

Spm. nr. S 2367

12) Til kulturministeren af:

Jens Rohde (V):

»Vil ministeren oplyse om regeringens planer for TV 2's fremtid, herunder de økonomiske vilkår, hvis reklamemarkedet liberaliseres for alle andre end TV 2?«

Jens Rohde (V):

Det er alligevel fantastisk, at kulturministeren kan stå her og påstå, at Venstre ikke har villet diskutere digitalisering af de jordbaserede net. Det var nu Venstre, der tog initiativet til en høring med Teknologirådet i Landstingssalen for godt et års tid siden. Så den synes jeg ministeren skal lidt længere ud på landet med.

Vi har hele tiden været åbne over for denne her diskussion. Vi har bare ment, at forudsætningerne for at sætte digitaliseringen i gang ikke har været til stede, netop fordi man i medieløven laver en fuldstændig grotesk opstramning af reklamereglerne, når der er brug for det stik modsatte.

Og det fører jo hen til det næste spørgsmål, nemlig at på trods af, at digitaliseringen giver masser af muligheder for, at man frit kan vælge, om man vil se reklamerne, betale lidt mere, eller hvad man nu vil, det er helt op til den enkelte borger, så siger kulturministeren, at de kommercielle medier skal have lov, men TV 2, der er 80 pct. reklamefinansieret og dermed utrolig afhængig af markedet, skal selvfølgelig ikke have lov til at arbejde under reelle markedsvilkår, hvilket i mine øjne vil føre til, at TV 2 ender i en økonomisk ruin.

Derfor vil jeg godt høre om ministerens planer for TV 2.

Kulturministeren (Elsebeth Gerner Nielsen):

Regeringens planer for TV 2 fremgår af medieaftalen, som blev indgået den 28. marts af regeringen, SF og CD. Den er bl.a. udmøntet ved revisionen af radio- og fjernsynsloven i december 2000. Med medieaftalen tildeles TV 2 ligesom Danmarks Radio øgede licensmidler for at sikre stationens fortsatte udvikling som en dansk public service-station.

Stationens public service-forpligtelser er blevet præciseret og udbygget. Regeringen har i modsætning til Venstre ingen planer om at privatisere TV 2.

En liberalisering af reklamereglerne for kommercielle danske tv-stationer vil påvirke det

danske marked for tv-reklamer. TV 2's økonomidirektør har udtalt, at TV 2 vil miste reklameindtægter på mellem 100 og 150 mio. kr. Umiddelbart har jeg utrolig svært ved at tro, at det vil gå så galt.

På kort sigt er det alene de kommercielle lokal-tv-stationer, der vil få en konkurrencemæssig fordel af en lempelse af reklamereglerne, idet TV 2's største konkurrent, TV 3 og TvDanmark 1, i forvejen sender fra England med de lempeligere reklameregler, der gælder dér.

Konsekvenserne for TV 2 må derfor på kort sigt antages at være meget begrænsede, ikke mindst i lyset af, at der også kan være en konkurrencemæssig fordel i at være den eneste danske tv-station, som ikke afbryder udsendelser med reklamer.

Først på længere sigt i takt med etableringen af det jordbaserede digitale sendernet og seernes gradvise anskaffelse af digitalt modtageudstyr vil TV 2 opleve en øget konkurrence fra andre tv-foretagender, en konkurrence, der da også vil være påvirket af en eventuel særregulering for TV 2's vedkommende, hvad angår reklameregler. Konsekvenserne for TV 2 heraf vil passende kunne drøftes i forbindelse med indgåelse af en ny medieaftale.

Og lad mig så lige understrege endnu en gang, at der faktisk ikke er taget stilling til, hvorvidt reklamereglerne skal liberaliseres eller ej, eller om der kun skal være tale om en delvis liberalisering.

Jens Rohde (V):

Nej, jeg har efterhånden forstået, at det hele svæver i luften endnu en gang, som det efterhånden er regeringens kutyme med hensyn til mediepolitikken.

Undskyld, må jeg sige til kulturminister, men »den eneste station, der ikke afbryder udsendelserne med reklamer«, det er i mine ører en lille smule naivt, navnlig taget i betragtning, at borgeren jo netop ved hjælp af digitalisering, som vi nu har understreget flere gange, får mulighed for selv at vælge, om man vil have det med reklamer eller uden reklamer.

Og når de øvrige stationer, de mange kommercielle stationer, kommer ned på jorden og dermed bliver hundrede procent landsdækkende, stilles TV 2 da i en konkurrencemæssig dårligere situation. Vi ved jo, hvad det betyder for TV 2, det har vi jo set masser af eksempler på, hver gang TV 2 udsættes for konkurrence.