

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep.
0030 Oslo

3. september 2014

Høring – innspill til NRK-plakaten

Vi viser til brev fra Kulturdepartementet med tilhørende høringsbrev datert 6. juni 2014.

1 Innledning

I forbindelse med regjeringens beslutning om å legge frem en stortingsmelding om NRK, ønsker departementet innspill på om plakaten i sin nåværende form er et fornuftig styringsverktøy for NRK, og om innholdet i dagens plakat bør revideres.

Som kommersiell TV-aktør, uten nyheter og allmenkringkasterforpliktelser, er vi grunnleggende positive til NRK og rollen mediehuset har i det norske samfunnet. NRK understøtter og styrker demokratiet, og oppfyller sosiale og kulturelle behov i befolkningen, slik NRK-plakaten i dag påpeker at mediehuset skal gjøre. Vi mener imidlertid det både er riktig og viktig med en revisjon av NRK-plakaten i lys av den senere tids utvikling i mediemarkedet.

Vi oppfatter at det er tverrpolitisk enighet om at en av NRKs hovedfunksjoner skal være å bidra til å sikre mediemangfold i Norge, ved å dekke behov de kommersielle aktørene ikke tilbyr. Vi mener NRK-plakaten i sterkere grad bør ivareta dette prinsippet. NRK påtar seg i dag oppgaver som går inn i selve forretningsgrunnlaget for reklamefinansierte medier. NRK fremstår ofte som konkurrent av de kommersielle aktørene, som derfor i mindre grad blir et supplement til NRKs virksomhet.

Med dette som utgangspunkt vil vi argumentere for fire viktige og prinsipielle endringer i plakatens innhold.

- NRK bør ikke ha tilgang til kommersielle inntekter.
- NRK bør avstå fra å konkurrere i det kommersielle markedet.
- NRKs arkivmateriale bør tilgjengeliggjøres gratis til både sluttbrukere og andre medier
- NRKs virksomhet bør begrenses til formidling av lyd og bilder

Vi vil i det følgende kommentere de ulike temaene departementet har bedt om innspill til, i tillegg til å kommentere enkelte øvrige aspekter ved dagens NRK-plakat.

2 NRK-plakatens form

Vi mener NRK-plakaten i sin nåværende form ikke er tilstrekkelig egnet til å forankre statens krav og forventninger til NRK som allmennkringkaster. Betegnelsen er uheldig og kan gi et misvisende inntrykk av å være uforpliktende retningslinjer snarere enn pålagte forpliktelser. Vi mener NRKs forpliktelser bør forankres i lov og foreslår at de inntas som en forskrift til kringkastingsloven.

3 NRK-plakatens innhold

1. NRKs innholdstilbud

NRK står overfor vesentlige utfordringer, spesielt knyttet til TV-virksomheten, ettersom det er i ferd med å oppstå en generasjonskløft mellom seerne på kommersielle TV-kanaler og NRKs seere. Omlag 70 prosent av seerne på NRKs kanaler er i dag over 50 år. Til sammenligning utgjør disse bare 28 prosent av SBS Discoverys seere. (SBS Discovery består av kanalene TVNorge, FEM, MAX, VOX, TLC og Discovery Channel.) Tilsvarende tall for TV 2 Gruppens kanaler er 53 prosent.

Nyhets- og aktualitetsprogrammene på NRK sliter med å tiltrekke seg unge seere. 78 prosent av Dagsrevyens seere er 50 år eller eldre. For debatt er tallet 82 prosent.

I NRK-plakaten heter det at «NRK skal bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser».

For å rette opp den skjeve alderssammensetningen tilbyr NRK blant annet reality-serier, talentkonkurranser, serier og filmer rettet mot et ungt publikum. Ofte med innhold som dekkes like godt av de kommersielle TV-husene. Utfordringen for NRK er imidlertid å nå yngre seergrupper med innhold som ligger innenfor NRKs samfunnsoppgave.

Vi ønsker ikke å gripe inn i NRKs redaksjonelle uavhengighet. Men vi oppfatter at det er tverrpolitisk enighet om at NRK skal bidra til å sikre mediemangfoldet, og at dagens NRK-plakat ikke ivaretar dette prinsippet i sterk nok grad. NRK påtar seg i dag oppgaver som reklamefinansierte medier kan tilby, og NRK fremstår dermed som konkurrent til de kommersielle aktørene. På denne måten begrenses mediemangfoldet.

Vi tar ikke til orde for at NRK må bli smalere. Et godt allmennkringkastertilbud er riktignok viktigere enn antall seere, men det er ingenting i veien for at et slik tilbud treffer bredt. Målet må være å gi seerne innhold de kommersielle aktørene ikke kan tilby og som bygger på allmennkringkasteroppdraget. NRK bør tilstrebe å være leverandør av norsk kultur, innovasjon og kvalitet i bred forstand.

Samme problemstilling aktualiseres i forbindelse med NRKs lansering av nye DAB-radiokanaler. På radioområdet har NRK en dominerende posisjon. NRK har med andre ord en sterkere stilling innen radiomarkedet enn TV-markedet. NRK bør derfor avstå fra å etablere radiokanaler i sjangere som like gjerne kan etableres av kommersielle aktører. Dette gjelder i første rekke rene musikkformaterte radiokanaler med bred appell.

I rettighetsmarkedet for sportssendinger er konkurransen stor mellom de private aktørene, og det er ikke i seernes interesse at prisene drives oppover med lisensmidler.

TV 2s sendinger under OL i Sotsji viser at en kommersiell aktør kan dekke store idrettsbegivenheter vel så godt som NRK – uten at slike kostbare begivenheter belastes lisensbetalerne.

På bakgrunn av dette mener vi at overskriften til NRK-plakatens § 15 bør endres til:

«NRK skal etterstrebe høy kvalitet, nyskaping og bidra til å sikre et norsk mediemangfold»

og at § 15 c endres til

«NRK skal etterstrebe å sikre et mangfold i det norske mediemarkedet og tilføye sitt tilbud et klart element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet»

§ 14 j i plakaten bør endres til:

«NRK skal ha sportssendinger som dekker både bredden i norske idrettsliv, herunder funksjonshemmedes idrettsutøvelse, og store idrettsbegivenheter. NRK skal unngå en prisdrivende rolle i rettighetsmarkedet.»

2. NRKs kommersielle inntekter

NRK bør være en ikke-kommersiell allmennkringkaster. Med dette mener vi at NRK uten forbehold *ikke* skal ha adgang til kommersielle inntekter.

Dagens NRK-plakat har flere unntak som undergraver dette prinsippet, som er nedfelt i plakaten i § 16, herunder punktene § 16 c, d og e, samt § 14 h og § 17 c. NRK finansieres gjennom lisensbetaling, en avgift betalt av folket og som beløper seg til over fem milliarder kroner årlig. Til sammenligning kan det opplyses at det kommersielle TV- og radiomarkedet utgjør ca. fire milliarder kroner årlig. Det er dette markedet som i hovedsak finansierer TV 2, MTG og SBS Discovery.

Likevel er dagens situasjon at NRKs inntektsmodell suppleres med økonomiske midler fra det samme reklamemarkedet som de kommersielle kanalene opererer i. Dette har konkurransevridende effekter, så vel som at det reduserer inntektsgrunnlaget for de private aktørene – og derigjennom det kommersielle tilbudet til seerne. Vi kan ikke se noe legitimt behov for NRK til å delta i reklamemarkedet, som utgjør eksistensgrunnlaget for kommersielle kanaler. I Norge er vi få aktører. At en ikke-kommersiell aktør, hovedsakelig finansiert av lisensbetalernes penger, også kjemper om annonsemidler, er uheldig.

NRKs eksisterende utbud av sponsorreklame under idrettsarrangementer og liknende forringer dessuten verdien av slike annonseprodukter for resten av markedet. Dette ved at sponing av attraktive begivenheter tilbys til lav pris. NRK hevder at dette er små inntekter for selskapet. Men markedsverdien på denne sponsorreklamen er etter vår oppfatning høyere enn NRKs prising. Det er med andre ord en dobbel negativ effekt ved at NRK tilbyr slike annonseprodukter.

NRK har hevdet at de gjør dette fordi tilgang til sponsorreklame ofte er et krav i forhandlinger om TV-rettigheter til internasjonale idretts- og kulturarrangementer. SBS Discovery har tatt del i flere slike forhandlinger. Vi stiller oss uforstående til denne påstanden. Det hender man møter krav om *fortrinnsrett* til forhandling av sponsorplakater i de tilfellene der kanalen allerede tilbyr slike produkter, men vi er ikke kjent med at dette stilles som en forutsetning for salg av slike medierettigheter. Om det skulle være et slikt krav fra en internasjonal rettighetshaver, rettferdiggjør det likevel ikke at NRK skal gå ut og selge sponsorplakater i det norske reklamemarkedet.

Prinsippet om at NRK ikke skal finansieres av kommersielle inntekter må heller ikke uthules av at NRK gis indirekte tilgang til produktplasseringsfinansiering. Produktplassering er forbeholdt de kommersielle aktørene. NRK må derfor avstå fra å inngå kontrakter om produksjoner for førstegangsvisning på NRK hvor hele eller deler av produksjonen finansieres gjennom eksterne produksjonsselskaper eller liknende, eller i form av at produksjonskostnadene blir kunstig lave. Dette kan for eksempel skje ved at opptakssted velges ut fra økonomiske motiver. Blant annet vil kommuner kunne tilby tilgang til opptakssted og annet på rimelige betingelser, med en klar forventning om at omtalen i programmet skal gi kommunen markedsføring.

Det foreslås at det inntas et nytt punkt under NRK-plakatens § 16:

«NRK skal ikke finansieres av kommersielle inntekter eller drive kommersiell virksomhet i forbindelse med sin allmennkringkastervirksomhet»

§ 16 d foreslås strøket.

§ 16 e endres til:

«NRKs allmennkringkastingstilbud skal finansieres ved kringkastingsavgift.»

3. NRKs bruk av eksterne produksjoner

Vi mener NRK har et ansvar for å bidra til utvikling av det norske TV- og produksjonsmiljøet. Derfor bør NRK i større grad benytte seg av norske uavhengige produksjonsselskaper.

Det norske produksjonsmiljøet bidrar i dag til at de kommersielle TV-kanalene står seg godt i konkurransen med internasjonale aktører som Netflix og YouTube. Det er det norske innholdet som differensierer innholdet fra slike aktører. NRK vil kunne redusere egne kostnader og frigjøre midler til mer norsk innhold ved å sette ut flere produksjoner. På den måten kan NRK også bidra til at det etableres flere norske frittstående produksjonsmiljøer.

4. NRKs innholdsarkiv

Departementet etterspør hvilke implikasjoner den videre medieutviklingen kan få for NRKs mandat og betydningen av at statskanalen møter stadig tøffere konkurranse fra internasjonale aktører som Netflix og YouTube, etc.

NRK besitter et verdifullt og omfattende innholdsarkiv. NRK har en løpende produksjon til en verdi av flere milliarder kroner som i dag gjøres tilgjengelig for alle brukere. NRK kan vederlagsfritt tilby de samme typer filmer og serier som andre kommersielle TV-kanaler og internasjonale strømme-aktører må ta betalt for å vise. NRK trenger ikke ytterligere fortinn i konkurransen mot kommersielle aktører.

Vi ser ikke behovet for at NRK skal benytte lisenspenger til å finansiere gratis utbud av de internasjonale filmer og serier hvor det allerede er betalingsvilje hos sluttbruker. Tvert imot ser vi et behov for å begrense NRKs muligheter til konkurrere om samme innhold som de kommersielle aktørene også i den digitale sfæren. NRKs on demand-innhold bør derfor begrenses til egenprodusert innhold. TV-serier bør begrenses til å være en reell catch-up-funksjon på 7 dager, slik at seerne kan se forrige episode før neste lineære sending.

5. NRKs mandat bør begrenses til å gjelde lyd og levende bilder

Dersom det er en målsetning at NRK skal supplere det kommersielle tilbudet, bør NRKs virksomhet begrenses til formidling av *lyd* og *bilder*. Et NRK som brer seg ut på nye medieflater med tekstbasert journalistikk og nyhetsformidling, skaper betydelige utfordringer for avishusene som forsøker å finne forretningsmodeller som gjør dem levedyktige på digitale flater.

Vi mener derfor at NRK ikke bør konkurrere med tekstlige baserte medier. Slik det er i dag, utgjør nrk.no en sterk konkurrent til kommersielle nyhetsaktører som vg.no, dagbladet.no og aftenposten.no, samt lokalaviser på papir og nett. Dette gir et skjevt grunnlag for den frie konkurransen, og vanskeliggjør avisenes utfordring med å tilpasse seg et nytt marked.

6. NRKs arkivmateriale

NRK besitter store mengder unikt arkivmateriale, mye av det fra en tid der NRK hadde monopol. Dette materialet er finansiert av lisenspenger og bør være allment tilgjengelig også for andre tjenestetilbydere.

Slik NRK praktiserer dette i dag, kreves det vederlag som i realiteten innebærer en betydelig begrensning for de kommersielle aktørene. NRK pålegger også tungvinte rettighetsbegrensninger som ikke reflekterer den utnyttelsen markedet etterspør.

I § 14 h i NRK-plakaten heter det at «NRK skal formidle kulturarven i Norge. Arkivene til NRK er en del av denne. NRK skal arbeide for å digitalisere og tilgjengeliggjøre disse arkivene for befolkningen. Arkivtilbudet skal i hovedsak være gratis tilgjengelig.»

Vi mener «i hovedsak» bør fjernes fra siste setning. NRKs arkivmateriale er betalt av norske borgere og bør alltid være gratis tilgjengelig både for sluttbrukere og andre medier. Dermed er det flere aktører som kan bidra til å distribuere kulturarven som NRK skal formidle. Poenget må være at tredjeparts formidling av slikt materiale skal skje på samme måte som NRK, det vil si vederlagsfritt.

Vennlig hilsen for

SBS Discovery AS



Harald Strømme