

(Kort bemærkning).

Elsebeth Gerner Nielsen (RV):

Jeg kan høre, at hr. Kim Behnke har mange gode forslag, og hvis det var sådan, at regeringen overvejede at nedsætte en arbejdsgruppe, der skulle se på, hvordan vi forhindrer danske eller udenlandske tv-stationer i at komme ind på det danske marked, kan jeg se at vi ville have en glimrende formand i hr. Kim Behnke!

Selvfølgelig forestiller jeg mig overhovedet ikke, at vi skal til at opsætte støjsendere, og jeg er heller ikke sikker på, at vi kan forhindre udenlandske stationer – som ganske vist er danske stationer, der sender fra udlandet – i at sende. Men noget af det, vi er ved at undersøge lige nu, er faktisk, om TV 3 ikke skal overholde dansk lovgivning på dette område, og det er derfor, jeg snor mig, som hr. H.P. Clausen siger. For sagen er den, at vi er utrolig åbne over for hele denne diskussion. Vi er ikke afklarede endnu. Vi synes, der er mange spørgsmål, som simpelt hen ikke er besvaret, som vi i alt fald ikke har svar på, og derfor har jeg været meget åben i min indstilling til hele dette lovforslag.

Jeg vil samtidig sige, at det ikke er sådan, at vi straks afviser, at der skal ske nogen ændringer på reklameområdet; det kan godt være, at det bliver nødvendigt. Men noget af det, vi må se på, er, om vi har mulighed for at opretholde vore egne regler, og om vi har mulighed for at påvirke de internationale regler, eller hvordan det nu ser ud.

Til hr. H.P. Clausen vil jeg sige, at selvfølgelig handler det om at tilpasse sig nogle muligheder og om ikke altid at være bagstræberisk, men på den anden side kan man også have så travlt, at man ikke når at tænke sig om, og derfor er jeg bekymret, hvis Folketinget for nærværende skulle beslutte sig for at ændre reklamereglerne. Vi har tid til at tænke os om, og det skal vi gøre.

(Kort bemærkning).

Aage Frandsen (SF):

Hr. H.P. Clausen gjorde sig igen bekymringer med hensyn til, hvad licensforliget fra 1993 kan komme til at betyde for medierne, fordi det binder i så lang tid, og mente, at det så betyder, at partierne bag det altså ikke vil bevæge sig. Og i den forbindelse ser hr. H.P. Clausen så reklamer som noget helt centralt.

Det gør vi ikke, men vi ser en række andre ting som helt centrale, og det vil sige, at selv om forliget løber til og med 1997 og vi nu skal se på det igen, er det på grund af den tekniske udvik-

ling nødvendigt at ændre en række ting undervejs – det er 100 pct. nødvendigt. I den forbindelse ser vi ikke, at man absolut skal lempe reklamereglerne; men der er en række andre ting, der skal sikre, at DR's tv og DR's radio og TV 2 har ordentlige vilkår, så de kan tage konkurrencen op med de udenlandske kanaler, først og fremmest TV 3. Det er på kvaliteten, at man skal konkurrere, og ikke så meget på reklamerne.

Derfor behøver hr. H.P. Clausen ikke at være bekymret på mediernes vegne; de skal nok få ordentlige vilkår, og det skal vi også bidrage til. Det er ikke os og heller ikke andre politiske partier, tror jeg, der i den forbindelse på nogen måde vil være bremsekloks.

Bent Hindrup Andersen (EL):

Jeg må desværre meddele hr. Kim Behnke, at vi ikke kan støtte lovforslaget, så der bliver ikke flertal for det.

Jeg synes også, det er en helt forkert måde, man prøver at gribe problemerne an på. Det er jo ikke, fordi der drikkes for lidt og bruges for lidt medicin. Tværtimod er problemet omvendt; der er faktisk et problem med alkoholmisbrug og overforbrug af medicin. Derfor så vi hellere, at man i stedet for at udvide sendefladen med reklamer for øl og vin og medicin udvidede sendefladen med kampagner imod alkoholmisbrug og overforbrug af medicin. Det er jo det, der er problemet, og det var det, som det egentlig ville være interessant at tv tog op.

Den anden del af det er, at man også vil udvide sendefladen for reklamer, sådan at man kan tjene flere penge, så økonomien kan blive bedre. Vi har den modsatte opfattelse: Vi så gerne sendefladen for reklamer indskrænket, og vi så også gerne, at der blev indført en reklameskat. Og i den sendeflade, der blev indskrænket for reklamerne, skulle der så i stedet være en modinformation om de produkter, som der bliver reklameret for, og som vi alle sammen ser i tv, bl.a. at man hælder forskellige farver væske på bleer eller hygiejnebind for at se, om de holder på den eller ej.

Vi synes, det var passende, at Forbrugerrådets blad, Tænk, fik sendeflade finansieret af reklameskatten til at give reel information om, hvad det egentlig er, man skal gå efter, når man skal købe de forskellige produkter, altså en modinformation i forhold til reklamerne.

Se, det ville der være perspektiv i! Så ville tv-mediet blive et medium til vejledning for for-