

[Kommunikationsministeren]

meligt er fokuserer på forholdet til TV 2 og som sådan på en simpel konkurrence om nogle reklamekroner, og det mener jeg faktisk er at forenkle forholdene.

Det er klart, at regeringen, og jeg tror også Folketinget, vedkender sig et ansvar for, at TV 2's finansieringsgrundlag ikke undergraves, og den problemstilling er, som alle vil vide, blevet yderligere aktualiseret. Derfor mener jeg, at det for tv's vedkommende gælder om at få lavet en sammenhængende løsning. Det arbejder jeg på i øjeblikket, og jeg forhandler med de partier, der står bag licens- og reklameforliget for 1991, 1992 og 1993, med henblik på at finde en ordning, som kan bringe TV 2 ud af de øjeblikkelige økonomiske problemer. Jeg tør ikke sige, hvordan forhandlingerne ender, men jeg tør sige, at de forløber fornuftigt. Derfor må jeg på regeringens vegne afvise, at man nu pludselig skulle tage lokalproblematikken ud og gøre den til genstand for en særlig behandling.

Efter de bemærkninger, som vedrører lokalradio, går forslaget ud på at sætte den lovlige reklameandel op fra de nuværende 10 pct. til 15 pct., og jeg tror faktisk, at lokalradioerne vil være famlende over for, hvad de skal bruge denne reklametid til.

Man har i de senere dage kunne læse i dagspressen, at der nu er tale om en øget reklamestrøm både til lokalradio og til lokal-tv, og jeg vil i hvert fald meget bede om, at vi i Folketinget anskuer tingene i sammenhæng, og derfor bliver jeg nødt til at tilråde Folketinget at afvise det foreliggende forslag.

Helge Mortensen (S):

Socialdemokratiet er enig med kommunikationsministeren i, at spørgsmålet om reklamer i lokal-tv og lokalradio bør ansues i sammenhæng med de øvrige mediepolitiske problemstillinger, som vi i april måned var med til at sætte dagsorden for på rådslagningsdagen om mediepolitikken. Jeg erfarer, at et forslag er undervejs, idet reklamedelen kun er én del af den problematik.

Socialdemokratiet har den opfattelse, at man trænger til en revision på en række andre områder, også på lokalmedieområdet, bl.a. i forhold til netværksproblematikken, inden vi kan tage stilling til reklamespørgsmålet.

Jeg vil også gerne tilkendegive, at vi faktisk mener, at det må være muligt at finde nogle fælles reklameregler, som dækker de elektroniske medier, hvad enten det er TV 2, lokalradio eller lokal-tv.

Vi afviser altså på dette grundlag at tage stilling til reklamerne, men vi vil diskutere det i sammenhæng med det oplæg til en gennemgribende revision af loven, som kommer senere.

Der er et sted i bemærkningerne, jeg har hæftet mig ved. Der står i første spalte nederst, at dette forslag ikke tager stilling til eller søger at ændre ved reglerne om Koda- og Gramex-gifterne. Det var en skam, det kunne jeg ellers godt have tænkt mig et spørgsmål om, men nu kan jeg benytte lejligheden til at rejse spørgsmålet, idet kommunikationsministeren i forbindelse med afskaffelse af Lokalradiofonden gav et løfte om at tale med kulturministeren om ændringer i den måde, som Koda-Gramex praktiseres på, og da nu både kulturministeren og kommunikationsministeren er til stede, vil jeg gerne spørge: Hvordan går det med de drøftelser? Hvordan går det med en ændring af reglerne på dette område?

Jens Jørgensen (KF):

Jeg vil gerne på Det Konservative Folkepartis vegne sige, at vi tager afstand fra det lovforslag, som Fremskridtspartiet har fremsat.

Jeg har megen sympati med tanker og politiske bestræbelser, som kan føre til en liberalisering af reklamemængden i både lokal-tv og i lokalradio, men jeg synes, det er meget væsentligt, at vi, når vi sidder med en lang række forskellige knapper foran os – det kan være Danmarks Radio, men i denne her forbindelse især TV 2 og regional-tv – ikke bare vælger én knap ud og begynder at skruer på den, så fejljusterer vi sandsynligvis det hele. Jeg er helt enig i de tanker, der har været fremført både af ministeren og af hr. Helge Mortensen om, at man skal tilstræbe en samlet, overordnet planlægning og politisk lovgivning på disse områder.

Jeg kunne da i den forbindelse have lyst til at nævne tre elementer:

Det første element er, at når der i bemærkningerne står, at TV 2 nu har haft tid nok til at skabe sig sit reklamemæssige grundlag, så kan man da i allerhøjeste grad diskutere det. Det kommer netop an på, hvilke reklameregler vi i det overordnede perspektiv ønsker at give, men det er ikke det, der skal forhandles her.