

(Kort bemærkning).

Helge Mortensen (S):

Det var hr. Helge Sanders betragtninger om network, jeg godt kunne tænke mig at få lidt uddybet, fordi det har slået mig lidt, at der tidligere har været en klar formulering – og som jeg mener er den rigtige – af, hvad network er. Det er denne, skal vi sige sammenkædning og samtidige udsendelser af stof, der netop giver det alternativet til, at det kan blive landsdækkende.

Men hvad med de regionale områder? Vi har jo også et mønster navnlig på radiostationerne, hvor man bliver mere og mere regionale i stedet for lokale ved, at man har network. Det er et meget direkte network, der allerede eksisterer – det nationale eksisterer jo ikke endnu.

Så vil jeg spørge, om dette network-samarbejde skal forhindre, at lokalmedierne kan samarbejde om f.eks. oplysninger, som Venstres Pressebureau udsender til Venstrepressen eksempelvis. Er det det, der ligger i, at det lige pludselig ikke længere bare hedder network, men network-samarbejde? Det vil jeg gerne spørge hr. Helge Sander om.

(Kort bemærkning).

Behnke (FP):

Det er et spørgsmål til hr. Helge Sander. Det er en gentagelse af det spørgsmål, jeg stillede to gange til den konservative ordfører uden at få svar. Jeg går ud fra, at man i regeringspartierne har gjort sig nogle overvejelser på det tidspunkt, hvor man har fastsat reklamesendetiden til maksimalt fem minutter. Derfor vil jeg bede Venstres ordfører, hr. Helge Sander, redegøre for, hvordan man er nået frem til de 5 minutter, og for, hvilken sekundpris det bliver for sådan en rimeligt stor lokal-tv-station med et seriøst antal medarbejdere og et seriøst sendeudstyr. Man må da have gjort sig nogle overvejelser, eftersom man i lovforslaget har skrevet 5 minutter.

(Kort bemærkning).

Helge Sander (V):

Til hr. Helge Mortensen vedrørende network er det så vidt mig bekendt på radiosiden yderst beskedent, hvad der foregår. I hvert fald er de eksempler, jeg er bekendt med, af strengt lokal art, hvor der er givet nogle beskedne muligheder. Hvis der foregår andre, er det mig ube-

kendt. Jeg ser i hvert fald slet ikke noget problem her, men dér, hvor vi er opmærksomme på problemet, er, som hr. Helge Mortensen selv er inde på, hvis man får en sammenkædning af en række landsdækkende stationer, som i deres helhed kan være et troværdigt alternativ til TV 2. Når jeg nævner TV 2 udtrykkeligt i denne forbindelse, er det, fordi jeg godt kan se, at man på den måde kunne komme til at underbyde på reklamemarkedet, således at vi fjernede det økonomiske grundlag for TV 2. Det er vores hovedsigte med det.

Når vi så taler om network-samarbejde, må jeg tilstå, at jeg knap nok er klar over, hvad det er, hr. Helge Mortensen tænker på.

Til hr. Behnke om fastsættelsen af de 5 minutter. Dengang vi vedtog TV 2-loven, var det heller ikke Folketinget, der fastsatte reklameprisen for de enkelte blokke og de bestemte tidspunkter, der skulle sendes. Det kan vi lige så lidt gøre her, ja, vi kan i endnu mindre omfang fastsætte prisen på de enkelte stationers sekund- eller minutsatser. Det er ganske umuligt, fordi de dækker forskelligt og har forskellige forudsætninger. Hvis vi f.eks. tager nogle af hr. Helge Mortensens stationer, vil jeg gå ud fra, at så er reklamedelen en beskedent del, hvorimod der måske er andre, der har en større del som indtægter fra medlemmer og slige andre ting. Det er ikke således, at der står, at man kun må have reklameindtægter.

Så jeg mener, det er et ganske umuligt spørgsmål at besvare, og jeg mener heller ikke, det er vores opgave.

(Kort bemærkning).

Helge Mortensen (S):

Bare for at give hr. Helge Sander den oplysning, at jeg har ikke nogen stationer. Det lyder, som om der ligger en hel stribe af dem. Jeg er i al beskedenhed formand for et andelsselskab, der har drift af en fjernsynsstation.

Behnke (FP):

Selv om jeg tidligere under debatten kunne forstå på fru Connie Hedegaard, at man ikke skulle starte enhver debat med at straffe Adam og Eva, vil jeg gerne fastslå to ting, måske mest af hensyn til ministeren:

Punkt 1: Fremskridtspartiet er tilhænger af, at lokalt tv skal have så fri en adgang som overhovedet muligt til at finansiere deres sendeflader ved hjælp af reklamer.