

[Ingerlise Koefoed]

så forfærdelig mange penge, om man ikke i sin kommende programlægning skelede noget til, hvad der ville hente flest sponsorpenge hjem. Det mener jeg er logik, men det er det øjensynlig ikke for andre her i salen.

(Kort bemærkning).

Behnke (FP):

Jeg mener, at erfaringerne fra det virkelige liv viser, at fru Ingerlise Koefoed tager fejl. Hvilken debat og hvilket ramaskrig rejste det ikke, da TV 2 og Danmarks Radio sendte ens eller i hvert fald nogenlunde ens udsendelser på samme tid. Man forlangte, at de blev forskudt i forhold til hinanden.

Hvis det viser sig, at både lokal-tv, Danmarks Radio og TV 2, og hvad der nu ellers er af medieudbud, sender den samme type udsendelser, så er der da ingen, der vil blive ved med at ofre penge på at sponsorere dem, for så ved man, at seertallet falder.

Det her giver netop mulighed for at få et meget bredere udbud af udsendelser, og hvem siger, det nødvendigvis behøver kun at være amerikanske computerfirmaer eller en mineralvandsfabrikant, der sponsorerer den slags udsendelser. Der er altså også mulighed for, at alle mulige andre kan gå ind og sponsorere, og da specielt når det gælder lokal-tv og lokalradio, hvor udsendelsesprisen er væsentlig lavere, så bliver der mulighed for at få mange flere mennesker, mange flere firmaer til at sponsorere mange flere forskellige udsendelser, og så har vi det store medieudbud. Og det troede jeg faktisk også SF var interesseret i.

Elisabeth Arnold (RV):

Da Det Radikale Venstres mediepolitiske ordfører, fru Marianne Jelved, ikke kan være til stede, skal jeg på hendes vegne sige følgende:

Ved behandlingen af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed i foråret 1989 fremgik det, at spørgsmål om sponsorering i tv ville blive taget op, når der var sket en afklaring vedrørende sponsorering på europæisk plan og efter en høring af Danmarks Radios og TV 2's bestyrelser. Dette er nu sket, og lovforslaget er resultatet af denne afklaring og af høringen.

De nærmere regler for sponsorering skal fastsættes af kommunikationsministeren. Det er vigtigt for Det Radikale Venstre, at der er en klar parallelitet mellem reglerne for reklame i

de æterbårne medier og reglerne for sponsorering.

Reglerne for reklamer kender vi, og reglerne for sponsorering må udformes, så de svarer til reklamereglerne.

Endelig må det klart fremgå både før og efter udsendelsen, at der er tale om en sponsoreret udsendelse, og hvem der sponsorerer udsendelsen.

Desuden indeholder lovforslaget ændringer vedrørende brugen af hybridnettet. Hybridnettet kan bruges til fremføring af lokale radio- og tv-stationsprogrammer i de områder, hvor de samme programmer kan nedtages med antenner.

Det Radikale Venstre kan anbefale forslaget.

Duetoft (CD):

CD kan selvfølgelig også støtte forslaget her. Nu er det selvfølgelig snart sidst på eftermiddagen her en fredag, men den ideologiske debat kørte jo allerede i forbindelse med reklamediskussionen, og den kører altså nu igen.

Jeg vil gerne gentage, hvad jeg sagde i den korte bemærkning til fru Ingerlise Koefoed før, nemlig at det, vi betaler Danmarks Radio licensen for, faktisk er at køre nogle af de udsendelser, som fru Ingerlise Koefoed efterlyser.

Derfor har vi også den ene gang efter den anden understreget, at for os bliver licensstørrelse og støtte til Danmarks Radio ikke på noget tidspunkt afhængig af seer- eller lyttertal, fordi vi netop vil sikre, at den kanal også kan sende noget, som er smalt, og noget, som har nogle kvaliteter, som måske ikke har den brede tilslutning.

Men jeg vil godt benytte lejligheden til at komme med den kommentar, at jeg fatter ikke i den ideologiske debat, at man hele tiden sætter virksomhederne og seerne over for hinanden. Jamen virksomhederne og seerne har da fælles interesser. Virksomhederne har da den interesse, at der er mange seere, og seerne har da den interesse, at der kommer noget, de gider se. Så bliver det da sådan, at de to grupper i virkeligheden har samme interesse. Og når dertil så kommer licensdiskussionen, som jeg nævnte før, så mener jeg faktisk, vi har lavet et ganske fornuftigt mediebillade.

Om de praktiske eksempler, vi har på sponsorering rundt omkring, vil jeg godt give hr. Behnke ret. Jeg har nogle gange set vejrudsigter