

Stk. 4. Kommunikationsministeren fastsætter årligt med tilslutning fra Folketingets finansudvalg den andel af reklameselskabets overskud, som skal indbetales til TV 2-fonden, jf. § 15 x.

5. I § 15 w, stk. 2, udgår »årligt«.

§ 15 w. TV 2's samlede virksomhed finansieres ved beløb, der overføres fra TV 2-fonden i overensstemmelse med de af kommunikationsministeren fastsatte rammebudgetter, og gennem indtægter ved salg af programmer og andre ydelser, tilskud m.v.

Stk. 2. Til sikring af de nødvendige midler til driften af TV 2-virksomheden stilles en statsgaranti, hvis størrelse fastsættes årligt af kommunikationsministeren med tilslutning fra Folketingets finansudvalg.

6. Efter § 15 z indsættes som nyt kapitel:

»Kapitel 2 c

Afgifter for benyttelse af radio- og fjernsynsmodtagere

§ 15 æ. Størrelsen af afgifterne for benyttelse af radio- og fjernsynsmodtagere fastsættes for et eller flere år ad gangen af kommunikationsministeren med tilslutning fra Folketingets finansudvalg. Afgifterne opkræves af Danmarks Radio og indgår efter kommunikationsministerens nærmere bestemmelse i Radiofonden og TV 2-fonden, jf. § 14 og § 15 v.

Stk. 2. Kommunikationsministeren fastsætter nærmere regler om afgiftspligtens indtræden og ophør m.v. Efter forhandling med socialministeren og bestyrelserne for Danmarks Radio og TV 2 kan kommunikationsministeren fastsætte regler om nedsættelse eller bortfald af afgifterne. Der kan stilles midler til rådighed af statskassen til dækning af det indkomsttab, sådanne regler medfører.

Stk. 3. Efter regler, der fastsættes af kommunikationsministeren, påhviler det indehaveren af en radio- eller fjernsynsmodtager at give Danmarks Radio meddelelse om opstillingen af apparatet. Virksomheder, der sælger eller udlejer radio- eller fjernsynsmodtagere til forbrugere, skal efter regler, fastsat af ministeren, give Danmarks Radio meddelelse om stedfundne salg eller lejemål.«

7. § 19 b, stk. 2, affattes således:

»*Stk. 2.* I fjernsyn må reklamer kun sendes i blokke, som skal placeres mellem udsendelserne.«

8. § 19 b, stk. 4, nr. 1, affattes således:

»1) I TV 2 20 minutter daglig beregnet som et årligt gennemsnit. Reklametiden kan ikke overstige 27 minutter pr. dag. Der må maksimalt udsendes 5 reklameblokke pr. dag.«

9. § 19 b, stk. 4, nr. 2, 2. pkt., affattes således:

»Hver tilladelsehaver må dog maksimalt udsender én reklameblok af maksimalt 5 minutters varighed pr. dag.«

§ 19 b. Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra de ordinære udsendelser.

Stk. 2. I fjernsyn må reklamer kun sendes i blokke af maksimalt 5 minutters varighed. Blokkene skal placeres mellem udsendelserne.

Stk. 3. Inden for lokal radiovirksomhed kan reklamer placeres overalt i sendefladen.

Stk. 4. Reklameudsendelser må ikke udgøre mere end:

- 1) I TV 2 15 minutter daglig fordelt på blokke, hvoraf én blok knyttes til regionalprogrammet. Reklametiden kan ikke overstige 10 pct. af den samlede daglige sendetid.
- 2) Inden for lokal fjernsynsvirksomhed 10 pct. af den del af hver tilladelsehavers daglige sendetid, der anvendes til udsendelser af egenproduktion eller udsendelse, som har tilknytning til det lokale område. Hver tilladelsehaver må maksimalt udsende én reklameblok pr. dag.
- 3) Inden for lokal radiovirksomhed 10 pct. af den daglige sendetid.

10. § 21 ophæves.

§ 21. Efter regler, der fastsættes af kommunikationsministeren, påhviler det indehaveren af en radiofoni- eller fjernsynsmodtager at give Danmarks Radio meddelelse om opstilling af apparatet. Virksomheder, der sælger eller udlejer radiofoni- eller fjernsynsmodtagere til forbrugere, skal efter regler, fastsat af ministeren, give Danmarks Radio meddelelse om stedfundne salg eller lejemål.