

**Satzung
der Landeszentrale für Medien und Kommunikation
für Werbung in regionalen und lokalen Fernsehprogrammen
in Rheinland-Pfalz (Werbesatzung)
nach § 23 Absatz 2 LMG vom 18. April 2005 (StAnz. S. 617)
i.d.F. vom 22. März 2010 (StAnz. S. 530)**

Die Versammlung der Landeszentrale für Medien und Kommunikation hat aufgrund der §§ 23 Abs. 2 und 42 Nr. 3 des Landesmediengesetzes vom 4. Februar 2005 (GVBl. S. 23) die nachstehende Satzung erlassen:

**§ 1
Anwendungsbereich**

Für regionale und lokale Fernsehprogramme in Rheinland-Pfalz, die nicht unmittelbar oder mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedsstaaten der EU öffentlich empfangen werden können, gelten die Regelungen zur Werbung und zum Teleshopping des Landesmediengesetzes und des Rundfunkstaatsvertrags nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen.

**§ 2
Dauer der Werbung**

§ 45 Abs. 1 RStV findet keine Anwendung.

**§ 3
Teleshopping-Fenster und Dauerwerbesendungen**

(1) § 45 a Abs. 1 Satz 1 RStV findet keine Anwendung.

(2) In der Zeit von 17.00 - 20.00 Uhr dürfen Teleshopping-Fenster und Dauerwerbesendungen 25 % dieser Sendezeit nicht überschreiten.

Werbesatzung der LMK

§ 4
Inkrafttreten

(1) Diese Satzung ist im Staatsanzeiger für Rheinland-Pfalz bekannt zu geben.

(2) Sie tritt am Tag nach ihrer Bekanntgabe in Kraft.

Ludwigshafen, 18. April 2005

Renate Pepper
Vorsitzende der Versammlung
der Landeszentrale für Medien und Kommunikation