

Hørings svar fra Radio Norge og Bauer Media

– NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet – En styrket mediepolitikk for borgerne

Radio Norge og Bauer Media vil med dette benytte anledningen til å avgi høringssvar i forbindelse med NOU 2017:7.

Innledning

Det vises til mediemangfoldsutvalgets rapport, hvor radio i svært liten grad er omtalt. Vi mener det er underlig at et utvalg som skal drøfte tiltak for å sikre og bedre mediemangfoldet i Norge, ikke i større grad vektlegger et av Norges største medium. Det er derfor, slik vi ser det, sterkt behov for at departementet går grundig inn i utfordringene som radio som medium står ovenfor, slik at det norske folk fortsatt kan få tilgang på gode og varierte radiosendinger i årene som kommer. Vi vil i dette høringssvaret komme inn på ulike aspekter ved markedssituasjonen, hvilke tiltak som bør gjennomføres, og hvilke strukturer som må komme på plass for å sikre et mangfold og kvalitet i det norske radiomarkedet.

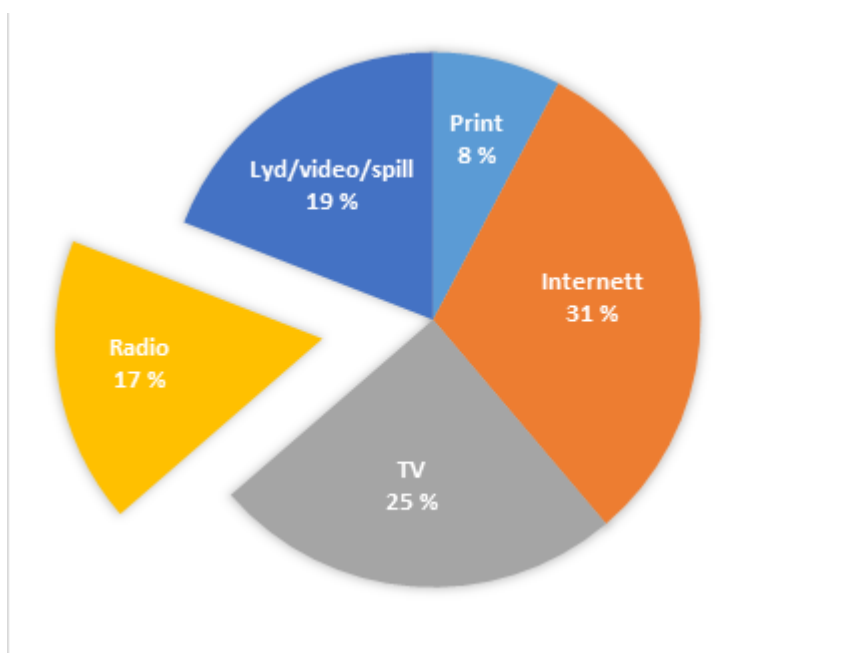
Radio som medium i Norge

Radio som medium er viktig for det norske folk, både historisk og i dag. De siste lyttertallene som er innhentet av Kantar TNS, viser at i underkant av tre millioner nordmenn lytter på radio daglig. Tallene ligger stabilt høye, og har gjort det over lang tid. Daglig lytter om lag 670.000 mennesker på Radio Norge sine kanaler. Til sammenligning har eksempelvis TV2 om lag 1,5 millioner daglige seere. Samtidig er det bestemt at kanalen skal motta om lag 135 millioner kroner i økt statsstøtte, i tillegg til den indirekte støtten det medfører at kanalen selv kan sette prisen i kabelanleggene. Videre mottar eksempelvis Klassekampen og Dagsavisen over 76 millioner i årlig pressestøtte. Opplagstall for de avisene er 19.000 for Dagsavisen og 22.000 for Klassekampen. (Tall fra 2016). I en tid hvor mediemangfoldet må styrkes, er det derfor underlig at utvalget ikke har viet større plass til radio som medium. Vi har forståelse for myndighetenes behov for prioritering av ressurser. Vi viser i denne sammenheng til utvalgets forslag om å øke støtten til ulike medier med mellom 743 og 843 millioner kroner. Det vises til at utvalget foreslår at om lag fire av de 843 millionene skal gå til å støtte en uavhengig allmennkringkaster på radio. Dette vil vi

kommentere ytterligere senere i høringsvaret, men det er etter vår oppfatning ikke samsvar mellom viktigheten av radio for det norske folk, og forslaget om å bruke om lag 0,5 % på økt støtte til en kommersiell radiokanal.

Et annet vesentlig moment er den tillitskrisen som eksisterer mellom medier og innbyggere. I en tillitsundersøkelse utført av TNS Gallup kommer det frem at kun 27 % av innbyggerne har tillit til journalister. På spørsmål om hvilke medier innbyggerne har tillit til kommer radio best ut av samtlige medier, med en tillitsandel på 44 %. Innslag som sendes på TV har til sammenligning 28 %. Dette viser viktigheten av at det legges til rette for et godt mediemangfold i radiomarkedet, også sett i lys av behovet for å øke tilliten til norske medier generelt. Dette bør reflekteres i departementets videre arbeid med å legge til rette for et godt mangfold av medier i radiomarkedet.

Radio er et sterkt brukt og foretrukket medium hos det norske folk. Vi vil i denne sammenheng påpeke den uforholdsmessigheten som finnes, knyttet til hvor mye tid folk bruker på radio, sammenlignet med hvor mye tid som brukes på andre medier som mottar sterk offentlig finansiering.



Kilde: SSB

Hvis vi går bak grafikken ser vi at det i gjennomsnitt brukes 78 minutter hver dag på radio, mens det kun er 14 minutter til papiraviser. Nok en gang viser dette at de offentlige midlene som brukes på økt mediemangfold i dag, ikke er målrettet inn mot de kanalene folk flest faktisk benytter seg mest av.

Sterk konsentrasjon av mediemakt i radiomarkedet

Radio Norge er sterk tilhenger av økt mediemangfold, også på radio. Det vises i denne sammenheng til at NRK har en markedsandel på opp mot 70 % av all radiolytting i Norge. NRK mottar for øvrig godt over fem milliarder kroner gjennom lisensfinansiering i 2017. Dersom ønske om økt mediemangfold også gjelder for radiomarkedet er det grunn til å påpeke den markedsmakten som NRK har for dette mediet. Vi kan ikke se at denne problemstillingen verken er drøftet, eller tatt høyde for, i utvalgets rapport. Det å være konkurrent med NRK, i et kommersielt radiomarkedet, er krevende. Denne utviklingen forsterkes ytterligere av at NRK har få krav til innhold som ikke berører kommersiell potensiell lytting. Det er også blitt en utvikling hvor NRK i stadig sterkere grad, driver egenreklame på ulike plattformer, på reklamefrie kanaler. Dette gjør det stadig mer krevende å være en uavhengig aktør i det norske radiomarkedet.

Vi vil derfor anbefale at departementet ser til Storbritannia, hvor disse utfordringene er adressert tydelig gjennom foreslått nytt rammeverk for BBC¹. Det henvises i denne sammenheng til den offentlige medieregulatoren i Storbritannia, Ofcom, som har er i ferd med å foreta grundige vurderinger rundt de problemstillinger som en stadig sterkere konsentrasjon av mediemakten innenfor radiosegmentet som tilfaller BBC. Det vises i denne sammenheng til de likhetstrekk som eksisterer i de to landene, hva gjelder en statsfinansiert allmenkringkasters stadig økende markedsandel på bekostning av uavhengige aktører. Radio Norge mener det må foretas en revidering og gjennomgang av NRKs rolle i radiomarkedet. Hensikten må være å, i langt større grad, definere NRK sitt oppdrag på en slik måte at mangfoldet i radiomarkedet styrkes, ikke svekkes.

Et annet viktig element for å forstå maktkonsentrasjonen i radiomarkedet er å se på den massive distribusjonskraften som ligger hos NRK. For Radio Norge sin del innebar de to siste årene med FM-lisens en investeringsforpliktelse på 630 millioner kroner.

Vi vil videre påpeke at de uavhengige radiokanalene lenge har betalt lisensavgift, mens andre aktører, herunder TV2 og en rekke aviser, mottar offentlig støtte. For Radio Norge sin del innebar de to siste årene med FM-lisens en investeringsforpliktelse på 630 millioner kroner. Vi kan ikke se de prinsipielle forskjellene mellom uavhengige radiokanaler, og andre medier som konkurrerer med NRK på andre områder, og mener derfor departementet må se på hvilke strukturelle endringer som kan gjennomføres for å ivareta de uavhengige radiokanalenes mulighet til å bidra til godt mediemangfold, herunder hvordan de kan settes i stand til å møte den massive distribusjonskraften som ligger i NRKs markedsposisjon.

Støtte til uavhengige allmenkringkastere for radio

¹ <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/ofcom-and-the-bbc>

Radio Norge mener det er hensiktsmessig å vurdere en støtteordning for uavhengige allmenkringkastere på radio. Vi vil imidlertid sterkt advare mot å begrense dette til en aktør. Vi viser i denne sammenheng til at det kun er to riksdekkende uavhengige aktører. En økonomisk fordel for en av aktørene vil i så måte være svært konkurransevridende, og kunne medføre at mediemangfoldet i radiomarkedet svekkes, ikke styrkes.

Videre vil vi henvise til tidligere dokumentasjon hva gjelder fordeling av offentlige midler til uavhengige medieaktører, herunder pressestøtten og TV2s særegne ordning. Vi kan ikke se at de summene som utvalget opererer med for en eventuell ordning for allmenkringkastere for radio er proporsjonalt med ønske om økt mediemangfold.

Videre er det, slik vi ser det, underlig at utvalget ser ut til å være mest opptatt av geografisk beliggenhet, og ikke kvalitet og innhold. Radio Norge mener en konkret definert adresse, eksempelvis Lillehammer, i realiteten er en utvelgelse til fordel for en av to aktører. Vi vil derfor sterkt fraråde at det legges opp til en slik prosess, hvor utvelgelsen i realiteten er gitt på forhånd.

Radio Norge mener derfor det bør utarbeides støtteordninger for riksdekkende uavhengige radiokanaler, som ivaretar likhetsprinsippet, og som bygger på de prinsipper og strukturer som gjelder for resten av medienorge. Eksempelvis kan allment innhold splittes og fordeles på flere aktører.

Store teknologidrevne endringer

Radio Norge har vært, og er, en viktig pådriver for teknologisk utvikling i radiomarkedet. Samtidig medfører innføringen av DAB noen utfordringer knyttet til kvalitativt innhold for de uavhengige radiokanalene. Vi mener derfor departementet bør vurdere hvordan nye tiltak kan sørge for et mangfoldig og kvalitativt sterkt innhold i fremtiden.

Oppsummering og anbefaling

Radio Norge mener det er klokt at Regjeringen har igangsatt et arbeid for å sikre og styrke mediemangfoldsutvalget i Norge. Vi er imidlertid skuffet over at utvalget har viet svært liten plass, både hva gjelder drøfting og tiltak, for å sikre økt mangfold i radiomarkedet. Vi mener det er avgjørende viktig at departementet i sitt videre arbeid ser nærmere på den uheldige utviklingen hva gjelder mangfold i

radiomarkedet. I forlengelsen av dette imøteser vi en god debatt og konkrete tiltak for å sikre en positiv utvikling i radiomarkedet.

Radio Norge mener det må vurderes å innføre tiltak som styrker de uavhengige radiokanalene, og at et slikt behov i stadig større grad blir synliggjort gjennom NRK sine voksende markedsandeler. Vi mener det er viktig at tiltak som innføres ikke er konkurransevridende mellom de uavhengige aktørene, og at eventuelle støtteordninger tar høyde for kvalitet og innhold fremfor geografisk beliggenhet. Samtidig må de samme prinsipper for støtteordninger gjelder for radiomarkedet som for aviser og tv-medium.

Radio Norge takker for muligheten til å komme med hørings svar, og stiller oss selvsagt til disposisjon for departementet dersom videre drøftinger og innsikt i radiomarkedet er ønskelig.

Med vennlig hilsen



Lasse Kokvik

Administrerende Direktør – Radio Norge og Bauer Media



