

[Kim Behnke]

troet, at en konservativ ordfører ville tage afstand fra et forslag om at indføre lidt mere reklame i lokalradio og lokal-tv. Det bliver af den konservative ordfører kaldt en hugliberalisering. Jamen det havde det været, hvis forslaget gik ud på, at der ingen regler skulle være. Det ville have været en hugliberalisering. Men ærlig talt, en forhøjelse fra 10 pct. til 15 pct. af reklameminutterne er jo ikke en hugliberalisering. Der er tale om, at man giver de pågældende medier en ærlig chance for at overleve. Det troede jeg ærlig talt også man var interesseret i i Det Konservative Folkeparti. Men dér taler man i stedet om, at vi skal have en helhedsløsning, og at vi må have en samlet, overordnet planlægning. Hvorfor er det så vigtigt for den konservative ordfører at kunne sidde og planlægge og styre og dirigere? Hvorfor må vi ikke give bare en lille smule frihed ude omkring hos disse radio- og tv-stationer?

Venstres ordfører var mere ærlig ved at sige, at tidspunktet var dårligt valgt. O.k., Fremskridtspartiet har før oplevet, at de forslag, vi kommer med, vil man nødig opnå flertal omkring. Så hellere vente 14 dage eller en halv folketingssamling på, at ministeren får skrevet et forslag med stort set tilsvarende indhold. Vi har ingen ømme tær i den forbindelse, vi venter gerne på et ministerforslag og stemmer gerne for et ministerforslag.

Kristeligt Folkeparti syntes, at der var risiko for, at vi ødelagde de smalle programmer. Jeg bliver nødt til at fortælle Kristeligt Folkepartis ordfører, at jeg havde fornøjelsen – og jeg mener virkelig fornøjelsen – af at være med i de hektiske dage på Radio Århus i sin tid. Det var dengang, Radio Århus var i stand til at få flere lyttere end P 3. Det var en station, hvor der var lokal opbakning og fuldt drøn på. Men så gik man hen og sagde, at vi måtte hellere få nogle af græsrodderne med. Og det endte med, at man sendte programmer på islandsk. Programmer om Krishna og andre ting blev sendt midt på dagen, hvor der ellers var flest lyttere, for det skulle være alment og demokratisk, og alle skulle have lov til at prøve og sende, når de nu havde lyst til det, osv. Resultatet blev, at man skræmte lytterne væk, og at radiostationen gik ned med et brag.

Der skal være nogle lokomotiver på en frekvens, der kan slæbe lytterne til. Jo flere penge der er på en radiostation, jo flere penge er der

også til, at man kan eksperimentere, at man kan lave de smalle programmer, som Kristeligt Folkeparti gerne vil have, og som jeg har stor sympati for at der også skal være plads til. Men der skal være nogle penge i kassen, så man kan afdrage på sendestyrer og afholde lønninger osv. Hvis pengene ikke er til stede, bliver der heller ingen smalle programmer.

Men det handler også om, at man med det lovkompleks, vi har i øjeblikket, ikke har været tilstrækkelig opmærksom på, at det ofte er mange forskellige senderettighedsindehavere både på tv- og på radiosiden, der er fælles om en frekvens. Det bevirker, at som loven er i øjeblikket, er der nogle, der slet ikke udnytter reklamemulighederne – de sender ikke alle de reklamer, de kunne – mens der er andre, som gerne ville sende langt flere reklamer.

Vi taler i bemærkningerne til lovforslaget om en fleksibilitet, som gør, at man f.eks. en fredag eller en lørdag kunne sende 15 pct. reklamer, mens man mandag og tirsdag kunne sende 7 pct. eller 6 pct. reklamer. Den fleksibilitet har man ikke i dag. En af ordførerne mente ikke, at der var behov for at kunne komme helt op på 15 pct. reklamer. Det kan da godt være. Men de skal have muligheden. Og de skal have den fleksibilitet, der gør, at de kan tilrettelægge deres programflade på en måde, hvor de får den optimale mængde penge ind på stationen.

Til allersidst bliver jeg nødt til at sige til SF's ordfører, at det med at tro, at reklamepenge er en absolut størrelse, at Keynes er død, og at hans ideer også er døde, den holder ikke. Hvis man tæller op, hvor mange reklamepenge der blev brugt i Danmark i 1980, og hvor mange der blev brugt i 1990, vil SF's ordfører kunne se, at den ikke holder. Hver gang der er et nyt initiativ, hver gang der er en ny mulighed, dykker man en ekstra gang i lommen. Og noget af det, der var meningen med de lokale radio- og tv-stationer, var jo, at netop de lokale handlende, der ikke har en jordisk chance på det landsdækkende TV 2, også kunne være med. Det er de kommet til i et vist omfang på lokalradioerne, men slet, slet ikke tilstrækkeligt på lokal-tv.

(Kort bemærkning).

Jens Jørgensen (KF):

Det ville unægtelig være befordrende for