



Kulturdepartementet  
Sendt via mail: [postmottak@kud.dep.no](mailto:postmottak@kud.dep.no)

Bergen, 27.oktober 2010

## HØRING

### MEDIETILSYNETS GJENNOMGANG AV NRKS TJENESTER

TV 2 har gjennomgått Medietilsynets rapport om NRKs eksisterende tjenester på nye medieplattformer. Rapporten gir en god oversikt over omfanget av NRKs lisensfinansierte virksomhet. Som NRKs nærmeste konkurrent på tv er vi den første til å fremheve at NRK har oppnådd resultater som det står stor respekt av. I 2009 var 83 prosent av den norske befolkning daglig innom et av NRKs medietilbud. TV 2 vil også innledningsvis understreke at vi er tilhengere av at NRK er lisensfinansiert, og at våre kommentarer til Medietilsynets rapport ikke må tas til inntekt for noe annet syn.

Med utgangspunkt i NRKs allerede dominerende posisjon i det norske mediemarkedet, gir Medietilsynets gjennomgang stor grunn til bekymring, først og fremst fordi den avdekker svaktene i at NRKs nye vedtekter brukes som verktøy for å trekke grenser for NRKs lisensfinansierte virksomhet. Med så vide definisjoner på allmennkringkasting som finnes i vedtektene, har Medietilsynet åpenbart hatt en vanskelig avgrensningsoppgave. Det er knapt noe som faller utenfor allmennkringkasteroppdraget.

I § 13d i vedtektene heter det: *"NRK skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest ut med sitt samlede programtilbud"*. Dette viser selve kjernen i problemet. Dette punktet kan isolert brukes som et argument for at NRK bør begynne å gi ut avis. Det illustrerer at vedtektene er lite begrensende og ikke så spesifikke som statsstøtteregele forutsetter.

NRK har - som rapporten til fulle dokumenterer - allerede en omfattende virksomhet på nett, mobil og andre nye digitale plattformer. NRK begrenser seg ikke her til å bruke de nye plattformene til å distribuere sitt primære radio- og tv-innhold, men tvert imot til å drive utstrakt innovasjon med utvikling av stadig nye gratistjenester, ofte i samarbeid med eksterne aktører. Dette skjer i et marked der de private medieaktørene må finansiere tilsvarende tjenester med brukerbetaling.

Et veldig godt eksempel på NRKs innovasjon er trafikkportalen som nå planlegges i et nært samarbeid mellom NRK, Statens Vegvesen, Ruter og Trafikanten. Vi har sett nærmere på avtalen som er inngått mellom partene, og her fremgår det at NRK skal *"promotere tjenesten på radio, fjernsyn og nrk.no når portalen er klar for lansering"*. Ambisjonene synes å være skyhøye: *"Portalen skal bli den største og mest komplette rute- og trafikk-tjenesten for nordmenn. Portalen skal bli verdensledende på enkeltområder innen funksjonalitet, dataomfang og andre typer tjenester"*, heter det innledningsvis i avtalen.

Kulturdepartementet bør stille seg følgende spørsmål; Er det noen norske medieaktører som

kan konkurrere om en tilsvarende tjeneste som dette – tilbudt gratis til det norske folk og finansiert med statsstøtte? Det samme kan sies om en tjeneste som yr.no. Det er nytteløst for TV 2 å utvikle brukerbetalte værtjenester på nye digitale medieplattformer så lenge NRK har Yr som gratistilbud og –applikasjon og bruker hele NRK slagkraft til å markedsføre tjenesten. TV 2s nye skolesatsing (TV 2 Skole) er basert på å selge abonnementsløsninger til skolene/kommunene. NRK utvikler også et omfattende digitalt tilbud for skolene – som et gratistilbud. Er det naturlig at statsfinansierte NRK utvikler landets største planteguide på nett? Hvordan skal TV 2 og andre norske mediehus kunne utvikle abonnementsløsninger på nye nettbrett når NRK lager gratis nettavis og gratis on demand-tilbud med et innhold som ingen andre i Norge kan være i nærheten av? Vi viser her til at NRK i sin årsmelding for 2009 opplyste at det på NRKs nett-tv ligger 100 000 klipp og enkeltepisoder.

Nylig ble det kjent at NRK driver med såkalt medietrening og krisehåndtering for eksterne oppdragsgivere ved NRKs Nynorsk mediesenter i Førde. Denne kursvirksomheten er noe som vanligvis konsulentselskaper i PR-bransjen tilbyr. At NRK har slått seg inn på dette markedet også, er en god illustrasjon på at NRK har mistet synet når det gjelder å vurdere hva som er NRKs oppgaver og hva som definitivt ikke er det. Det vises for øvrig her til at NRKs kommunikasjonssjef Sigurd Sandvin overfor Dagens Næringsliv bekreftet at denne virksomheten er klarert ”i flere runder” internt i NRK.

Hvis ikke NRK får mye tydeligere grenser for hva som hører inn under det lisensfinansierte allmennkringkasteroppdraget, og hva som ikke gjør det, blir konsekvensen at innovasjonstakten i den øvrige mediebransjen settes kraftig tilbake. Det er det norske mediemangfoldet som her trues. En undergraving av mediemangfoldet er helt i strid med de politiske mål for NRKs virksomhet.

TV 2 mener selvsagt ikke at myndighetene skal kneble en naturlig utvikling i NRK i en tid der hele mediebransjen er i stor endring. Men nettopp fordi de konkurransemessige konsekvensene er så store, må NRKs virksomhet vurderes ut fra et mye bredere skjønn enn hva Medietilsynet gjør i sin tilnærming. TV 2 mener det er helt nødvendig at departementet ber Konkurransetilsynet om å gjøre en vurdering av disse spørsmålene. Vi registrerer også at Medietilsynet presiserer *”at det går en grense for hvor langt Internett-tjenester med tilknytning til radio- og fjernsynsprogrammer kan videreutvikles til mer selvstendige tjenester, og likevel sies å falle inn under allmennkringkasteroppdraget.”*

Det pågår en debatt i flere europeiske land om rammene for allmennkringkasting. Debatten preges av det samme som vi finner bekymringsfullt i Norge, nemlig uklare grenser for hva en lisesfinansiert kringkaster skal være – og ikke være – i fremtiden og på fremtidige medieplattformer.

Det er forståelig at norske myndigheter stiller store krav til NRK og NRKs tjenestetilbud. Myndighetene er selvsagt opptatt av at NRK skal levere resultater som rettfærdiggjør finansieringen med lisensinntekter. Vi forstår også at myndighetene er opptatt av at NRK skal henge med i medieutviklingen – og derfor har åpnet opp for at NRK skal kunne utvikle seg også på nye plattformer. Men vi er redd for at Regjeringen og Stortinget ikke i tilstrekkelig grad vurderte konsekvensene for den øvrige mediebransjen da man utvidet mandatet til NRK. De konsekvensene må utredes nærmere i forlengelsen av Medietilsynets arbeid.

TV 2 mener det er helt vesentlig at man i en diskusjon om hvordan NRKs allmennkringkasteroppdrag skal avgrenses i praksis og i detalj, også ser på nivået på statsstøtten. Med NRKs omfattende tilbud på radio, tv, nett og mobil, godt dokumentert i Medietilsynets gjennomgang, er det lett å forstå at noen stiller spørsmål ved om NRK er

overfinansiert. TV 2 mener det spørsmålet i alle fall ikke må avfeies. Ambisjonsnivået i NRKs satsing på nett tyder ikke på at NRK har trange økonomiske rammer, i alle fall. NRK har heller ikke vært berørt av den lavkonjunkturen som resten av mediebransjen har vært gjennom de siste årene, som har gitt seg utslag i en rekke omfattende kostnadskutt og nedbemanninger i alle de store mediehusene i Norge.

TV 2 mener videre at Medietilsynets gjennomgang bør aktualisere en ny debatt om NRKs øvrige inntekter, som kommer i tillegg til lisensinntektene på ca 4,4 milliarder kroner. NRK tok en klok beslutning da man fjernet nettannonseringen. Men NRK tviholder samtidig på retten til å selge sponsorplakater til sports- og kulturprogram. Det er i dagens konkurransesituasjon helt uforståelig at NRK gis adgang til å gjøre dette. Disse sponsorinntektene kommer jo fra det samme reklamebudsjettet som den selvfinansierende delen av mediebransjen skal leve av.

Nordmenns medievaner er i stor endring. Hele kringkastingsområdet er allerede digitalisert med en rekke nye kanal- og innholdstilbud. Nå er det papiravisene som skal digitaliseres for nye plattformer (iPad/nettbrett). Når de nye medietilbudene nærmer seg hverandre både i form og innhold– slik de vil gjøre på de nye plattformene – vil det bli økt konkurranse mellom aktørene. Det ønsker vi velkommen. Men hvis forutsetningen er at vi skal konkurrere med en statsfinansiert aktør som gir bort innhold vi andre er nødt til å ta oss betalt for, er det lett å spå hva som vil skje. Da vil det skje en sterk konkurransevridding i favør av NRK.

I et land på Norges størrelse er marginene innenfor mediene små og kundegrunnlaget lite. NRKs konkurrenter vil derfor være langt mer sårbare enn tilsvarende selskaper i større markeder. Men kostnaden ved selve produksjonen av høykvalitets tv-innhold er ofte like høy i Norge som i mye større markeder. Det gjør at de private aktørene må ta høyere risiko i Norge. Derfor må statsstøttet virksomhet underlegges en ekstra nøye vurdering.

Det er vanskelig i en slik høring å gå inn på hvert enkelt område eller hver enkelt tjeneste som omtales i rapporten. Oppsummert vil vi derfor fremholde at allmennkringkasterbegrepet, slik det tolkes av Medietilsynet, er langt videre enn tjenelig avgrensning skulle tilsi. Vi merker oss at Medietilsynet gjennomgående bruker ”kan inngå” i NRKs allmennkringkasteroppdrag. Spørsmålet blir nå om NRK må reguleres både tydeligere og snevrere.

Med vennlig hilsen

Rune Indrøy  
Komm.dir.  
TV 2 Gruppen AS