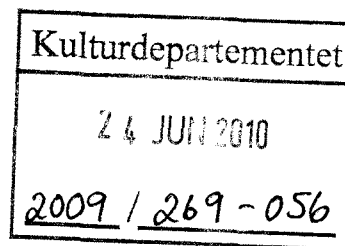




DET KONGELIGE  
FINANSDEPARTEMENT

Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep

0030 OSLO



Deres ref  
2009/00269 ME/ME3 LPO:elt

Vår ref  
10/1563 FTS/SBP

Dato  
16.06.2010

**Høring - Endringer i reklameavbruddsregler i fjernsyn - overgang til bruttoprinsippet**

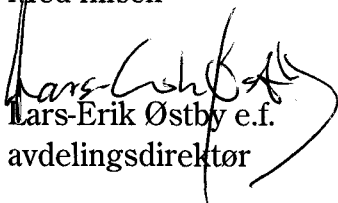
Finansdepartementet viser til brev fra Kulturdepartementet av 18. mars 2010, vedlagt høringsnotat om ovennevnte.


I høringsnotatet foreslås det at Medietilsynet ved tilsyn med reglene for reklameavbrudd går over fra å beregne programmets varighet ut fra netto lengde (nettoprinsippet), til å beregne med utgangspunkt i programmets lengde tillagt reklame (bruttoprinsippet). Av høringsnotat går det fram at omlegging til bruttoprinsippet vil gi kommersielle kringkastere mer fleksibilitet med hensyn til plassering av reklame i fjernsynssendingene, uten at samlet mengde reklame vil øke merkbart. Det går videre fram at overgang til bruttoprinsippet vil kunne føre til en noe hyppigere reklameavbruddsfrekvens, og til at en noe større andel av reklamen plasseres i selve programmet i stedet for mellom programmene.

Av høringsnotatet går det videre fram at overgang til bruttoprinsippet ikke vil medføre spesielle nye utfordringer for Medietilsynet, og at Kulturdepartementet antar at de administrative og økonomiske konsekvensene for det offentlige vil være begrensede.

Finansdepartementet har ingen merknader til høringsnotatet.

Med hilsen

  
Lars-Erik Østby e.f.  
avdelingsdirektør

  
Rita Rix  
underdirektør