



Kultur- og likestillingsdepartementet

Kun pr. epost: postmottak@kud.dep.no

Oslo, 12. desember 2022

Innspill til gjennomføring av endringsdirektivet til AMT direktivet

Vi viser Kulturdepartementet brev av 16. september 2022 til høring av gjennomføring av endringsdirektivet til AMT-direktivet mv.

På vegne av Bauer Media AS takker vi for muligheten til å gi innspill, og gir i dette brevet våre innspill til høringsnotatet og vil gjerne knytte merknader til de punktene som berører radio (kapittel 4.4 og 10.2).

1. OM BAUER MEDIA

Bauer Media AS driver de riksdekkende reklamefinansierte radiokanalene Radio Norge (tidligere Kanal24), Radio Rock, Radio Topp 40, Radio Vinyl, Radio Norsk Pop, P24-7 MIX, P24-7 KOS og KISS. Alle kanalene er tilgjengelig nasjonalt på DAB. I tillegg produseres det over 20 radiokanaler som distribueres via strømming (IP) og i skrivende stund over 40 podkaster. Bauer Media har totalt rundt 2 millioner ukentlige lyttere i Norge, hvor ca. 1,7 millioner er på DAB.

Bauer Media AS er en direkte videreføring av Radio 1 Norge AS, som ble stiftet 16. oktober 1990, og Kanal24 AS som ble stiftet av norske regionalaviser for å søke landsdekkende konsesjon i 2002. Selskapet har senere skiftet navn – først til SBS Radio Norge AS og senere til Bauer Media AS.

2. INNSPILL

Kapittel 4.4 Sponsing

Bauer Media er av den oppfatning at alle typer kringkasting må omfattes av lovens definisjon av sponsing.

Kapittel 10.2 Fellesregler for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester

Riksdekkende kommersiell radio har ingen former for offentlige direkte- eller indirekte tilskudd og er helt avhengig av reklame og sponsorater til sin drift. Bauer Media mener det er viktig at departementet er kjent med at kommersiell radio har spesielle behov og ikke må rammes av strengere regelverk enn andre medier. Vi ber om at det blir opp til kringkaster sin styringsrett å angi hvor mye tid pr time som brukes på identifisering av sponsor. Dette er et forhold som vil regulere seg selv ettersom de kommersielle radiokanalene er avhengig av at lytteren ikke skur av eller skrifter kanal.

Subsidiært at grensen settes til 90 sekunder pr time samlet sett for samtlige sponsoratet i en klokke time.

Vi håper at disse innspillene tas med av departementet i sitt videre arbeid, og at det kan medføre en mer jevn konkurranse situasjon for annonsebaserte medier.

For BAUER MEDIA AS
Med vennlig hilsen

Jim Receveur
Administrerende direktør