

[Ministeren for kulturelle anliggender]

brud på Danmarks Radios monopol, også på – i hvert fald en stor del af – de udenlandske programmer, og det er også vigtigt. Endelig er der et rimelig stort flertal, så vidt jeg kunne tyde det, der siger ja til, at nu må vi i gang med at sætte de her master op, og det tager som bekendt en årrække. Jeg håber, det kan gøres hurtigere, end man tidligere har ment, men i hvert fald skal masterne op, inden der bliver sendt noget som helst, og det tager lige præcis så lang tid, at vi vil kunne nå i mellemtiden at drøfte videre, hvordan indholdet skal være. For det er jo det, der er interessant, det er klart.

Hvad vil vi med TV-2? Hvordan skal det styres? Hvordan skal det finansieres? Regeringen har givet et bud på det i dette lovforslag, men jeg håber også, at man mærker sig, at regeringen faktisk har lagt mange ting åbent op. Den førstebehandling, vi har i dag, er jo i mere end én forstand en førstebehandling af dette lovforslag om TV-2, men det er også en førstebehandling af hele sagen, fordi yderligere forslag til de detaljerede regler er det, vi skulle sætte nævnet i gang med nu efter denne lovbehandling. Efter det skal vi jo have en ny runde her i folketinget, hvor man så kommer mere i detaljer.

Dette lovforslag sætter tre ting i gang. For det første får man brudt monopolen. For det andet får man sat masteopbygningen i gang, og for det tredje sætter man nævnet i gang med at udarbejde nærmere regler. Der er ingen af os, der har prøvet det her før, og hr. Tinning kan have meget eller lidt tillid til mine evner, men jeg vil gerne sige, at jeg føler ikke, at vi i kulturministeriet i hvert fald kan angive nærmere regler for reklamer eller for koncessionsbetingelser, også fordi vi ikke aner, hvem kunderne er. Dette må man jo også ud at sondere: hvad har vi for en kundekreds? Hvem er interesseret i at lave et TV-2? Har de penge til det? For det er jo ikke statspenge, vi taler om her.

Altså, der er hundrede spørgsmål, der ikke er afklaret med dette forslag. Det var heller ikke meningen. Meningen var, at nævnet nu skulle i gang med at arbejde, og naturligvis må nævnet arbejde ud fra det, som drøftelserne i folketinget når frem til, det er klart. Men nævnet skal i gang, og så kommer nævnet tilbage til ministeren og til folketinget med forslag om, hvordan TV-2 skal fungere.

Der er nogle få bemærkninger, som jeg gerne vil svare på.

Hr. Tinning og flere andre ordførere var inde på spørgsmålet om reklamer, og nu skal det hele altså ikke dreje sig om reklamer. Det er klart, at regeringen har lagt vægt på at få en delvis reklamefinansiering. Det ligger der nogle holdninger i, og det har debatten i dag klart vist. Nogle synes, det er noget skidt med reklamer, nogle synes, det er fornuftigt og godt og måske oven i købet positivt med reklamer. Det er holdninger. Men derudover kommer der altså nogle andre argumenter ind, som jeg også beder om man lader indgå i overvejelserne i udvalget.

Som jeg forstod det i dag, var der et flertal, der sagde: ja men vi må have svensk TV, vi må have tysk TV, altså nabolands-TV ud over Danmark, landsdækkende; det er en simpel retfærdighedsgerning. Det kan ikke være sådan, at der kun er et par hundrede tusinde, der kan tage Sverige, og at nogle kan tage Tyskland, det må vi kunne alle sammen. Ja men hvad er det så for en situation, vi har rent reklamemæssigt? Så har vi faktisk den situation derefter, at vi i løbet af kort tid har landsdækkende reklamefinansieret fjernsyn. Det er bare tysk fjernsyn.

Så beder jeg om at betænke, hvordan virksomhedernes situation er i Danmark. Flere ordførere har været inde på at angribe, at det kun var de store, der ville kunne reklamere i TV-2. Ja men kære venner – nå, det er måske ikke tilladt at sige det – men så, kære medlemmer af folketinget: hvad er det så, der sker med tysk TV? Hvem tror man kan annoncere i det?

Som jeg ser denne reklamediskussion, har den forskellige lag: vi har et tysk TV, hvor de absolut store firmaer kan annoncere – det giver sig af sig selv på grund af priserne. Det kan de multinationale selskaber – som jeg ikke har så meget imod som de, der normalt får nervøse trækninger, når de udtaler ordet – store tyske selskaber eller måske 5 store danske firmaer. De kan annoncere i tysk TV, og de kommer nu ind på det danske marked via et landsdækkende tysk TV.

Hvis vi nu forestillede os, at vi lavede reklame i dansk TV, så vil jeg ikke påstå, at vi kommer ned til den lille købmand eller cigarhandleren på hjørnet, det vil nok være stærkt sagt, hr. Tinning, men vi får dog taget et ekstra lag med af danske virksomheder,