



Folketingets Kulturudvalg
Christiansborg
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70
Fax : 33 91 33 88
E-mail : kum@kum.dk
Web : www.kum.dk

16. juli 2018

Folketingets Kulturudvalg har den 2. juli 2018, efter ønske fra Søren Søndergaard (EL), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 297 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Ministeren bedes oplyse, om medieaftalens ønske om at øge antallet af reklamer på de tidspunkter, hvor programmerne er mest set, bygger på en undersøgelse af befolkningens ønske om flere reklamer, og i bekræftende fald oversende denne undersøgelse.

Svar:

Formuleringerne i medieaftalen om liberalisering af reklamereglerne er baseret på den igangværende revision af direktivet om ændring af direktivet om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester i betragtning af de ændrede markedsforhold (AVMS-direktivet). Der er efter regeringens opfattelse – under hensyntagen til mediesektorens konkurrenceevne – behov for mere fleksibilitet med hensyn til, hvornår der kan vises reklamer (daglige reklamesendetid). Regeringen kan derimod ud fra forbrugerbeskyttelseshensyn ikke støtte forslaget i direktivet om hyppigere afbrydelser af film og nyheder (reklameblokke). Det bemærkes afslutningsvist, at direktivet er et minimumsdirektiv.

Mette Bock