

[Michael Kock]

Lokale stationers ret til at sende reklamer er mere end et spørgsmål om handlefrihed og indtægtsmuligheder. Det er også i høj grad et spørgsmål om vores kulturelle udvikling. De største meningsdannere i Danmark er de effektfulde elektroniske medier, som er suverænt domineret af de statsejede TV 1 og TV 2. Staten har derigennem en markant indflydelse på meningsdannelsen i Danmark, og de meninger styrer kulturlivet. Derved styrer staten også den kulturelle udvikling. Hertil kommer den store direkte indflydelse, staten har gennem sin støtte til udvalgte kulturpersoner og -aktiviteter.

Da private lokale radio- og tv-stationer i sin tid blev tilladt, skete det første lille digebrud på statens monopol på elektroniske medier. Det var en stor frihedssejr. Nu er spørgsmålet, om man også tør give de frie stationer mulighed for at få en reel indflydelse. Med begrænsninger i sendestyrke og begrænsninger i indtægtsmuligheder lever de lokale stationer en kummerlig tilværelse. Vi synes, at de mange positive frie initiativer rundt omkring i Danmark bør belønnes med den tillid og den anerkendelse, som de fortjener.

De lokale stationer skal have mulighed for at overleve, uden at det koster det offentlige en øre. Det kan gøres ved at liberalisere de begrænsninger, der er lagt for stationernes mulighed for at benytte sig af reklameindtægter. De mange lokale radio- og tv-stationer har fortjent den mulighed.

Reklamer er ikke i dag så bandlyst en finansieringskilde, som de var tidligere. Alligevel lægger man langt strammere bånd på de lokale stationers muligheder for at sælge reklamer, end man gør på statens eget TV 2. Denne forskelsbehandling er urimelig, specielt når den lokale stations meget mindre seergrundlag tages i betragtning. Tidligere har argumentet været, at man ønskede at beskytte TV 2 i en opstartfase. Tiden må siges at være løbet fra det argument i dag, hvor TV 2 på det nærmeste har overhalet TV 1 med hensyn til seertal.

Vi synes også, at angsten for, at TV 2 og TV 1 får konkurrence, er malplaceret. Dels appellerer de lokale stationer til andre former for annoncører end det landsdækkende TV 2, dels finder Fremskridtspartiet det kun sundt, at de lokale stationer får forbedret deres muligheder for at konkurrere med statsgiganterne TV 1 og TV 2.

Der er behov for alternative synspunkter. Fremskridtspartiet ønsker at styrke den lokale kulturs overlevelsesmuligheder med dette forslag. Nødvendigheden heraf er tiltaget med den øgede mulighed for at se diverse udenlandske programmer via parabolantennener og kabelnet. Vi så helst en fuldstændig ophævelse af begrænsningen i stationernes mulighed for at reklamere. Alle internationale erfaringer viser, at reklameniveauet af sig selv finder et naturligt leje. Det giver sig selv, at kommercielt drevne stationer ikke bare kan fylde deres programmer med reklamer. Reklameprisen står i forhold til antallet af kontakter, en annoncør kan opnå. Hvis stationens lyttere eller seere falder bort grundet på for mange reklamer, falder annoncørerne også bort.

Hvis nogle finder det her forslag for vidtgående, er vi til at forhandle med. Og hvis nogle finder, at der kan liberaliseres mere, er vi selvfølgelig også mere end villige til dét. Men det, jeg kan forstå af debatten og af kommunikationsministerens udtalelser, er, at det her skal Fremskridtspartiet egentlig ikke blande sig i. Man vil selv lave et mere omfattende forslag. I den forbindelse vil jeg gerne bede om at få en tilkendegivelse fra kommunikationsministerens side om, hvorvidt han er positivt eller negativt indstillet over for intentionerne i lovforslaget, der kort og godt er at give lokalradioerne friere indtjeningsmuligheder.

#### Duetoft (CD):

Da vores ordfører ikke kan være til stede, har jeg fået lov til at være på turné i mit gamle stofområde. Og det er jo altid rart at være tilbage ved de gamle kendinge.

Også dette forslag er en gammel kending, som vi selvfølgelig kan støtte, men da vi kan se, at der ikke er noget flertal for det, inddrager vi naturligvis synspunkterne i de forhandlinger, der måtte komme om en generel lovgivning.

Jeg vil sige, at vi stadig væk ikke rigtig forstår argumentationen for alle de her grænser. I CD tror vi ikke på, at der er nogen fare ved at give reklamer fri. Vi er sikre på, at markedskræfterne klarer det. Vi tror, at lyttere og seere simpelt hen vil forsvinde fra de kanaler, der overdoserer med reklamer. Så vi kan ikke se, at der er nogen problemer.

Men da vi kan se, at der ikke er flertal for Fremskridtspartiets forslag, vil vi inddrage det