



København, 24. november 2020

Ærede medlemmer af Kulturudvalget

Dansk Annoncørforening har i sit hørings svar til L 103 anbefalet, at Radio- og tv-nævnet ikke bare får tilført de manglende mediefaglige kompetencer, men også de manglende marketingfaglige. Det begrundede foreningen med, at implementeringen af direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS) har betydet en væsentlig udvidelse af nævnets reguleringsmandat, og at denne regulering forudsætter viden om især den digitale markedsførings kompleksitet.

Kulturministeriet afviser behovet. De finder, *"at de opgaver, som Radio- og tv-nævnet har, der relaterer sig til markedsføring, kræver juridisk indsigt i markedsføringsret, hvilket Kulturministeriet finder, kan dækkes under kravet til juridisk sagkundskab."*

Men Radio- og tv-nævnets opgaver, der relaterer sig til markedsføring, er ikke blot juridiske. Nævnet har også en rådgivningsrolle, og i kølvandet på AVMS-direktivet har nævnet en væsentligt fremtidig rolle i at identificere markedsføring, der ligger inden for dets mandat område og her formulere og håndhæve praksis for reguleringen. Det forudsætter opdateret viden ikke bare om, hvad lovgivningen siger om markedsføring, men også om, hvad markedsføring reelt er i dag.

Vi fastholder derfor vores anbefaling om at styrke nævnet med praktiske faglige kompetencer inden for begge de områder, det er sat til at regulere: medier *og* markedsføring.

Venlige hilsner

Holger Wilcks  
Direktør, Dansk Annoncørforening