



**Svar til Kulturdepartementet høringsbrev av 28. oktober 2014;**

**”Rammevilkår for lokalradio i forbindelse med digitaliseringen av radiomediet”**

**Fra Twentyfirst Venture AS (21<sup>st</sup>)**

**15. januar 2015**

## Innhold

Oppsummering .....	3
1. Innledning .....	4
2. Historikk.....	5
3. Vanskelig startpunkt etter turbulent konsesjonsprosess.....	5
4. 21st konkurrerer ikke i det nasjonale markedet .....	6
5. DAB forverrer konkurransesituasjonen for lokalradio .....	10
6. Risiko for lyttertap ved overgang til DAB .....	11
7. Utbyggingen av lokale DAB-nett.....	12
8. Den foreslåtte slukkeplan rammer kun 21st .....	13
9. Konklusjon og anbefalinger .....	14

## Oppsummering

Kulturdepartementet og deretter Stortinget skal i første halvdel av 2015 ta stilling til hvilke lokalradioer som skal fortsette på FM etter 2017. NRK og MTG eier sammen aksjeselskapet Digitalradio Norge (DRN). Sammen med SBS, har de bedt Stortinget om å få slukke det nasjonale FM-nettet for å gå over til DAB. Det har de fått lov til. Teknologiskiftet for de nasjonale radiokanalene er berammet til 2017. I høringsrapporten fra Medietilsynet er det foreslått at også lokalradio i storbyene skal slukke sine FM-sendinger for å lette de nasjonale kanalers overgang til DAB.

Myndighetene har, helt fra starten av, fremholdt at dette skal være en aktør og forbrukerstyrt prosess. I 21st har vi derfor vanskeligheter med å forstå hvorfor myndighetene skal tvinge lokalradioer bort fra FM. Når de nasjonale kanalene stenger sine FM-nett vil heller ikke frekvensressursene på FM lenger være et knapt samfunnsgode.

Innføringen av DAB har som konsekvens at både NRK og de kommersielle nasjonale aktørene har startet opp, og vil fortsette å starte opp, en rekke nye nasjonale radiotilbud. Bare i den kommersielle nasjonale DAB-blokken vil det fra 2017 være plass til 18 riksdekkende radiokanaler. For 21st og alle andre lokalradiostasjoner skaper dette en ny og vanskeligere situasjon. En rekke nye nasjonale kanaler vil føre til at lyttergrunnet for lokalradio blir ytterligere svekket. Hverken 21st eller andre lokalradioaktører er rustet til å takle en slik situasjon hvis de ikke får fortsette på FM.

Dersom departementet følger innstillingen fra Medietilsynet og slukker FM-nettet i Oslo og Trondheim, vil dette i praksis innebære en nedleggelse av Radio Metro Stor - Oslo, Radio Rox og Radio Metro Trondheim. Skulle dette bli konklusjonen er det lite trolig at 21st vil kunne fortsette som et radioselskap.

21st vil i dette høringssvaret argumentere for følgende forslag:

1. At alle lokalradioer får fortsette på FM etter 2017 dersom de ønsker det, og at nåværende konsesjonærer får forlenget sin konsesjonsperiode med 7 år.
2. At større kommersielle lokalradioer i byene må forplikte seg til også å være på DAB og at det for øvrig legges opp til samme konsesjonsregime og forvaltningspraksis som den som gjelder for de nasjonale kanalene.
3. At lokalradiokonsesjonærer ikke kan ha en andel på mer enn 1/3 av inntektene, alternativt av lytterne i det kommersielle radiomarkedet.
4. At de lokale DAB-blokkene utlyses med konsesjonsperiode fra 1.januar 2017 til 1.januar 2031 og at lokalradio selv får anledning til å stå for utbyggingen.

## 1. Innledning

Twentyfirst Venture AS (21st) er et av få norske selskaper som satser på å utvikle radio som massemedium i norske lokalmarkeder. Dette gjør vi med merkevarene Radio Metro, The Beat og Radio Rox.

Hovedmålet er å bruke radioens fortrinn lokalt både for å få et lyttergrunnlag og lokale annonseinntekter. I løpet av konsesjonsperioden har vi stadig utviklet og bygget opp det lokale redaksjonelle produktet på trafikk, nyheter og værreporter. Vi har også utviklet et eget lokalt nyhetsmagasin som vi kaller 18.30 (etter mønster av P4s 17.30, men da som den lokale varianten) i hvert enkelt distrikt.

Annonsørene har ikke lenger så effektive virkemidler lokalt både fordi lokale medier er svekket og også fordi det er mer og mer en tendens til sentralisering av annonsekjøpene. Det betyr at små og mellomstore lokale foretak har problemer med å kommunisere til befolkningen.

Dersom departementet følger innstillingen fra Medietilsynet og slukker FM-nettet i Oslo og Trondheim, vil dette i praksis innebære en nedleggelse av Radio Metro Stor - Oslo, Radio Rox og Radio Metro Trondheim. Dette er selskapets tre største merkevarer.

Det vil ikke være mulig å kompensere for bortfallet av lyttere ved å forlate FM og kun å være på DAB.

Både for 21st, og øvrig lokalradio, er det nødvendig å være både på FM og DAB i en lengre periode, dersom de skal ha en mulighet til å overleve i markedet.

Følges Medietilsynets forslag, som også gjentas i departementets høringsnotat, er 21st det eneste norske uavhengige selskapet som rammes. Alle de andre norske lokalradioselskapene får prisverdig nok fortsette på FM.

De andre stasjonene som omfattes av forslaget om å stenge FM i storbyene er eiet av MTG og SBS, begge uten norske eiere. Disse selskapene har nasjonal radiodrift som sin kjerneaktivitet og har selv bedt om at FM slukkes i storbyene.

21st har lokal radiodrift som sin kjernevirksomhet. Selskapet har ikke bedt om at FM-nettet slukkes og er villig til å ta kostnadene ved å distribuere radio både på FM og DAB.

Kulturdepartementet har siden framleggelsen av St.mld.8 (2011) om digitaliseringen av radiomediet gjort mye for å legge rammebetingelser til rette for to store internasjonale aktører og NRK, men har gjort svært lite for norsk lokalradio. Det er ikke for sent å endre på dette. Den kommende stortingsmelding er avgjørende for om lokalradio skal ha noen mulighet til å overleve som bransje. Det gjelder i høy grad også 21st som et lokalt radioselskap.

## 2. Historikk

21st Venture og selskapets aksjonærer har vært involvert i norsk og utenlandsk radio i nær 25 år. Jørgen Randers var styreleder i P4 fra 1992 – 1997 og deretter har han vært styreleder i 21st Venture. Gezina AS som eies av Brøvig-familien, er selskapets største aksjonær. De var først representert i styret ved eieren Tharald Brøvig og nå ved administrerende direktør Erik Engebretsen. Rune Remøy og Svein Larsen har hele tiden arbeidet operasjonelt med radio både i P4, i Sør-Afrika og i Metro-systemet. Begge er styremedlemmer og aksjonærer.

21st har siden 2010 bygd opp sin radiovirksomhet med tre formater i de forskjellige konsesjonsområdene med ulikt lokalt innhold basert på konsesjonskravene i hvert enkelt område. Det er hovedaksjonær Gezina AS som har finansiert selskapet og sørget for at det fortsatt er i drift. I 2013 og 2014 har omsetningen økt og resultatene forbedret seg. Selskapet er nå i nærheten av balanse i driftsregnskapet.

## 3. Vanskelig startpunkt etter turbulent konsesjonsprosess

Inneværende konsesjonsperiode hadde en turbulent, uforutsigbar og kostnadskrevenende oppstartsfasen.

Første konsesjonsrunde ble som kjent opphevet av daværende statsråd Trond Giske den 25. november 2008. 21st ble tildelt midlertidig konsesjon fra 1. januar 2009 på en ledig frekvens i Oslo, mens hele konsesjonsprosessen ble startet opp på nytt.

Departementet besluttet samtidig å flytte NRK Klassisk til DAB og lyse ut de ledige FM frekvensene til flere lokalradioer i byene. Denne beslutningen førte til at det over natten ble skapt helt nye konkurransevilkår i lokalradiomarkedet. 21st hadde på dette tidspunktet allerede investert i studio, lokaler og personell og hadde i praksis ingen annen mulighet enn å godta den nye situasjonen eller å kaste kortene. Prosessen fram til ny konsesjonsrunde kunne starte ble også mye lenger enn det departementet opprinnelig hadde stipulert. Den kom ikke i gang før 1. januar 2010.

Hele denne prosessen ble svært kostnadskrevenende for 21st. Vi regner med at den vanskelige starten kostet selskapet i overkant av 8 millioner kroner. Til sammen ble vi tilkjent en erstatning på kroner 89 100.- fra Kulturdepartementet.

Selskapet har de siste 5 årene investert 51 millioner kroner i å utvikle sin lokalradiovirksomhet i Norge. Det er først i 2014 at selskapet går i null. For at det ikke skal være et rent tap så må det gis forutsigbare rammevilkår i en lengre overgangsperiode. Det er vanskelig å anslå hvordan teknologiskiftet vil påvirke vår situasjon men våre egne ROI analyser tyder på at vi må ha ytterligere 5-7 år for å være i stand til å tilbakebetale investeringen.

## 4. 21st konkurrerer ikke i det nasjonale markedet

I et sentralt avsnitt i Stortingsmelding 8 om digitaliseringen av radio (2010-2011) og som angår noen av lokalradioene står det følgende:

*”Samstundas må det vektleggjast at omsynet til like konkurransevilkår tilseier at større, kommersielle lokalradioar blir behandla likt med riksdekkjande kommersielle radioar som P4 og Radio Norge. Truleg opererer dei største kommersielle lokalradioane i nokon grad på same marknad som Radio Norge og P4, det vil seie at dei konkurrerer om dei same annonseinntektene. Styresmaktene bør derfor syte for at desse aktørane får mest moglege like og rettferdige konkurransevilkår. Etter departementets syn vil det derfor ikkje vere forsvarleg å avvikle dei riksdekkjande FM-sendingane utan at dei største lokalradioane også blir digitaliserte»*

Det er ingen tvil om at lokalradio trenger hjelp fra departementet til å få mest mulig like og rettferdige konkurransevilkår. Vi oppfatter denne formuleringen som en invitasjon fra departementet til at radiokanaler i vår situasjon vil kunne få delta i den nasjonale DAB-blokken. Vi kan i dag imidlertid ikke se at en slik mulighet løser de utfordringer vi står ovenfor.

Da Stortingsmelding 8 ble utarbeidet i 2011 var det riktig at også 21st i en viss utstrekning konkurrerte om de samme reklameinntektene som MTG og SBS. Men etter desember 2013 er det ikke lenger slik.

I begynnelsen av konsesjonsperioden hadde vi i 21st forventninger om at det ville være mulig å kombinere lokalt reklamesalg med inntekter fra nasjonale kampanjer. Selskapet ble derfor med i den nasjonale lyttermålingen for radio, bedre kjent som PPM-målingen, på en 4-års kontrakt.

Det viste seg relativt raskt at deltakelse i PPM-målingen ikke automatisk ga nasjonale salgsinntekter som sto i et rimelig forhold til radiokanalens lyttertall, eller det som i bransjen betegnes som ”fair share”. I alle fall dersom man opererer som en uavhengig aktør som ikke var en del i en av de to nasjonale samkjøringene P4+ eller Radio Norge+.

For bedre å forstå hvorfor det er slik må vi knytte noen kommentarer til hvordan nasjonal radioreklame blir kjøpt:

Når et mediebyrå kjøper inn nasjonal radioreklame på vegne av en kunde har kjøpsprosessen en dynamikk som gir markedsleder en betydelig konkurransefordel. Innkjøpet blir planlagt ved hjelp av dataprogrammer som simulerer lytterdekning ved ulike budsjetter og stasjonskombinasjoner. Noe forenklet lages denne planen ved at man starter med den største kanalen og utvider kjøpet til å omfatte flere kanaler dersom en slik utvidelse gir vesentlig større dekning.

I det norske markedet er den største kanalen en samkjøring bestående av P4, P5, P6 Klem og NRJ. Disse kanalene inngår i samkjøringen P4+ og representerer til sammen ca. 65% av all kommersiell radiolytting. Ettersom markedsleder (P4+) nesten alltid er med i kjøpet vil denne aktøren automatisk få en vesentlig større andel av inntektene enn deres relative andel av lyttertallene skulle tilsi.

Har kunden mer penger på budsjettet, utvides planen til også å omfatte den neste stasjonen som er en samkjøring av Radio Norge, Radio 1 og Radio Rock, samlet betegnet som samkjøringen Radio Norge +. Ettersom RN+ samkjøringen tilbyr flere hundre tusen tilleggsslyttere så blir de ofte tatt med, men slett ikke alltid ettersom mange av deres lyttere også hører på kanaler i P4+ samkjøringen og dermed allerede er med på kjøpet.

En lokalradiosamkjøring som opererer uavhengig av de to nasjonale nettverkene vil bare unntaksvis bli tatt med i et nasjonalt mediekjøp. Delvis fordi de fleste av lytterne allerede er dekket inn på nasjonale kanaler og delvis fordi en ytterligere oppsplitting av mediekjøpet vil kunne gi kunden dårligere rabattvilkår hos markedsleder.

Det som setter både P4s og Radio Norges lokale radiokanaler i en helt spesiell situasjon er at de gjennom sitt eierskap automatisk blir tatt med som del av et nasjonalt reklamekjøp. De lokale radiostasjonene med nasjonalt eierskap får dermed tilført store nasjonale reklameinntekter solgt inn av morselskapet uten selv å måtte bruke ressurser på salget.

Etter vårt skjønn representerer dette er urimelig konkurransefortrinn som skaper åpenbare skjevheter mellom lokalradioaktørene.

Omsetningen av nasjonal radioreklame har for våre radiokanaler hele tiden utgjort en svært marginal del av den samlede omsetning. I 2013, da vi deltok i PPM-målingen, omsatte 21st nasjonal radioreklame for ca. 4 millioner kroner eller under 1% av det nasjonale markedet.

Til sammenligning omsatte P5 totalt for 36 millioner. Hoveddelen av disse inntektene var nasjonale inntekter gjennom deltakelse i samkjøringen P4+.

Totalt omsatte MTGs radiokanaler for 372 millioner<sup>1</sup> kroner og SBS Radio for 163 millioner.

Etter at 21st gikk ut av den nasjonale PPM-målingen i november 2013 har den nasjonale omsetningen for 21st falt helt bort slik det fremgår av figur 1.

Det dette demonstrerer er hvilke betydelige stordriftsfordeler man har når man er del av et nasjonalt oligopol.

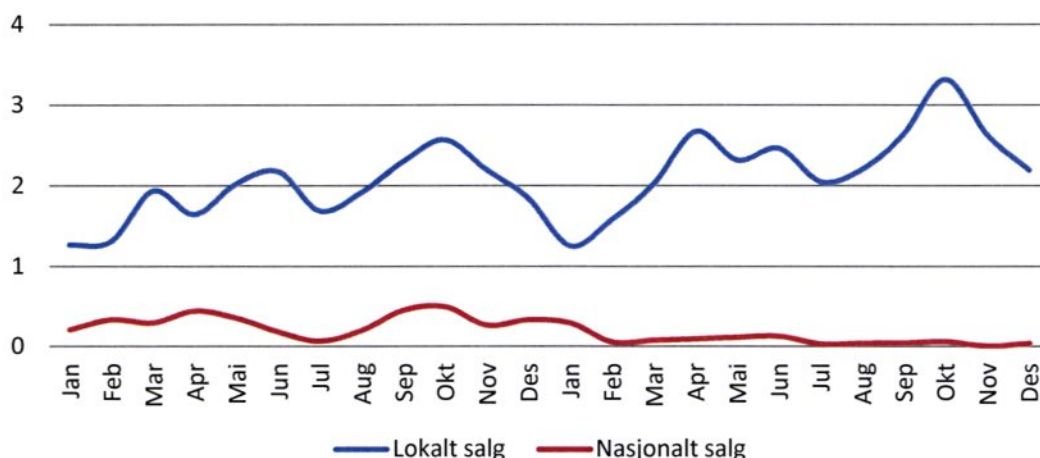
---

<sup>1</sup> Brønnøysundregistrene 2013

Etter en samlet vurdering valgte vi i 21st i november 2013 å gå ut av PPM- målingen og kun satse på lokalt reklamesalg fra 1.januar 2014.

## Lokal og nasjonal reklameomsetning i 21st pr. måned 2013 og 2014

(all tall i millioner kroner per måned)



Figur 1: Lokal og nasjonal reklameomsetning fra januar 2013 til desember 2014.

De nasjonale aktørene, som eiere av PPM-målingen, har også etablert prismekanismer som i praksis representerer effektive etableringshinder for andres deltakelse i PPM-målingen. En lokal radiosamkjøring må for eksempel betale den samme grunnprisen som de nasjonale kanalene for å delta i undersøkelsen.

I Medietilsynets rapport til KKD fremgår det i en spørreundersøkelse tilsynet har gjennomført, at noen lokalradioer opplyser at de får visse inntekter fra det nasjonale markedet. Vi legger til grunn at det er lokalradiokanalene til SBS og MTG som svarer slik.

Vi har for øvrig bedt tilsynet om å lage en egen rapport som bekrefter dette på bakgrunn av den undersøkelsen de gjorde, men tilsynet har av hensyn til anonymiteten i undersøkelsen ikke ønsket å gjøre dette. Det forhindrer jo likevel ikke departementet i å be tilsynet gjøre den samme kjøringen og dermed få bekreftet disse opplysningene.

MTG og SBS bruker sine lokalradioer i stor grad som avlastningskanaler for nasjonale lyttertallsleveranser, og har ikke hatt hovedfokus på å utvikle de lokale markedene.

Dette har blitt mer og mer klart i løpet av konsesjonsperioden. I desember 2014 ble det klart at SBS slutter helt å sende lokal reklame på Radio 1 i Trondheim for å frigjøre avlastningsplass for nasjonale radiokampanjer.



21st konkurrerer ikke lenger i det nasjonale annonsemarkedet på radio og utgjør derfor ingen risiko for inntektsbortfall for de nasjonale kanalene selv om 21st sine radiokanaler i storbyene skulle fortsette på FM også etter 2017.

I det nevnte siterte avsnittet fra stortingsmeldingen tar departementet til orde for at myndighetene må sørge for at større kommersielle lokalradioer blir behandlet likt og må få mest mulig like og rettferdige konkurransevilkår med P4 og Radio Norge. Ettersom vi nå ikke konkurrerer på det samme markedet ønsker vi heller ikke å komme inn i den nasjonale DAB-blokken.

Derimot trenger vi myndighetenes hjelp til å kunne revitalisere lokalradio og etablere denne mediekanalen som et reelt lokalt alternativ både for lyttere og annonsører.

Vi kan nok neppe forvente å få like konkurransevilkår. Til det har de nasjonale aktørene betydelige stordriftsfordeler og kan fordele en omfattende produksjon på et etablert redaksjonelt, teknisk og kommersielt miljø som allerede inngår i selskapenes faste kostnadsbase.

SBS var i mange år en betydelig og viktig lokalradioaktør. Det var først etter at de overtok Radio Norge i 2007 at de begynte å prioritere nasjonal kommersiell radio. Etter den lokale konsesjonsrunden i 2009 ble prioriteringen enda tydeligere. Det var heller ingen som forventet at P4 skulle være søker til en rekke lokalradiokonsesjoner. De var jo heller ikke på søkerlisten i første runde av prosessen, men ble i den andre runden tildelt en rekke lokalkonsesjoner i de største byene. Dette har skapt en helt ny situasjon for lokalradio. Begge aktører, men spesielt P4, kan bruke sin markedsmakt og ressurser fra nasjonal radio til å styrke sin posisjon i de lokale markedene.

Interessekonflikten mellom nasjonal og lokal radio har i den senere tid blitt ytterligere tilspisset ved at både MTG og nå SBS har meldt seg ut av Norsk Lokalradioforbund. I tillegg er det dannet en egen forening som er sprunget ut i fra disse interessemotsetningene og har vært initiert av Digital Radio Norge.

Den betydelige konkurranseulempe man har som lokalradioaktør kunne vært jevnet noe ut ved at departementet legger til rette for at lokalradiostasjoner ikke skal være eiermessig tilknyttet til kanaler med store andeler av det nasjonale radiomarkedet.

Vi ber derfor om at departementet setter begrensninger for hvor stor del av det totale samlede kommersielle radiomarkedet en lokalradiokonsesjonær kan ha. Vi foreslår at denne begrensningen settes til 1/3 enten målt som andel av inntektene eller målt som andel av lytterne.

## 5. DAB forverrer konkurransesituasjonen for lokalradio

Etableringen av DAB vil føre til at de nasjonale aktørene starter opp en lang rekke nye nasjonale kanaler.

Av de grunner vi har pekt på i pkt. 4, vil dette sannsynligvis gi størst konkurransefordeler for P4 og føre til at en enda større andel av salgsinntektene vil tilfalle markedsleder. Sannsynligvis ligger det også forventninger hos P4 og Radio Norge om at flere nasjonale kommersielle kanaler vil kunne ta markedsandeler fra NRK.

For lokalradio er dette en stor utfordring. Nye nasjonale kanaler vil gjennom eiernes nasjonale konkurranseposisjon naturlig nok ta en del av lytterne og dermed svekke lokalradioaktørens posisjon.

Studier av konkurransedynamikken i radiobransjen tyder på at det stort sett er en fast kostnad å etablere en radiostasjon og at denne ikke nødvendigvis varierer mye med antall lyttere.<sup>2</sup>

Å etablere en radiokanal med redaksjonelle medarbeidere i alle flater, teknikere, selgere og administrasjon krever rundt 30 fast ansatte. Da P4 gikk inn i sitt første fulle driftsår hadde kanalen 30 ansatte og endte opp med en million lyttere, omsetning på 80 millioner og 6 millioner kroner i overskudd.<sup>3</sup>

Da Radio Metro hadde i sitt første driftsår hadde vi 25 ansatte og endte opp med 100 000 lyttere, en omsetning på 7 millioner kroner og et underskudd på 11 millioner kroner.

Lytteroppslutningen er naturligvis begrenset av hvor mange man dekker effektivt i eget konsesjonsområde og konkurransesituasjonen i dette området.

I 2014 hadde 21st 32 ansatte og en drift som nærmet seg å gå i null. For å klare dette baserer selskapet seg på en driftsmodell med gjenbruk og samsendinger i flere områder og lokale "vinduer" med lokale nyheter, lokal trafikkinformasjon og lokal reklame. Salgsinntektene fra Oslo-kanalene utgjør ca. 50% av samlet omsetning. Dersom disse kanalene svekkes vesentlig, bortfaller dessverre også grunnlaget for driften.

P4 har i dag 72 ansatte.<sup>4</sup> Selskapet har dermed redaksjonelle, tekniske og kommersielle ressurser til å starte opp en rekke nye riksdekkende musikkradiotilbud i

---

<sup>2</sup> Consolidations and Efficiencies in the Radio Industry, Brian Gongol, April 10, 2001

<sup>3</sup> P4s årsrapport 1994

<sup>4</sup> Kilde: P4s egen oversikt over ansatte på p4.no

DAB-blokken uten vesentlig nye kostnader utover det som må betales for musikkrettighetene til Tono og Gramo.

Et nylig eksempel som illustrerer dette er når P4 nå i førjulsperioden legger ut P7 Klem med non-stop julemusikk i den nasjonale DAB-blokken som ifølge P4 selv fikk over 1 million lyttere <sup>5</sup>

Vi forstår at en kommersiell aktør fullt ut utnytter de muligheter som gis.

Men dersom myndighetene også ønsker å legge til rette for en livskraftig lokalradiobransje må de nå også sette noen grenser for de nasjonale aktørers bruk av sin posisjon.

Det er dermed ikke bare måten radio kjøpes på, slik vi har drøftet i punkt 4, som tilsier en viss regulering. Også radiobransjens kostnadstruktur tilsier at det bør legges begrensninger for dominerende aktører.

I de aller fleste radiomarkeder i den vestlige verden er det lagt slike begrensninger for markedsdominans og eierskapskonsentrasjon i radiosektoren.

I et marked med såpass sterke aktører som i Norge mener vi at det er det rimelig med en samlet markedsbegrensning for lokalradiokonsesjonærer på 1/3. En slik begrensning vil bedre kunne beskytte lokalradiosektoren mot utøvelse av urimelig markedsrett. Begrensningen er imidlertid ikke for lav til at den skaper økonomiske problemer for f.eks. Radio Norge som nummer 2 aktør i markedet.

## **6. Risiko for lyttertap ved overgang til DAB**

Diskusjonen om innføring av DAB i Norge har pågått med en viss styrke siden 1992. Da Jørgen Randers og Svein Larsen var i forhandlinger med Televerket sommeren 1992 om det fjerde riksnett, fikk de tilbud om å gå rett på DAB og ikke utvikle det fjerde riksnett for radio på FM. De valgte å starte P4 på FM som var det politiske vedtaket, men var med på forsøksvirksomhet på DAB allerede i 1995. Det lyktes aldri å konkretisere merverdien med DAB og det ble derfor på slutten av 90-tallet ingen utvikling av prosjektet.

I stortingsmelding nr.30 (2006/2007), Kringkasting i en digital fremtid, ga departementet uttrykk for en avventende holdning til hele DAB prosjektet.

*«Det bør etter departementets syn ikke være myndighetenes oppgave å peke ut den fremtidige tekniske standard for digital radio i Norge. Myndighetene bør som utgangspunkt ha en teknologinøytral tilnærming og legge til rette for*

---

<sup>5</sup> <http://radio.no/2014/12/lytterrekord-for-julekanalen-p7-klem/>

*utviklingen av radiomediet ved å gi kringkasterne langsiktighet og gode rammebetingelser.»*

Den 2. august 2010 skrev 21st utførlig til Kulturdepartementet og ga uttrykk for vår prinsipielle holdning til DAB-prosjektet og at det ikke burde være nødvendig med noen ny stortingsmelding. Vi skrev et nytt brev til den nye politiske ledelsen den 28. januar 2014. Det er med andre ord ikke slik at de oppfatningene som 21st gir uttrykk for i forbindelse med høringsnotatet kun er foranlediget av den trussel om nedleggelse som rammer 21st sine radiokanaler. 21st har i mange år, og ved mange anledninger, gitt uttrykk for de samme oppfatningene.

21st mener at det, i en tid hvor folk bruker mindre tid på radio enn før, er det dristig å redusere den plattformen som er den dominerende for all radiolytting. Det kan ramme radio som bransje.

21st må likevel akseptere at de store aktørene ønsker å gå av FM-nettet i løpet av 2017, men kan ikke akseptere at de forlanger at andre mindre aktører skal gjøre det samme for å beskytte sine egne posisjoner. De har selv bedt om dette, og de har fått det slik de vil.

Myndighetene har allerede strukket seg svært langt for å imøtekomme de nasjonale kommersielle kanalene i denne saken. Det er også de nasjonale kanalene og ikke vi, som nå har bedt om at myndighetene sørger for at lokalradio skal slukkes i storbyene.

Vi mener at både hensynet til forbrukernes valgmuligheter og hensynet til lokalradiobransjens egne ønsker må tillegges avgjørende betydning når departementet nå skal utarbeide sine anbefalinger til Stortinget.

## **7. Utbyggingen av lokale DAB-nett**

Både MTG og SBS har plassert sine lokalradioer i den nasjonale DAB-blokken, men opptrer likevel svært aktivt for å utøve kontroll også med utbyggingen av lokalnettene.

21st har blitt tildelt lokal anleggskonsesjon for DAB i Sør-Trøndelag og er også med og distribuerer våre tre kanaler på den lokale DAB-blokken i Oslo & Akershus.

Vi har dessverre erfart at det lokale DAB-nettet i Oslo er bygget ut med andre krav til felteffekt enn hva tilfellet er for riks og regionsblokkene der de nasjonale aktørene sender. Det har som konsekvens at det gir problematiske mottaksforhold innendørs

Når det gjelder Trondheim og Sør-Trøndelag har verken vi eller DRN så langt lyktes i å identifisere et kundegrunnlag som ønsker å sende lokalt på DAB i Trondheim utover Radio Metro. Med kun en leietaker, og en konsesjon som utløper 31.12.2016,

er det etter vår vurdering foreløpig ikke økonomisk forsvarlig å gå i gang med en DAB utbygging i dette området.

Vi ble derfor ganske overrasket når vi 4. desember 2014 ble orientert om at DRN hadde inngått en avtale med Norkring om å bygge ut et lokalt DAB-nett i Sør-Trøndelag ved å bygge ut Riksblokk 2 i området. Også dette nettet vil bli vesentlig svakere enn regional og riksblokka til de to kommersielle kanalene. Dette går fram av Norkrings spesifikasjoner for utbyggingen.

Vi kan vanskelig se på dette som noe annet enn en manøver for å gi inntrykk av at det er et arbeid i gang med et DAB-nett i Trondheim og dermed skape en begrunnelse for å slukke FM i byen.

Det som i denne sammenhengen kan være naturlig å legge til at DRN også deltok som søker på lokale anleggskonsesjoner for DAB i 24 av de 37 områdene som var utlyst. Etter å ha fått innvilget alle konsesjoner som de søkte på, leverte de tilbake 23 av de 24. Dette illustrerer med all mulig tydelighet DRNs vilje til å bruke ressurser og utøve makt i det lokale markedet for få det slik de vil.

21st er av den oppfatning at det er uheldig dersom DRN blir sittende som utbygger og/eller portvakt i det lokale DAB-nettet. Dette er neppe en del av allmennkringkastingsoppdraget til NRK eller en hovedoppgave for P4.

Myndighetene må legges til rette for at lokalradioene selv gis mulighet til å gå sammen om utbyggingen av de lokale DAB-nettene.

21st mener det er rimelig at lokalradiostasjoner i storbyene forplikter seg til å delta i utbyggingen av de lokale DAB blokkene og mener at dette kan inngå som konsesjonsvilkår for forlengelse av FM konsesjonene.

## **8. Den foreslåtte slukkeplan rammer kun 21st**

DRN leverte en innstilling til Kulturdepartementet den 25. august 2014 om sin slukkeplan for FM. Det skjedde før Medietilsynet hadde avsluttet sin høring og før de hadde levert sin innstilling til departementet.

DRN foreslår en gradvis slukking av FM-nettet i løpet av 2017. I DRN slukkeplan er det kun 21st sine kanaler som skal rammes. Det foreslås slukking ikke kun i de største byene, men i flere av de områder hvor 21st har konsesjoner, mens andre større byer ikke berøres.

DRN opptrer uvanlig aggressivt og forventer en helt urimelig bistand fra myndighetene i å tilføre FM-nettet banesår og samtidig redusere vår konkurransekraft til tross for at vi ikke lenger konkurrerer om de samme annonseinntektene som var departements premiss i 2010 for en eventuell slukking av lokalradioer i de store byene.

Fra DRNs side har det hele tiden blitt hevdet at motivasjonen for å bygge ut DAB-nettet har handlet om få bedre radiodekning, bedre lyd og større mangfold i eteren. Dersom DAB-utbyggingen har disse fordelene, vil publikum ganske sikkert omfavne den nye plattformen. I sitt forslag til slukkeplan demonstrer NRK sin tillit til lytternes lojalitet ved selv å foreslå at samtlige NRK-kanaler slukkes flere måneder før de to nasjonale kommersielle stasjonene.

Det er ingen grunn til at P4 eller Radio Norge skal ha mindre tillit til sitt eget programtilbud. Dette betyr at de store aktørene har akseptert et prinsipp om trinnsvis slukking i forhold til en tro på egen oppslutning blant lytterne.

Dersom 21st skal opprettholde sine lyttertall i Oslo og Trondheim må vi få lange overgangsordninger og være på både FM og DAB i en lengre periode.

## **9. Konklusjon og anbefalinger**

Selv om vi i 21st er bekymret for at et tvunget teknologiskifte kan føre til en varig svekkelse av radioens posisjon i samfunnet, konstaterer vi at hverken NRK eller de nasjonale kommersielle kanalene deler dette synet.

Det er også en realitet at det nasjonale DAB-nettet nå er bygget ut i store deler av landet.

P4 og Radio Norge står kun overfor en konkurranse fra lokale kanaler med en brøkdel av lytteropplutningen og som heller ikke konkurrerer om de samme reklamekronene. Det kan ikke være departementets oppgave å bidra til å svekke lokalradio ytterligere, men snarere å legge til rette for en viss vekst for lokalradio.

Vi har i dette høringsnotatet pekt på hvilke konkurransemessige konsekvenser det vil få for oss at det etableres et nasjonalt kommersielt DAB-nett, og vist hvordan hverken vi eller andre lokalradioer er rustet til å takle dette

Vi har drøftet hvordan stordriftsfordeler hos de nasjonale aktørene gir seg utslag i urimelig gode konkurransevilkår ikke bare for å øke inntekter i det nasjonale markedet, men også for deres mulighet til å utøve kontroll i lokalmarkedet.

Vi mener å ha dokumentert utover enhver tvil at vi ikke er i konkurranse om de nasjonale reklameinntektene og dermed ikke representerer noen risiko for bortfall av inntekter for de nasjonale kanalene selv om våre stasjoner fortsetter på FM.

Vi har også pekt på sendetekniske og brukermessige forhold som representerer naturlige konkurransehinder for lokalradio i DAB-nettet.

Å la lokalradio være igjen på FM er nå den eneste muligheten som gjenstår for å revitalisere lokalradio og hindre at bransjen dør ut.

Vi foreslår at deltakelse i utbyggingen av de lokale DAB blokkene settes som konsesjonskrav ved fornyelse av FM lisensene i byene.

Vi foreslår også at de lokale DAB-blokkene utlyses med konsesjonsperiode fra 1.januar 2017 til 1.januar 2031 og at lokalradio selv får anledning til å stå for utbyggingen.

Vi ber departementet vurdere en fornuftig og hensiktsmessig eierbegrensing slik at ingen lokalradiokonsesjonær får kontroll med det kommersielle radiomarkedet i Norge.

Vi ber tilslutt om at alle 21st sine kanaler får fortsette på FM etter 2017 og at de nåværende FM konsesjonene blir forlenget med 7 år.

Vi ber om at departementet tar hensyn til disse anbefalingene når de skal utarbeide meldingen til Stortinget.