeholder særlige begrænsninger, som udelukkende retter sig imod tv-mediet. TV Danmark er af den opfattelse, at sådanne særlige reklamemæssige restriktioner bør enten ophæves eller begrænses mest muligt.

Omkostningerne ved gennemførelse af tv-kampagner er i dag betydeligt mindre end tidligere, og særligt på lokal-tv-området må det antages, at indrykning af annoncer i dagspressen vil være i samme økonomiske niveau. Hovedformålet med bestemmelsen om at beskytte den demokratiske proces, således at finansielt stærke kræfter med politiske budskaber herved ikke har lejlighed til via tv-reklamer at udkonkurrere de svagere, synes ikke at være relevant på nuværende tidspunkt. Såfremt den foreslåede lovgivning har dette som hovedformål, bør der gennemføres en nærmere undersøgelse af prisniveauer for de forskellige medier og for reklamekampagner.

Det anføres, at bestemmelsen også har til formål at beskytte tv-foretagendernes uafhængighed, således at foretagenderne ikke udsættes for pres af den ene eller den anden karakter fra finansielt stærke grupper i samfundet. Der foreligger efter TV Danmarks opfattelse ikke kendskab til undersøgelser, der dokumenterer et sådant argument. Dette ville i givet fald også betyde, at man burde begrænse dagblades annoncering for politiske reklamer.

Endelig har bestemmelsen til formål at vælgerne ikke i fjernsyn udsættes for ensidige og direkte forsøg på at påvirke deres politiske stillingtagen. Et sådant argument må antages også at kunne gælde for dagblade, radio og andre medier, hvor der bringes politiske reklamer. De økonomiske vilkår er som ovenfor nævnt ikke til hinder for de fleste politiske gruppers mulighed for at få bragt tv-reklamer.

2004-4248/28 ✓

Det er herefter TV Danmarks opfattelse, at forbuddet mod politiske reklamer burde ophæves, og at tv-mediet på dette område ligestilles med andre medier.

Med venlig hilsen

Jan Christiansen

Kulturministeriet  
Nybrogade 2 Postboks 2140  
1015 København K

Aalborg, den 27. september 2004

Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer) – j.nr. 2004-4248-2 MMI

Sammenslutningen af Lokale Radio- og TV-stationer, SLRTV, har ingen indvendinger mod forbudet mod politiske reklamer i fjernsyn, men hvis argumentationen jf. Menneskerettighedsdomstolens dom af den 28. juni 2001 i sagen VgT Verein gegen Tierfabriken mod Schweiz, er ”være med til at sikre den demokratiske proces, idet de finansielt stærke politiske kræfter derved ikke har lejlighed til – gennem tv-reklamer – at udkonkurrere de svagere.”, foreslår SLRTV, at forbudet udstrækkes til også at gælde for radio.

Samtidig skal vi hermed udtrykke vores dybe utilfredshed med den meget korte høringsfrist, hvilket også begrundes, at SLRTV ikke kan overholde den af ministeriet fastsatte frist til den 24. september 2004.

SLRTV's dybe utilfredshed med denne for Kulturministeriet gentagne korte høringsfrist begrundes sig i, at SLRTV som en landsdækkende organisation ikke har mulighed for at sammenkalde sin bestyrelse med så kort frist med henblik på at give Ministeriet et kvalificeret og seriøst hørings svar.

Ved ikke at give den fornødne tid til behandling af det udsendte høringsmateriale risikerer Kulturministeriet at tilsidesætte den demokratiske proces i de høringsberettigede organisationer.

SLRTV skal hermed anbefale Kulturministeriet at afsætte den fornødne tid til en grundig og seriøs politisk behandling af mediespørgsmål – herunder at der afsættes den fornødne tid til høring blandt de berørte organisationer og partnere, således at disse har mulighed for at bearbejde det udsendte materiale med henblik på at give et kvalificeret og seriøst svar på høringen.

Den af Kulturministeriet nu brugte praksis er en uholdbar situation.

Venlig hilsen  
p.b.v.



Gitte Thomsen  
sekretariatsleder

2004-4248/36 v

Kulturministeriet  
Maiken Michelsen, Radio- og tv-kontoret  
[Kum@kum.dk](mailto:Kum@kum.dk)  
[Mmi@kum.dk](mailto:Mmi@kum.dk)

### Videnskabsministeriets høringssvar om ændring af radio- og fjernsynsloven vedr. politiske reklamer

Med henvisning til Kulturministeriets høringsbrev af 2. september 2004 kan det hermed oplyses, at Videnskabsministeriet ikke har specifikke bemærkninger til det fremsendte lovforslag.

Ud fra en konvergensbetragtning kan det dog principielt undre, at der skabes regulering af indhold i form af et forbud mod politiske reklamer, udelukkende rettet mod fjernsyn, uden at der tages stilling til andre typer af medier, f.eks. radio, internet mv.

Herudover har Videnskabsministeriet ikke bemærkninger.

Susanne Bro Lundgren  
specialkonsulent

24. september 2004

**Ministeriet for Videnskab,  
Teknologi og Udvikling**

Bredgade 43  
1260 København K  
Telefon 3392 9700  
Telefax 3332 3501  
E-post [vtu@vtu.dk](mailto:vtu@vtu.dk)  
Netsted [www.vtu.dk](http://www.vtu.dk)  
CVR-nr. 1680 5408

Sagsnr. 12403  
Dok-id 305176

Susanne Bro Lundgren  
Telefon 33929895  
E-post [sbn@vtu.dk](mailto:sbn@vtu.dk)

2004.4248/29 ✓





DANSK JOURNALISTFORBUND  
MEDIEFORBUNDET

København, den 24. september 2004  
J.nr. 2.8.1

### **Høringssvar vedr. ændringen af radio- og fjernsynsloven angående politiske reklamer**

Dansk Journalistforbund har set udkastet til forslag til lov om ændring af radio- og fjernsynsloven vedr. politiske reklamer. Dansk Journalistforbund er enig i de nævnte begrænsninger for politiske reklamer i fjernsyn med baggrund i den stærke påvirkning, der sker gennem reklamer i de elektroniske medier.

Af samme grund lægger Dansk Journalistforbund vægt på, at der indføres tilsvarende forbud og begrænsninger i reklamer for de organisationer, partier mv., der er nævnt i den nye paragraf 76 stk. 3 og forbud og begrænsninger mod politiske budskaber nævnt i stk. 4, når det gælder reklamer i radiomediet.

Med venlig hilsen

Mogens Blicher Bjerregård

2004-4248/22 ✓

København, den 23. september 2004

**Kulturministeriet,  
Nybrogade 2, postboks 2140,  
1015 København K.**

Vedr. hørings svar på forslag til ændring af radio- og fjernsynsloven

Samarbejdsforum for danske lytter- og seerorganisation, SLS, hilser de pågældende forslag til ændringer af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed velkommen.

Det gælder den fremtidige regulering af adgangen til i tv at udsende politiske reklamer, så pengestærke kræfter med politiske budskaber, ikke får lejlighed til at udkonkurrere de svagere via tv-skærmen. Det gælder både politiske partier, virksomheder og interesseorganisationer.

Den foreslåede spærretid for politiske tv-reklamebudskaber op til et valg eller folkeafstemning kan ligeledes anbefales.

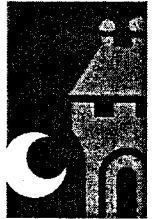
Det bør dog samtidig understreges, at en effektiv overholdelse af disse regler - og i relation til begrundelserne herfor, vil kræve indførelse af lignende reguleringer for radio - mediet, da afsenderne af de pågældende politiske budskaber ved ovennævnte lovændrings gennemførelse, i stedet vil benytte landsdækkende og lokale kommercielle radioer - som det allerede er tilfældet i dag.

SLS kan slutteligt anbefale den foreslåede ændring af radio- og fjernsynsloven, der giver de lokale radio/tv-nævn mulighed for at forlænge programtilladelser, der er udstedt efter den 1. januar 2003, uden ny ansøgningsrunde.

Lytter -seerorganisationerne hilser i samme forbindelse med tilfredshed, at de lokale nævn således fortsat har en aktiv rolle at spille i forhold til den lokale medieudvikling. Det bør betyde at det foreliggende regeringsforslag om en nedlæggelse af nævnene tages af bordet.

Med venlig hilsen  
p.b.v.  
Preben Sørensen

2004-4248/25 ✓



Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

Boulevarden 13  
Postboks 462  
9100 Aalborg  
Telefon 9931 3131  
Telefax 9931 1610

Dato	Deres Journal nr.	Vores Journal nr.	Direkte tlf.	www.aalborg.dk
22.09.2004		5561	99311620 gj	gj@aalborg.dk

**Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven – forlængelse af tilladelser og politiske reklamer.**

Høringsskrivelserne har været sendt ud til høring ved medlemmerne i De Nordjyske Fællesnævn for lokal radio og lokal tv. På den baggrund udtales følgende:

**Forlængelse af tilladelser til udøvelse af lokal programvirksomhed:**

Ordningen vil lette et administrativt besvær, når tilladelser skal fornyes, og vil i realiteten ikke udelukke nye ansøgere i at få mulighed for sendetilladelse. Derfor kan denne ændring anbefales.

**Politiske reklamer:**

Fællesnævnene finder teksten for den fremtidige lovlige/ulovlige politiske/religiøse sendevirksomhed ganske klar, men forudser meget administrativt besvær, når den store jura skal anvendes i bedømmelsen af, på hvilken side af lovlighedsgrænsen en "reklame" ligger.

På den baggrund foreslås det, at det bliver radio-tv nævnet, der tager stilling til eventuelle fremtidige bedømmelser af lovligheden af udsendte politiske reklamer.

Det vil være naturligt, at de lokale nævn ved observation af reklamer, får ansvaret for at indhente den nødvendige dokumentation til radio-tv nævnet, når sådanne sager skal bedømmes.

Nævnsmedlem Hans-Peter Hansen har ved høringen indsendt bemærkninger til høringsskrivelsen vedrørende politiske reklamer. Bemærkningerne medsendes.

Venlig hilsen

Kaj Poulsen

## Svar til høringskrivelse vedr. politiske reklamer i radio og TV

Ændringen får næppe de store konsekvenser for ytringsfriheden, da der jo allerede i alle typer af medier er politiske budskaber. Endvidere kommer der et definitionsproblem: Hvornår er det politik, og hvornår er det så partipolitik ? En forening kan jo godt have en mærkesag, der er identisk med et politisk partis mærkesag, og så alligevel få det frem medierne.

M.h.t høringskrivelsens næstnederste afsnit ”Reklamer indrykket...osv” siges det afslutningsvis, at det må være afgørende ”i hvilken grad, reklamen indeholder et klart politisk budskab”. – Man erkender altså, ved at bruge udtrykket ”hvilken grad”, at alle reklamer **kan** indeholde politiske budskaber. Men hvornår har man overskredet en tilladt grad ? Hvor går grænsen ? Er det partinavnet, eller personen (eller begge dele), der gør budskabet (parti)politisk ?

M.v.h Hans Peter Hansen

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K



## Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)

Under henvisning til Kulturministeriets høringsskrivelse af 2. september 2004 skal jeg udtale følgende:

### 1. Lovforslagets omfang, herunder fsva. religiøse reklamer

Fra 1989 var det forbudt i fjernsyn at reklamere for:

- i) økonomiske interessegrupper,
- ii) religiøse anskuelser, og
- iii) politiske anskuelser.<sup>1</sup>

I december 2002 blev forbudet lempet, således at der gjaldt et forbud mod i fjernsyn at reklamere for:

- i) arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger, religiøse bevægelser eller politiske partier.<sup>2</sup>

I 2003 vedtog Folketinget at genindføre et forbud mod reklamer for:

- i) økonomiske interessegrupper,
- ii) religiøse anskuelser, og
- iii) politiske anskuelser.<sup>3</sup>

På grund af hensynet til Den Europæiske Menneskerettighedskonventions beskyttelse af ytringsfriheden blev 1989/2003-forbudet ikke sat i kraft.<sup>4</sup>

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer et forbud mod i fjernsyn at reklamere for:

- i) arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger, og

<sup>1</sup> Lovbekg. nr. 701 af 15. juli 2001 § 65, stk. 1, nr. 2.

<sup>2</sup> Lov nr. 1052 af 17. december 2002 § 76, stk. 3.

<sup>3</sup> Lov nr. 439 af 10. juni 2003 § 1, nr. 13 (ændring af § 76, stk. 3).

<sup>4</sup> Bekg. Nr. 1030 af 11. december 2003.

13. SEPTEMBER 2004

KONTOR: SKINDERGADE 14

POST: STUDIESTRÆDE 6

1455 KØBENHAVN K

TLF 35 32 26 26

DIR 35 32 31 25

FAX 35 32 40 00

MOB 28 93 48 99

Jonas.Christoffersen@jur.ku.dk

www.jur.ku.dk/jc

- ii) politiske budskaber i en begrænset periode op til diverse valg.

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer således en permanent ophævelse af det forbud mod reklamer for *religiøse anskuelser*, som gjaldt fra 1989 til 2002, og som Folketinget så sent som i sommeren 2003 ønskede at genindføre. Eneste undtagelser er reklamer for eller fra religiøse bevægelser.

Efter min opfattelse bør det fremgå af lovforslaget, hvorfor reklamer for religiøse budskaber/anskuelser ikke skal forbydes i mindst samme omfang som reklamer for politiske budskaber/anskuelser, jf. i øvrigt nedenfor afsnit 2.2 om de menneskeretlige aspekter af et forbud mod religiøse reklamer.

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer desuden en lempelse, idet der må reklameres for *andre "økonomiske interessegrupper" end arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger*. Lempelsen betyder, at andre end de to nævnte økonomiske interessegrupper må reklamere for bl.a. politiske og religiøse budskaber, så længe interessegruppen ikke har politisk/religiøs karakter som nævnt i bestemmelsen, og så længe der ikke er tale om politiske budskaber i perioden op til et valg.

Efter min opfattelse bør det fremgå af lovforslaget, hvorfor alene de to nævnte former for interessegrupper ikke må reklamere.

For så vidt angår afgrænsningen af *begrebet politiske budskaber* bemærker jeg, at der i det foreliggende udkast til lovforslag anvendes en subjektiv test, hvorefter det afgørende er formålet med reklamen. Det vil være vanskeligt for tv-stationer og andre at afgøre, om en reklame har det i lovforslaget angivne formål. Det vil efter min opfattelse være mere hensigtsmæssigt at lægge vægt på, om budskaber "har til formål eller er egnet til at fremme tilslutningen ...." (se udkastet s. 11).

## **2. Den Europæiske Menneskerettighedskonvention**

Der tages med det foreliggende udkast til lovforslag et meget principielt skridt, nemlig permanent at liberalisere forbudet mod politiske og religiøse reklamer; det tidligere fra 1989-2002 gældende absolutte forbud mod politiske og religiøse reklamer erstattes forudsætningsvis af en almindelig adgang til politiske og religiøse reklamer.

Den foreslåede permanente liberalisering synes primært at bero på hensynet til ytringsfriheden i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention artikel 10, men konventionen kræver ikke en så vidtgående liberalisering.

### 2.1 Politiske reklamer

Jeg er enig i, at Den Europæiske Menneskerettighedskonvention artikel 10 - som fortolket af Menneskerettighedsdomstolen - kræver en konkret begrundelse for at bringe et forbud mod politiske reklamer i anvendelse, at et afslag kan begrundes bl.a. i de i udkastet nævnte elementer, og at forbudet mod politiske reklamer kan indrettes bredere end som foreslået i udkastet.

Efter min opfattelse kan de nævnte elementer i meget vidt omfang bære et almindeligt forbud mod politiske og religiøse reklamer, men loven bør indeholde hjemmel til en konkret fravigelse af et almindeligt forbud mod politiske reklamer, da der efter omstændighederne kræves tungtvejende grund til at forbyde en bestemt politisk reklame, der fremsættes som led i den almindelige offentlige debat om et centralt politisk emne. Der er intet grundlag i Menneskerettighedsdomstolens praksis eller andet sted for at antage, at politiske reklamer i almindelighed skal tillades. *Tierfabriken*-dommen angår en særlig og ganske snæver situation.

Hvis der er politisk ønske om i videst muligt omfang at opretholde forbudet mod politiske reklamer, kan og bør liberaliseringen foretages på en mere begrænset måde, jf. nærmere neden for afsnit 3.

## 2.2 Religiøse reklamer

Som nævnt bør lovforslaget efter min opfattelse forholde sig til (den permanente ophævelse af) forbudet mod religiøse reklamer. I den forbindelse henleder jeg opmærksomheden på Menneskerettighedsdomstolens dom i sagen *Murphy mod Irland* af 10. juli 2003 (sag nr. 44179/98) om reklamer for religiøse budskaber. Dommen fastslog, at det ikke udgjorde nogen krænkelse af Menneskerettighedskonventionens artikel 10 at forbyde en religiøs reklame. Jeg har omtalt dommen i EU-ret & Menneskeret 2004 nr. 2 s. 164 f.

Lovforslaget bør efter min opfattelse forholde sig til dommen på samme måde som lovforslaget forholder sig til *Tierfabriken*-dommen.

## **3. Forslag til en mere begrænset liberalisering**

Såfremt der fortsat er politisk ønske om at opretholde det tidligere forbud, vil jeg – i lyset af præciseringerne i det foreliggende udkast - foreslå følgende præcisering (og udvidelse) af forbudet i § 76, stk. 3:

”Stk. 3. I fjernsyn må der, medmindre tungtvejende hensyn til ytringsfriheden afgørende taler derfor, ikke udsendes reklamer

- 1) for eller fra politiske partier og bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger,
- 2) for eller fra religiøse bevægelser,
- 3) for eller fra økonomiske interesseorganisationer, herunder arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger, og
- 4) for religiøse og politiske anskuelser.”

Dette forslag er i overensstemmelse dels med det varige politiske ønske om at holde politiske, religiøse og økonomiske interesser væk fra tv-skærmene, dels med ønsket om at tage højde for hensynet til ytringsfriheden.

Der er ikke i øvrigt grund for mig til nærmere at redegøre for de lovtekniske aspekter af forslaget.

#### 4. Et processuelt spørgsmål

Uanset om forbudet mod politiske (og religiøse) reklamer afgrænses på den ene eller den anden måde, kan der opstå behov for en hurtig afklaring af, om en reklame bør tillades eller forbydes. Det gælder ikke mindst, såfremt f.eks. TV 2-reklame inden for den foreslåede 3 måneders periode kommer i tvivl om lovligheden af en reklame.

Det bør derfor efter min opfattelse overvejes, om radio- og tv-nævnets arbejds-gange i tilstrækkelig høj grad giver mulighed for en forudgående vurdering af reklamers lovlighed. Såfremt det ikke er tilfældet, bør det overvejes at indføre en sådan forudgående prøvelse ("bindende forhåndsbesked"), således at skadevirkningerne af en ulovlig politisk eller religiøs reklame kan imødegås, og således at nævnet får og tager ansvaret i tvivlstilfælde.

Med venlig hilsen



Jonas Christoffersen



Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K



### Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)

Under henvisning til Kulturministeriets høringsskrivelse af 2. september 2004 skal jeg udtale følgende:

13. SEPTEMBER 2004

#### 1. Lovforslagets omfang, herunder fsva. religiøse reklamer

KONTOR: SKINDERGADE 14

POST: STUDIESTRÆDE 6

1455 KØBENHAVN K

Fra 1989 var det forbudt i fjernsyn at reklamere for:

- i) økonomiske interessegrupper,
- ii) religiøse anskuelser, og
- iii) politiske anskuelser.<sup>1</sup>

TLF 35 32 26 26

DIR 35 32 31 25

FAX 35 32 40 00

MOB 28 93 48 99

I december 2002 blev forbudet lempet, således at der gjaldt et forbud mod i fjernsyn at reklamere for:

- i) arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger, religiøse bevægelser eller politiske partier.<sup>2</sup>

Jonas.Christoffersen@jur.ku.dk

www.jur.ku.dk/jc

I 2003 vedtog Folketinget at genindføre et forbud mod reklamer for:

- i) økonomiske interessegrupper,
- ii) religiøse anskuelser, og
- iii) politiske anskuelser.<sup>3</sup>

På grund af hensynet til Den Europæiske Menneskerettighedskonventions beskyttelse af ytringsfriheden blev 1989/2003-forbudet ikke sat i kraft.<sup>4</sup>

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer et forbud mod i fjernsyn at reklamere for:

- i) arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger, og

<sup>1</sup> Lovbekg. nr. 701 af 15. juli 2001 § 65, stk. 1, nr. 2.

<sup>2</sup> Lov nr. 1052 af 17. december 2002 § 76, stk. 3.

<sup>3</sup> Lov nr. 439 af 10. juni 2003 § 1, nr. 13 (ændring af § 76, stk. 3).

<sup>4</sup> Bekg. Nr. 1030 af 11. december 2003.

- ii) politiske budskaber i en begrænset periode op til diverse valg.

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer således en permanent oplysning af det forbud mod reklamer for *religiøse anskuelse*, som gjaldt fra 1989 til 2002, og som Folketinget så sent som i sommeren 2003 ønskede at genindføre. Eneste undtagelser er reklamer for eller fra religiøse bevægelser.

Efter min opfattelse bør det fremgå af lovforslaget, hvorfor reklamer for religiøse budskaber/anskuelse ikke skal forbydes i mindst samme omfang som reklamer for politiske budskaber/anskuelse, jf. i øvrigt nedenfor afsnit 2.2 om de menneskeretlige aspekter af et forbud mod religiøse reklamer.

Det foreliggende udkast til lovforslag indebærer desuden en lempelse, idet der må reklameres for *andre "økonomiske interessegrupper" end arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger*. Lempelsen betyder, at andre end de to nævnte økonomiske interessegrupper må reklamere for bl.a. politiske og religiøse budskaber, så længe interessegruppen ikke har politisk/religiøs karakter som nævnt i bestemmelsen, og så længe der ikke er tale om politiske budskaber i perioden op til et valg.

Efter min opfattelse bør det fremgå af lovforslaget, hvorfor alene de to nævnte former for interessegrupper ikke må reklamere.

For så vidt angår afgrænsningen af *begrebet politiske budskaber* bemærker jeg, at der i det foreliggende udkast til lovforslag anvendes en subjektiv test, hvorefter det afgørende er formålet med reklamen. Det vil være vanskeligt for tv-stationer og andre at afgøre, om en reklame har det i lovforslaget angivne formål. Det vil efter min opfattelse være mere hensigtsmæssigt at lægge vægt på, om budskaber "har til formål eller er egnet til at fremme tilslutningen ...." (se udkastet s. 11).

## 2. Den Europæiske Menneskerettighedskonvention

Der tages med det foreliggende udkast til lovforslag et meget principielt skridt, nemlig permanent at liberalisere forbudet mod politiske og religiøse reklamer; det tidligere fra 1989-2002 gældende absolutte forbud mod politiske og religiøse reklamer erstattes forudsætningsvis af en almindelig adgang til politiske og religiøse reklamer.

Den foreslåede permanente liberalisering synes primært at bero på hensynet til ytringsfriheden i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention artikel 10 men konventionen kræver ikke en så vidtgående liberalisering.

### 2.1 Politiske reklamer

Jeg er enig i, at Den Europæiske Menneskerettighedskonvention artikel 10 som fortolket af Menneskerettighedsdomstolen - kræver en konkret begrundelse for at bringe et forbud mod politiske reklamer i anvendelse, at et afslag kan begrundes bl.a. i de i udkastet nævnte elementer, og at forbudet mod politiske reklamer kan indrettes bredere end som foreslået i udkastet.

Efter min opfattelse kan de nævnte elementer i meget vidt omfang bære et almindeligt forbud mod politiske og religiøse reklamer, men loven bør indeholde hjemmel til en konkret fravigelse af et almindeligt forbud mod politiske reklamer, da der efter omstændighederne kræves tungtvejende grund til at forbyde en bestemt politisk reklame, der fremsættes som led i den almindelige offentlige debat om et centralt politisk emne. Der er intet grundlag i Menneskerettighedsdomstolens praksis eller andet sted for at antage, at politiske reklamer i almindelighed skal tillades. *Tierfabriken*-dommen angår en særlig og ganske snæver situation.

Hvis der er politisk ønske om i videst muligt omfang at opretholde forbudet mod politiske reklamer, kan og bør liberaliseringen foretages på en mere begrænset måde, jf. nærmere neden for afsnit 3.

## 2.2 Religiøse reklamer

Som nævnt bør lovforslaget efter min opfattelse forholde sig til (den permanente ophævelse af) forbudet mod religiøse reklamer. I den forbindelse henleder jeg opmærksomheden på Menneskerettighedsdomstolens dom i sagen *Murphy mod Irland* af 10. juli 2003 (sag nr. 44179/98) om reklamer for religiøse budskaber. Dommen fastslog, at det ikke udgjorde nogen krænkelse af Menneskerettighedskonventionens artikel 10 at forbyde en religiøs reklame. Jeg har omtalt dommen i EU-ret & Menneskeret 2004 nr. 2 s. 164 f.

Lovforslaget bør efter min opfattelse forholde sig til dommen på samme måde som lovforslaget forholder sig til *Tierfabriken*-dommen.

## **3. Forslag til en mere begrænset liberalisering**

Såfremt der fortsat er politisk ønske om at opretholde det tidligere forbud, vil jeg – i lyset af præciseringerne i det foreliggende udkast - foreslå følgende præcisering (og udvidelse) af forbudet i § 76, stk. 3:

- ”Stk. 3. I fjernsyn må der, medmindre tungtvejende hensyn til ytringsfriheden afgørende taler derfor, ikke udsendes reklamer
- 1) for eller fra politiske partier og bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger,
  - 2) for eller fra religiøse bevægelser,
  - 3) for eller fra økonomiske interesseorganisationer, herunder arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger, og
  - 4) for religiøse og politiske anskuelse.”

Dette forslag er i overensstemmelse dels med det varige politiske ønske om at holde politiske, religiøse og økonomiske interesser væk fra tv-skærmene, dels med ønsket om at tage højde for hensynet til ytringsfriheden.

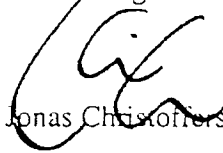
Der er ikke i øvrigt grund for mig til nærmere at redegøre for de lovtekniske aspekter af forslaget.

#### 4. Et processuelt spørgsmål

Uanset om forbudet mod politiske (og religiøse) reklamer afgrænses på den ene eller den anden måde, kan der opstå behov for en hurtig afklaring af, om en reklame bør tillades eller forbydes. Det gælder ikke mindst, såfremt f.eks. TV 2-reklame inden for den foreslåede 3 måneders periode kommer i tvivl om lovligheden af en reklame.

Det bør derfor efter min opfattelse overvejes, om radio- og tv-nævnets arbejds-  
gange i tilstrækkelig høj grad giver mulig for en forudgående vurdering af re-  
klamers lovlighed. Såfremt det ikke er tilfældet, bør det overvejes at indføre en  
sådan forudgående prøvelse ("bindende forhåndsbesked"), således at skade-  
virkningerne af en ulovlig politisk eller religiøs reklame kan imødegås, og så-  
ledes at nævnet får og tager ansvaret i tvivlstilfælde.

Med venlig hilsen



Jonas Christoffersen

1 j - v ! nt  
a .ti r, s a

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K

**DRRB**

Att.: Maiken Michelsen

AdA – 22. september 2004

J.nr. 2004-4248-2

Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer).

Med henvisning til Kulturministeriets brev af 2. september 2004 ønsker Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening at fremkomme med følgende bemærkninger:

DRRB er imod den i lovforslaget indeholdte indskrænkning af mulighederne for at reklamere, idet den indebærer en yderligere begrænsning både af ytringsfriheden og af vore medlemmers erhvervsmuligheder i forhold til den gældende lov. Der er med de foreslåede ændringer tale om et næsten totalt forbud, jfr. nedenfor.

Ytringsfriheden indebærer efter vor opfattelse, at ingen må hindres i at bringe lovlige, politiske budskaber til alle potentielle vælgere, både til de auditivt og de visuelt indstillede borgere. Man forringer ved et forbud nogle vælgeres muligheder for at træffe et kvalificeret politisk valg, hvilket er en forringelse af den demokratiske proces. Ved reelt at forbyde reklameindslag i TV om politiske emner overlader man udvælgelsen, redigeringen og placeringen af de politiske budskaber til mediernes nyheds- og debatredaktioner, der ikke altid har den bredt dækkende information som første prioritet.

Argumentationen for, at reguleringen ikke er i strid med Den Europæiske Menneskerettighedskonventions artikel 10, virker ikke overbevisende.

I bemærkningerne til lovforslaget konkluderes det på side 6, at en begrænsning i adgangen til at udsende reklamer for politiske partier eller budskaber er en indgriben i ytringsfriheden.

Det anføres videre, at de hensyn, der efter en konkret fortolkning kan begrunde, at en begrænsning af ytringsfriheden er *nødvendig*, er opregnet udtømmende i artikel 10, stk. 2 i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention.

Efter vor opfattelse kan intet af de opregnede hensyn begrunde et forbud som omhandlet. Der er ikke tale om hensyn til national sikkerhed, territorial integritet eller offentlig tryghed, at forebygge uorden eller forbrydelse, at beskytte sundheden eller sædeligheden, at beskytte andres gode navn og rygte eller rettigheder, at forhindre udspredelse af fortrolige oplysninger eller at sikre domsmagtens autoritet og upartiskhed.

Hermed er det slået fast, at et generelt forbud vil være i strid med art. 10.

Domstolen har endvidere fortolket, at der skal være tale om et presserende samfundsbehov, før man kan tale om *nødvendighed*. Denne overvejelse kan

REKLAMENS HUS

BADSTUESTRÆDE 20  
1209 KØBENHAVN K

TELEFON 33 13 44 44  
FAX 33 11 63 03

E-MAIL [drbb@drbb.dk](mailto:drbb@drbb.dk)  
HOMEPAGE [www.drbb.dk](http://www.drbb.dk)

være relevant i forbindelse med et *konkret* forbud. I bemærkningerne omtales en konkret sag fra Schweiz, hvor domstolen kom frem til, at det konkrete forbud *var* en krænkelse af artikel 10. Der er ikke omtalt nogen dom til støtte for at nedlægge forbud.

På side 9 anføres, at det kræver en konkret begrundelse at bringe et forbud mod politiske reklamer i anvendelse. Politiske reklamer nyder høj grad af beskyttelse under artikel 10 og kan ikke nægtes adgang til reklametid på nationalt TV, med mindre der gives en *konkret og legitim* begrundelse for at det er *nødvendigt*.

*Domstolen åbner ikke mulighed for et generelt forbud. Udgangspunktet er, at sådanne reklamer er tilladte, med mindre der kan gives en konkret og legitim begrundelse for at meddele et forbud i de enkelte tilfælde.*

På side 10 i bemærkningerne fastslår ministeriet, at lovændringen skal være båret af et eller flere af de hensyn, som direkte er nævnt i konventionen. Her er det, at argumentationen bliver vanskelig. Den udtømmende opregning i konventionens art. 10, stk. 2, citeret ovenfor, ses ikke at omfatte noget hensyn, der kan begrunde et generelt forbud. At forbuddet ikke er totalt ændrer ikke på dette.

I praksis er der tale om et næsten totalt forbud, hvis forslaget vedtages. Med den udvidede kreds af forbudsramte iflg. § 76, stk. 3 og med tilføjelsen af ordene 'eller fra' vil de, der kunne have interesse i at sende politiske reklamebudskaber, permanent være afskåret fra det. Indtil nu gælder forbuddet kun reklamer *for* arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger eller religiøse bevægelser eller politiske partier. Det foreslås med ordene 'eller fra' at udvide bestemmelsen til at omfatte reklamer fra disse organisationer for alt muligt andet end for organisationerne selv. Reelt har man givet disse organisationer et totalt forbud mod at ytre sig med reklamer i TV, også for ikke direkte parti- eller fagpolitiske emner, såsom 'corporate governance', uddannelsesspørgsmål og lokalplaner. Desuden foreslås kredsen udvidet med politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger. *Dermed er hovedparten af de organer, der kan have interesse i at bringe politiske reklamer, permanent blevet frataget denne ytringsfrihed.*

Herefter er det en uforståelig konklusion, der er draget på side 14: "Præciseringen medfører ingen ændring i retstilstanden". Efter ordlyden medfører "præciseringen" en overordentlig stor ændring.

I sidste linje på side 14 har der indsneget sig en meningsforstyrrende fejl, idet der tales om "det nuværende forbud mod i fjernsyn at udsende reklamer for *eller fra* politiske partier" - 'eller fra' er ikke gældende.

*Med tilføjelsen af stk. 4 bliver det forbudt for alle at bringe reklamer i TV for politiske budskaber i den periode, hvor det kan være aktuelt.*

Det bør desuden overvejes, om der er mulighed for en form for ubalance derved, at de virksomheder, organisationer og enkeltpersoner, der kunne tænkes at ville indrykke reklamer med politiske budskaber uden for den forbudte periode, måske i højere grad findes på enten højre- eller venstrefløjen.

Som det fremgår, kan man efter vor opfattelse tale om, at der med de foreslåede ændringer bliver tale om et i praksis totalt forbud mod at bringe

reklamer med politiske budskaber i TV. Dette er, ligeledes efter vor opfattelse, i strid med Menneskerettighedskonventionens art. 10.

**DRRB**

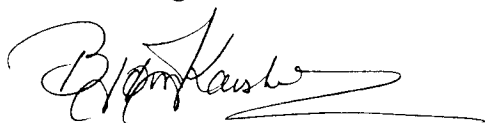
Vi kan tilføje, at vi i øvrigt ikke mener, at prisen for at annoncere i TV, hvis der intet forbud var, ville medføre nogen skævvridning af konkurrencen mellem politiske fløje. Det kan tænkes, at de små bevægelser på alle fløje ikke har midler til at reklamere på TV, men så har de næppe heller midler til at annoncere på en effektiv måde i dagblade m.v. De store partier er næppe åbenlyst forskelligt bemidlede.

Om man kan udtænke en form for kvotesystem for at sikre at alle får mulighed for at komme jævnbrydigt til orde, ved vi ikke. Det findes vist i nogle lande.

DRRB kan således ikke støtte dette lovforslag.

Det forekommer mere hensigtsmæssigt at tilstræbe en harmonisering EU-landene imellem på grundlag af EU-direktivet 'TV uden grænser', således at man gerne må reklamere med politiske budskaber, så længe man ikke krænker nogen persons religiøse eller politiske overbevisning.

Med venlig hilsen



Bjørn Karsholt



DIREKTIONEN

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
Postboks 2140  
1015 København K  
Att.: Maiken Michelsen

Odense, den 23. september 2004  
PEPA/MAPI/tila

**Vedr.: Høring om ændring af radio- og fjernsynsloven (politiske reklamer)**

TV 2/DANMARK A/S har modtaget udkast til lovforslag om ændring af § 76, stk. 3, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed af 2. september 2004.

Ændringsforslaget indebærer, at der ikke må udsendes reklamer for eller fra arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger.

TV 2/DANMARK A/S har følgende bemærkninger til det fremsendte udkast:

I høringssvar af 18. september 2002 vedrørende lovforslag til aftalen om mediepolitikken for perioden 2002-2006 foreslog TV 2/DANMARK A/S, at § 76, stk. 3, i stedet blev formuleret i overensstemmelse med EU-direktivet "TV uden grænser", idet direktivets artikel 12 c) ikke indeholder et generelt forbud mod reklamer for fagforeninger, arbejdsgiverorganisationer, religiøse og politiske anskuelse, men derimod fastslår, at fjernsynsreklamer ikke må "*krænke personers religiøse eller politiske overbevisning*".

TV 2 DANMARK A/S

ODENSE

Rugaardsvej 25 · 5100 Odense C · Danmark · Tel +45 65 91 91 91 · Fax +45 65 91 33 22 · www.tv2.dk · tv2@tv2.dk

CVR-nr. 10 41 34 94

KULTURMINISTERIET

4248 / 32  
27 SEP. 2004





I den efterfølgende lov nr. 1052 om radio- og fjernsynsvirksomhed af 17. december 2002 samt den dertilhørende bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 blev der indført en delvis liberalisering, idet det generelle forbud mod reklamering for økonomiske interessegrupper samt religiøse og politiske anskuelse blev begrænset til at omfatte arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger samt politiske partier.

Det foreliggende ændringsforslag begrænser imidlertid denne liberalisering, dels ved at indføre udtrykket "*eller fra*", hvilket indebærer både en afsender- og en indholdsregulering – tidligere indeholdt restriktionen alene en indholdsregulering - dels ved at udvide forbudet mod reklamering for politiske partier til også at omfatte politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger.

Det er fortsat TV 2/DANMARK A/S' overordnede holdning, at § 76, stk. 3, bør ændres i overensstemmelse med tv-direktivets artikel 12 c). TV 2/DANMARK A/S finder det væsentligt, at det danske regelsæt muliggør samme religiøse og politiske ytringsfrihed som EU's.

Ifølge de generelle bemærkninger til lovforslaget er udkastets regulering af politiske reklamer begrundet i et ønske fra et flertal i Folketinget, som ønsker, at reguleringen skal omfatte mere end blot politiske partier. Den tidligere formulering, "politiske anskuelse", findes imidlertid at være uforenelig med Den Europæiske Menneskerettighedskonvention.

Såfremt Kulturministeriet ikke kan tilslutte sig TV 2/DANMARK A/S' forslag om at harmonisere reglen i overensstemmelse med EU-direktivet, foreslås det subsidiært, at udkastet til lovteksten ændres således: Ordene "*eller fra arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse budskaber*" udgår, og der tilføjes i stedet en konkret præcisering af forbudet mod at reklamere "*for fagpolitiske og religiøse budskaber*".



Baggrunden for dette forslag er følgende:

Bemærkningerne til lovudkastet indeholder ingen begrundelse for, hvorfor der ikke må reklameres for eller fra arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser.

TV 2/DANMARK A/S formoder, at baggrunden for forslaget er et ønske om at forhindre de nævnte organisationer i at reklamere for deres fagpolitiske interesser samt for politiske budskaber, ligesom religiøse bevægelser ikke må reklamere for religion.

TV 2/DANMARK A/S skal i den forbindelse henlede opmærksomheden på, at arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser hermed underlægges et totalt forbud mod at ytre sig kommercielt på tv. De pågældende organisationer forhindres således også i at reklamere for almen samfundsrelevant information, det være sig emner som miljø, uddannelse, etik, moral etc.

TV 2/DANMARK A/S ser ingen begrundelse for, hvorfor denne annoncørgruppes frihed til at ytre sig ikke kan omfatte eksempelvis imagereklamer eller reklamer for almennyttige informationer.

I bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser tilkendegiver Kulturministeriet, at præcisering i form af udsagnet "*eller fra*" ikke medfører en ændring i retstilstanden.

TV 2/DANMARK A/S skal gøre opmærksom på, at praksis bag den tidligere formulering gav de omtalte organisationer mulighed for at reklamere med almen samfundsinformation. Lovforslaget fjerner denne mulighed og ændrer efter TV 2/DAN-



MARK A/S' vurdering dermed retstilstanden på området. Det skal bemærkes, at Radio- og tv-nævnet har været bekendt med ovennævnte fortolkning af loven.

### **Sponsorering**

Den ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, som blev gennemført ved implementeringen af medieaftalen 2001-2004, indebærer, at arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger samt religiøse bevægelser fik mulighed for at sponsorere tv-programmer.

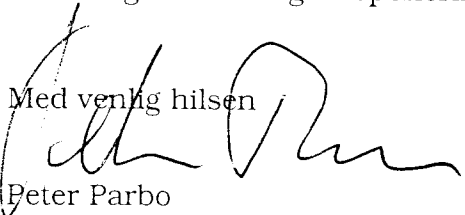
Denne liberalisering blev imidlertid fjernet i den gældende lov, som blev vedtaget med medieforliget 2002-2006.

Som en naturlig forlængelse af TV 2/DANMARK A/S' ovenstående ændringsforslag til reguleringen af tv-reklamer foreslås det, at arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser får mulighed for at sponsorere tv-programmer genindsættes i loven.

Ønsker Kulturministeriet at forhindre arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser i at sponsorere med ydelser/aktiviteter, der udtrykker fagpolitiske eller politiske og religiøse budskaber, foreslås det, at dette konkret præciseres.

Afsluttende skal det bemærkes, at TV 2/DANMARK A/S finder det væsentligt, at de nævnte organisationer og bevægelser sikres mulighed for at ytre sig kommercielt med en generel imageeksponering.

Med venlig hilsen

  
Peter Parbo

Administrerende direktør