

Kulturdepartementet
Medieavdelingen
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no

Dato:
Oslo, 30. august 2019

Rapport fra Oslo Economics - merknader fra Nordic Entertainment Group

Nordic Entertainment Group ("NENT Group") viser til Kulturdepartementets pressemelding av 14. august 2019 vedrørende rapport fra Oslo Economics om konsekvenser av forbud mot videreformidling av utenlandsk pengespillreklame, og ønsker med dette å komme med enkelte merknader til rapporten. Oppsummeringsvis mener NENT Group at:

- Konsekvensutredningen ble satt i gang alt for sent med for korte frister
- Utredningen viser, som høringsrunden, at berørte aktører deler NENT Groups bekymringer for de betydelige negative effektene av forslaget
- Rapportens konklusjoner reflekterer ikke markedets kompleksitet og undervurderer de negative konsekvensene av forslaget

NENT Group mener det er uheldig at departementet først langt ut i prosessen har valgt å gjennomføre en delvis konsekvensutredning av lovforslaget, til tross for at både berørte kringkastere og produksjonsmiljøene har etterlyst en slik utredning siden forslaget først ble luftet av daværende statsråd Helleland i desember 2017. Resultatet av dette er både at høringsnotatet fra departementet inneholdt en svært mangelfull vurdering av mulige konsekvenser av forslaget, og at den utredningen som nå er bestilt og gjennomført foregikk under tidsfrister som var så knappe at det etter NENT Groups vurdering grenser til det uforsvarlige.

NENT Group har merket seg at flertallet av høringsvar og intervjuede aktører synes å støtte NENT Groups syn om at lovforslaget vil ramme økonomien til de kommersielle kringkastene uten statsstøtte hardt, og at dette igjen vil ha betydelige negative virkninger for kringkasternes investeringer i norsk innhold. Dette er også i noen grad reflektert i rapportens vurderinger.

Rapporten som er levert departementet lider ut over dette dessverre under den korte fristen Oslo Economics fikk til å gjennomføre utredningen, som åpenbart har begrenset muligheten til å analysere markeder og problemstillinger i detalj. «Dybdeintervjuene» som nevnes blant de sentrale informasjonsgrunnlagene i arbeidet med rapporten besto for eksempel for NENT Groups vedkommende av et enkeltstående gruppeintervju på under to timer, med noen få oppfølgingsspørsmål på e-post i etterkant. Det sier seg selv at informasjonsinnhenting på dette nivået gir svakt grunnlag for detaljerte analyser av komplekse markeder.

De nærmere vurderingene i rapporten fremstår etter NENTs syn i stor grad som generelle skrivebordsøvelser, og er derfor vanskelige å forholde seg til som realistiske beskrivelser av

fremtidig markedsutvikling. Rapporten synes for eksempel langt på vei å se bort fra, eller i alle fall undervurdere betydningen av, at en kommersiell kringkaster vil møte krav om å umiddelbart kompensere eventuelle bortfall av inntekter med tilsvarende besparelser. Analysene rundt prisfastsettelsen i markedet virker på samme måte mest som lærebokeksempler, med forutsetninger om for eksempel tilgangen på alternative annonsører i TV-markedet som NENT Group mener samsvarer dårlig med reelle markedsforhold. Tilsvarende mener NENT Group at rapportens antagelse om at reduserte investeringer i norsk innhold fra de kommersielle kringkasterne paradoksalt nok skulle kunne lede til økte vederlag fra distributørene fremstår som ren spekulasjon, og kan tyde på manglende innsikt i hvordan markedet og forholdet mellom kringkaster- og distributørleddene fungerer i praksis. Disse og andre forhold ved rapporten leder til at den etter NENT Groups syn vesentlig undervurderer de potensielle konsekvensene av lovforslaget.

Rapporten følger, selv i sine konservative anslag, likevel som nevnt i noen grad de berørte markedsaktørenes syn om at forslaget vil ha betydelige negative konsekvenser både for de kommersielle kringkasternes økonomi og for investeringer i norsk innhold. NENT Group mener derfor det igjen er grunn til å spørre om lovforslaget er riktig svar på de problemstillinger knyttet til spillavhengighet og problemspilling som departementet har identifisert i høringsnotatet. Til tross for gjentatte oppfordringer til dette fra både NENT Group og andre aktører, synes det fortsatt ikke å ha vært gjort noe forsøk på å utrede hvilke virkninger lovforslaget vil få på dette området i praksis. NENT Group understreker i denne forbindelse at lovforslaget primært vil påvirke reklame sendt på lineær TV, og at det må antas at markedsføringen fra utenlandske pengespillaktører vil kanaliseres til internett snarere enn å reduseres i omfang totalt sett.

Erfaringer fra for eksempel Sverige tyder på at andre og mindre restriktive tilnærminger, som en lisensordning, kan gi bedre resultater i kampen mot spillavhengighet enn forsøk på å «stenge grensene» for visse typer reklame for tjenester som etter sin art er grenseoverskridende.¹ NENT Group mener også at selvreguleringsmodellen NENT Group har lagt frem sammen med Discovery Networks Norway vil adressere problemstillingene som tas opp i høringsnotatet på en mindre inngripende måte enn lovforslaget.

Det vises ellers til høringsvaret av 15. juni for NENT Groups kommentarer til selve lovforslaget. NENT Group stiller seg naturligvis fortsatt til disposisjon dersom departementet har spørsmål eller behov for ytterligere informasjon.

Med vennlig hilsen
Nordic Entertainment Group Norway AS

Hallvard Oftebro
Juridisk direktør

¹ Dette synet deles både av svenske myndigheter og det tidligere svenske spillmonopolet Svenska Spel, jf. reportasje i VG 28. august 2019 (<https://www.vg.no/sport/i/RRqQ62/svensk-spillmonopol-opphevet-mener-problemspillerne-beskyttes-bedre>)