

opbevare alle udsendelser på bånd i overensstemmelse med regler, som fastsættes af ministeren for kulturelle anliggender. Der henvises til § 19 a og bemærkningerne hertil vedrørende behandling af anke over afgørelse i en klagesag.

ad § 15 v

Det samlede TV-2 finansieres efter forslaget dels ved afgifter for benyttelse af fjernsynsmottagere og dels ved indtægter ved reklamering i TV-2.

Oprettelse af et TV-2 vil efter forslaget betyde en højere licensafgift for benyttelse af fjernsynsmottagere, hvorimod afgiften for benyttelse alene af radio ikke vil stige hermed. Afgiften vil skulle fastsættes årligt samtidig med afgiften til Danmarks Radio, og opkræves sammen med denne af Danmarks Radios licenskontor.

Licensens størrelse fastlægges efter forslaget af ministeren for kulturelle anliggender med tilslutning fra folketingets finansudvalg. Ved forelæggelsen forudsættes budgetforslaget for TV-2 fremsendt til finansudvalget til orientering.

Samtidig med forelæggelsen af licensstørrelse for folketingets finansudvalg forelægges forslag om, hvor stor en andel af overskuddet ved reklamering i TV-2, der skal overføres til TV-2 fonden, jfr. bemærkningerne til § 15 z.

Såvel licensindtægter som indtægter fra reklamering kan overføres forskudsvis til TV-2 fonden.

ad § 15 w

ad stk. 1

Ifølge § 15 p fastsætter ministeren årligt budgetrammerne for TV-2, fordelt på den landsdækkende og de regionale dele. Beløbene overføres kvartalsvis fra TV-2-fonden til den centrale TV-2-virksomhed og til de regionale TV-2-virksomheder.

Såvel den centrale del som de regionale dele kan supplere disse indtægter med egenindtægter ved salg af tv-programmer og andre ydelser. Salg af tv-programmer kan ske såvel til andre TV-2 virksomheder som til Danmarks Radios TV-1 og udenlandske tv stationer. Programmer skal dog i første række tilbydes andre TV-2-virksomheder.

ad stk. 2 og 3

Med henblik på sikring af driften inden for den godkendte budgetramme uanset svingninger i indtægtsgrundlaget foreslås det, at der stilles en statsgaranti, hvis størrelse fastsættes af ministeren for kulturelle anliggender med tilslutning fra folketingets finansudvalg. Der kan alene trækkes på stats-

garantien med godkendelse fra ministeren for kulturelle anliggender.

ad stk. 4

Der henvises til bilaget om lovforslagets økonomiske konsekvenser.

ad § 15 x

For at sikre en adskillelse af programvirksomheden og reklamevirksomheden og hindre, at annoncørerne får indflydelse på programvirksomheden, foreslog mediekommissionen, at reklamevirksomheden i TV-2 skulle administreres af et særligt selskab, der skulle oprettes til formålet.

Kulturministeriet er enig i dette forslag, og det har været overvejet, hvilken form et sådant selskab skulle have. Man har fundet aktieselskabsformen mest hensigtsmæssig, idet det herved er forudsat, at staten skulle være eneaktionær.

Denne selskabsform findes mest hensigtsmæssig ud fra ønsket om at sikre uafhængighed af det statslige bevillingssystem samt en drift af virksomheden efter forretningsmæssige principper.

Bestemmelserne om reklameselskabet fastsættes af kulturministeren i reklameselskabets vedtægter. Bestyrelsen vælges af kulturministeren som repræsentant for eneaktionæren og sammensættes under hensyn til medlemmernes mediemæssige, markedsføringsmæssige og forretningsmæssige kvalifikationer. Bestyrelsen udarbejder forslag til vedtægter.

ad stk. 3

Bestemmelsen svarer til en bestemmelse i loven om D.O.N.G. og har til formål at sikre, at der ikke igangsættes andre aktiviteter end beskrevet i nærværende lov, uden folketingets godkendelse.

ad § 15 y

ad stk. 1

Aktieselskabets formål er at formidle reklameprogrammer, der udfylder reklamesendetiden samt at placere disse i forud fastsatte tidsrum. Principper for betaling for reklametid fastlægges i vedtægterne for aktieselskabet. Der vil blive taget stilling til den nærmere udformning af prispolitikken, herunder til spørgsmålet om prisdifferentiering, på grundlag af forslag fra reklameaktieselskabets bestyrelse.

Der forudsættes fastlagt en procedure, der sikrer en tidsmæssig afstand mellem bestilling af reklameindslag og disses placering f.eks. således, at