



Det Kongelige Kulturdepartement  
OSLO

Oslo 25.8.2014

## Høring om NRK-plakaten

Vi viser til høringsnotat om NRK-plakaten.

P4 er Norges største, kommersielle radiokanal på FM. P4-gruppen opererer dessuten flere kanaler på dab-nettet, vi har lokalradiokonsesjoner på FM og vi har et titalls nettkanaler. I sum representerer vi følgelig det største radiomiljøet utenfor NRK Radio. I det følgende vil vi peke på noen av områdene vi mener departementet bør sette søkelyset når man skal legge rammene for NRKs radiovirksomhet.

### P4 mener:

- **NRK Radio må gis konkrete, kvantitative innholdskrav.**
- **NRK Radio må ikke opptre i et kommersielt landskap, og NRK bør nektes å hente inntekter fra det markedet de kommersielle aktørene konkurrerer om.**
- **NRK Radios mandat bør ta mål av seg å sikre et mediemangfold, ved at man gir NRK i hovedoppdrag å være et supplement til de kommersielle radioaktørene. Det betyr at NRK må avgrenses i forhold til å kunne lage produkter/innhold/kanaler som har bærekraft i de kommersielle radiomarkedet.**

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



## Innledning

Kulturdepartementet skal legge fram en stortingsmelding om NRKs mandat, finansiering og om grenseflaten opp mot de kommersielle aktørene. Vi vil naturlig nok være mest opptatt av sistnevnte, men for å belyse dette må man stille et grunnleggende spørsmål:

### ***Hvorfor skal landet ha en statsfinansiert radio?***

For det er ikke åpenbart at Staten skal ha rollen som publisist. Det er ikke nødvendigvis en bra mangfolds – og ytringsfrihetstanke.

På innholdssiden er det slik at mange typiske allmennkringkastingsoppdrag på radio like gjerne kan løses av de kommersielle aktørene. Det handler i grunnen kun om å ville gå inn med målrettede midler, slik man gjør på andre kulturfelt. P4 har helt siden oppstarten i 1993 vært en allmennkringkaster.

P4 er f.eks rede til å lage en reklamefri 24-timers nyhetskanal – om vi fikk lisensmidler til dette.

I 2013 spilte P4 mer norsk musikk enn P1, og den musikken de to kanalene spilte var i 80% av tilfellene helt lik. Det er et stort tankekors i en kulturpolitisk kontekst – og om hva NRK Radio skal være – og ikke være.

NRK P1 har de siste årene innrettet seg mer og mer kommersielt, i den betydning at de i sitt programtilbud ligner mer og mer på det innholdsproduktet som tilbys av andre radioaktører. NRK har f.eks lansert radiokanalen Mp3, i direkte konkurranse med de kommersielle radioaktørene. Dette er et prinsipielt og reelt problem for utviklingen av det totale radiomarkedet. En ny kringkastingspolitikk bør etter P4s syn fange opp – og gjøre noe med dette.

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



P4 er grunnleggende positive til allmennkringkasteren NRK – utfra følgende forutsetning:

- I. NRK skal spille sammen med de kommersielle kringkasterne; samspill – ikke mot-spill.***
- II. NRK skal komplettere det samlede kringkastingstilbudet. Med det mener vi at NRK Radio bør holde seg unna det de kommersielle aktørene selv klarer å løse i mediemiksen. Og først og fremst Konsentrere seg om det som ikke kan tilbys med kommersiell finansiering.***

Som hovedkonkurrent til NRK vil vi likevel understreke at NRK er en god samarbeidspartner for P4 på mediets viktigste skifte i moderne tid; overgangen fra FM-distribusjon til Dab+. Digitaliseringen av radio er et avgjørende grep for å sikre radioens eksistens i et moderne mediebilde. Her står vi sammen med NRK. Digitaliseringen er også et godt eksempel på at aktørerne og myndigheter sammen har skapt en balanse mellom kommersielle ønsker og NRKs behov for radiodistribusjon. Det er prisverdig. I dette arbeidet er P4 svært fornøyd med samspillet og samarbeidet med NRK.

## **Finansiering**

Den som får lisens, må nødvendigvis ha en annen rolle å spille enn den som lever av kommersielle inntekter. Det sier seg selv. I P4 har vi ingen sterk mening om hvordan NRK finansieres; så lenge NRK ikke henter inntekter fra det markedet de kommersielle radioaktørene kjemper om. Dette gjelder både sponsor- og reklameinntekter, brukerfinansierte inntekter, tilleggsprodukter osv.

I NRK-plakaten/vedtektene heter det at NRK hovedsaklig skal finansieres ved kringkastingsavgift (pkt 16 e).

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



Men når det gjelder det å operere i det kommersielle markedet, er NRK-plakaten selvmotsigende (pkt 16 d), ved at det åpnes for å drive slik kommersiell aktivitet dersom det er regnskapsmessig og driftsmessig skille. For oss som opererer i det kommersielle markedet, er det selvsagt helt uvesentlig hvordan NRK organiserer og bokfører sine inntekter, så lenge de faktisk opptrer på den kommersielle arenaen. Der skal, etter vårt syn, en lisensfinansiert kringkaster ikke operere. Dette må formuleringene i vedtektene understøtte.

NRK P1 har de siste årene tatt en betydelig innholdsmessig dreining mot et kommersielt sett mer attraktivt produkt, med mer formatert musikkprofil; såkalt flytradio, eller lange sendeflater med mindre spesialisert/nisjeorientert innhold; og kortere nyhetsinnslag som i mindre grad bryter flyten i sendingene. Målet synes å være det samme som styrer programmeringen i kommersielle kanaler; at færrest mulig lyttere skal støte på innhold de er så lite interressert i at de velger å bytte kanal. Vi vil advare mot å innrette NRK P1 enda mer kommersielt i sin programmering, og heller søke å innrette produktet på å løse allmennkringkastingsoppdrag som de kommersielle i dag ikke løser. Dette gjelder også etablering av nye kommersielt-lignende kanaler, som vi behandler senere.

Lisensen og dens legitimitet er under betydelig press, men det må ikke bli slik at NRK skal bruke lytter- og seeropplutning som argument og parameter for å forsvare lisensens legitimitet. Da spiller man utelukkende på de kommersielles banehalvdel. Det er snarere slik at forutsetningen for at det skal være legitimt å ha lisensfinansiert kringkasting er at man i stor grad også publiserer innhold som har begrenset opplutning. Innhold som gir stor opplutning vil det alltid være mulig å få finansiert med andre midler. Lytteropplutning er derfor ikke et godt mål på om NRK løser sitt oppdrag og har sin berettigelse.

### **NRK-plakatens form og innhold / mandat**

Vi tar det for gitt at departementet legger til grunn at NRK – selv med et definert mandat – må være underlagt de samme prinsippene for frihet og uavhengighet som alle andre journalistiske virksomheter som drives etter redaktørinstituttet og etter prinsippet om redaksjonell uavhengighet. Dette framgår også i dagen plakat (§12 d).

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



Når man likevel skal og bør nedfelle noen konkrete føringer, mener P4 at det går an å være nokså detaljert på de forventninger som gjelder de mest sentrale innholdsleveransene på radio. Oppdraget kan og må defineres. I dag omhandles dette i NRK-plakatens § 14, men uten særlig målbare krav.

Man har vært svært tilbakeholdne med å detaljregulere hva NRK skal publisere – mye av frykt for å drive statlig innblanding i statskringkasterens redaksjonelle frihet og integritet. Dette er i utgangs-punktet forståelig – særlig med tanke på at NRK tidligere var eneste tilbyder av sendinger både på radio og TV. Tidene har imidlertid endret seg – det er nå mange tilbydere av innhold både på radio, TV og internett, og det er mindre grunn til å frykte ensretting dersom man velger å detaljregulere krav til NRKs innholdstilbud. Snarere tvert i mot vil en slik detaljregulering nå føre til større mangfold fordi det kan bidra til å sikre at NRK i størst mulig grad retter seg inn mot innhold som andre kringkasterne ikke kan eller vil tilby.

Det er også et paradoks at myndigheten i 20 år har brukt svært detaljerte innholdskrav og «målebånd» for å holde P4 og andre kommersielle aktører i ørene – med den hensikt å sikre vår leveranse av allmennkringkasting. Vi har i tillegg måttet betale en høy konsesjonsavgift. Hver av de store, kommersielle aktørene har som motytelse fått ca 10% av tilgjengelig FM-spektrum. Mens man ikke har funnet det fornuftig å detaljregulere NRK. Som sågar har disponert noe sånt som 70% av tilgjengelig spektrum på FM - og samtidig er blitt tilført betydelige lisensmidler.

Nå, når det ikke lenger er begrensninger på tilgang av distribusjonskapasitet og det følgelig ikke er noen god grunn til på noen måte å sette krav til hva de kommersielle aktørene skal tilby, er det desto større grunn til å bruke tilgang på lisensfinansiering som begrunnelse for å regulere innholdskrav overfor NRK. Den eneste fornuftige begrunnelsen for å ha lisensfinansiering av en statlig kringkaster må jo nettopp være at dette sikrer tilgang på ulike typer innhold som myndighetene ønsker å promotere av kulturpolitiske og andre samfunnsmessige grunner. Og skal man kunne forsvare å ha en slik omfattende lisensfinansiering som man tross alt har, må man stille så klare og detaljerte krav til innholdet at man sikrer at disse kulturpolitiske og andre typer målsettinger nås.

NRK Radio bør etter vårt syn pålegges tydelige, kvantitative og målbare innholdskrav, i samsvar med felleskapets og Stortingets kulturpolitiske målsettinger. Vårt råd til departementet er at man i dette arbeidet ser nærmere på hvordan de ulike krav til innholdsleveranse er definert i allmennkringkastingsoppdraget som Radio Norge og P4 har hatt fram til 2014.

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



Allmennkringkastingen må gjenspeiles i hver enkelt kanal. Poenget må være at NRK-plakaten skal oppfylles i alle kanaler, og uansett i de tre hovedkanalene. Det er meningsløst om alle allmennkringkastingsforpliktelsene blir liggende i én kanal, mens man kan fortsette å bygge ut et NRK P1 i en slik retning som Radio Norge og P4 opererer i, og samtidig lage sterke, nisjekanaler i kommersielt sett attraktive formater (f.eks mp3).

***P4 har noen konkrete forslag til hva som kan nedfelles som NRK Radios mandat på sentrale innholdselementer etter §14, gjeldende for de sentrale kanalene:***

- ✓ Krav om en norskandel på 50% av den musikk som spilles på hver av de mest sentrale kanalene, med overvekt av norskspråklig musikk. Leveranse av musikkkravene skal være jevnt fordelt over alle sendeflater.
- ✓ Kvantitative krav om bredde i musikktilbudet, inkl smale musikkgenrer og musikk laget spesielt for barn.
- ✓ Krav om en prosentandel verbal-andel i de sentrale kanalens primetime (65%-80%).
- ✓ Krav om antall nyhetssendinger gjennom dagen – samt lengre nyhets/aktualitetsmagasiner.
- ✓ Overordnet, kvantitative krav for den største kanalen - NRK P1 - på innholdsområdene nyheter/aktualitet, kultur, barn/unge, samisk, livssyn, flerkulturelt, eldre, vitenskap/teknologi, forbukerstoff og sport. På dette området har de kommersielle aktørene vært regulert ned på antall innslag om alt fra bildende kunst og klassisk litteratur til andelen av utenrikssaker i nyhetene og antall og lengde på nyhetssendinger gjennom dagen. Det er ingen grunn til å være tilbakeholdne med å stille lignende krav til en lisensdrevet aktør.

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



### **Forslag som definerer NRK radios industrielle posisjon:**

- ✓ NRK skal ikke lansere nye radiokanaler i det tilfeller behovet allerede er dekket av de kommersielle aktørene, eller i de tilfeller der behovet for slike kanaler kan dekkes av andre.
- ✓ Før en godkjenning av evt nye kanaler gis, skal NRK sannsynliggjøre at de nye kanalene ikke har negativ innvirkning på konkurransebildet mot de kommersielle aktørene. P13 er et godt eksempel på en riktig bruk av lisensmidler for å komplettere det totale radiotilbudet med et produkt som de kommersielle aktørene neppe vil kunne tilby. MP3 er derimot et dårlig eksempel på NRKs bruk – eller misbruk – av posisjon overfor de kommersielle aktørene. NRK går så langt som å ha «mP3 – Alltid musikk, aldri reklame» som sitt hovedslagord for mP3 og går dermed rett i strupen på de kommersielle kanalene ved å reklamere for at man i likhet med disse tilbyr mye musikk, men kan med lisensmidler gjøre det uten reklame. Slagordet brukes som egenpromo på lufta og som automatisk pay-off dersom du søker på mP3 på nettet. La de kommersielle få spille ut de kommersielle musikkformatene, og krev at NRK gjør noe annet.
- ✓ Det bør stilles krav til hvordan NRKs dab-kapasiteten brukes. NRK bør kun få lov til å etablere kanaler som de kommersielle ikke dekker i sitt utbud.
- ✓ Tilgjengeligjør NRKs arkivmateriale - kostnadsfritt - for alle.
- ✓ Begrens adgangen til å lage kommersielle tilleggstjenester, eller tjenester som de kommersielle kan utvikle og utnytte. Trafkkflyt.no er et produkt P4 har bremset utviklingen av i flere år, i frykt for at NRK skulle lansere dit.no – som vi ikke kunne ha konkurrert med. Yr.no er selvsagt et annet eksempel.
- ✓ Si nei til aktiviteter som er direkte eller indirekte reklame: 2 eksempler: 1) Norsk Tipping kan fremme sine spill i beste sendetid; radio og TV. Dette er en reklame-aktivitet som er av landets største – og noe som umulig kan være en naturlig del av allmennkringkastingsoppdraget Når Norsk Tipping på denne måten får reklamere gratis på NRK, flyttes betydelige reklamemidler vekk fra markedet. 2) Økt kommersialiseringen rundt samarbeidet om VG-lista.

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13



- ✓ Begrense NRK Radios anledning til krysspromotering av radioprproduktet på NRK TV. NRK Radio har i sin promotering av egne kanaler tilgang på Norges kraftigste promo-vindu: NRK TV. Det utgjør en stor forskjell for de kommersielle, som må kjøpe tilsvarende reklame på det kommersielle markedet. Er det fair konkurranse at NRK radio får gratisreklame for millioner av kroner på statsfinansiert TV, mens Radio Norge og P4 må kjøpe slik plass i kommersielle, og langt mindre kraftfulle, medier enn NRK TV?

**Trygve Rønningen**  
**adm.dir/sjefredaktør,**  
**P4 Radio Hele Norge as**

**P4 Radio Hele Norge AS**  
P.B. P4  
2626 Lillehammer

**Lillehammer**  
Besøksadresse:  
Storgata 129

**Oslo**  
Besøksadresse:  
Akersgata 73

**Tromsø**  
Besøksadresse:  
Sjøgata 2

**Bergen**  
Besøksadresse:  
Kløverhuset  
Strandgaten 13