

Digitalradio Norge
v/ Jarle Ruud
Bjørnstjerne Bjørnsons plass 1
0340 Oslo

Oslo 5. oktober 2009

Postboks 8030 Dep.
0030 Oslo

Innspill fra Digitalradio Norge

til høringsmøte 6/10-2009 om stortingsmelding om digital radio i Norge

I Stortingsmelding nr. 30 *Kringkasting i en digital fremtid* legges det opp til at en dato for avvikling av FM-sendinger i Norge ikke settes før minst halvparten av norske husholdninger har skaffet en digitalradio. Digitalradio Norge mener at en sluttdato for FM-nettet må settes før dette som et av flere virkemidler nettopp for at salget av digitalradioer skal ta fart. Dette begrunnes i følgende fem punkter:

1. Ingen kjøper ny utrustning før de må. Denne tendensen ses tydelig i skiftet fra analog til digital tv. I flere distrikt av landet kan vi se at salget stiger markant bare uker og dager før analog slukking. Dette på tross av at digital tv for mange innebærer merverdi i form av flere kanaler og bedre bildekvalitet. En overgang på radiosiden innebærer utskifting av flere apparater per husstand, og en tidlig varslet FM-slukking vil gi forbrukere rimelig mulighet til å skifte ut radioene i tide uten stor økonomisk belastning.

2. Salget av digitale radioer flater ut, til tross for klare brukerfordeler.

Nedentående tabell viser salget av radioer *totalt* i Norge, samt salget av *digitale* radioer i perioden 2006-2008.

Salg i 1000 enheter	2006	2007	2008
Radioer totalt *1	779.000	874.000	774.000
Digitale radioer *2	55.000	61.000	61.000
Andel digitale radioer	7,1%	7,0%	7,9%

*1 = Kilde: Elektronikkbransjens statistikk

*2 = Kilde: Undersøkelse TNS Gallup i regi av Digitalradio Norge

Her ser vi to utfordringer:

1. Andelen digitale radioer er lav – dette innebærer at et stort antall radioer vil måtte resirkuleres når det analoge radionettet stenges. Forbrukere vil oppleve misnøye i forhold til investering i utdatert teknologi
2. Veksten i andelen digitalradioer er avtakende. Dette kan forstås som at incentivene til å kjøpe en digital radio ikke er sterke nok, til tross for at det finnes en tydelig digital merverdi.

Fordeler ved DAB digitalradio fremfor FM

- Unike kanaler på digitalradio. NRK Gull, NRK Sport, NRK Super, NRK Folkemusikk, NRK Jazz, NRK Båtvær og NRK Klassisk kan **ikke** høres med en FM-radio. NRK Alltid Nyheter når kun 30% av befolkningen på FM, men hele 80% via DAB digitalradio.
- I distriktene er forskjellen i antall tilgjengelige kanaler større enn vist over. Dette har sammenheng med at i flere områder finnes det bare 2-3 tilgjengelige FM-kanaler! Med digital radio får de samme lytterne i dag 14 kanaler med en DAB digitalradio. Med tanke på radioens funksjon som kulturformidler og sentral samfunnsmessig informasjonskanal, er dette en situasjon som bør tillegges stor tyngde.
- Klarere lyd. Ingen susing,ingen ulyder som følge av signalreflekser.
- Lettere å velge kanal. Man behøver ikke forholde seg til frekvenser. Kanalnavnene kommer automatisk opp på en "rulleliste" og er enkle å navigere blant.
- Tilleggsinformasjon i form av rulletekst. Navn på artist eller melodi, kort info om neste program etc. kan vises på radioens skjerm.
- Fremtidssikker

Tross tydelige rasjonelle fordeler ved å kjøpe digitalradio er altså andelen analoge radioer over 90%!

3. Salget av digitale radioer flater ut, til tross for god tilgang og akseptable priser

At salget flater ut skjer selv om forbrukerne har gode, rimelige mulighet til å kjøpe digitalradioer. Websiden Radioassistant.com gjorde i september -09 en undersøkelse av utvalget innen digitalradio på 3 internetbutikker i Norge. Resultatet er gjengitt under:

Type radio	MPX.no	Elkjøp.no	Expert.no
FM / AM	26	17	10
FM / DAB	7	18	4
DAB	1	0	0
FM / DAB / WWW	3	3	3
FM / WWW	0	0	1
WWW	0	0	0

Dette er bare et utvalg internetbutikker, men Digitalradio Norge (DRN) ser også at de fleste fysiske butikker har DAB digitalradio, om enn i varierende utvalg. Per september 2009 viser et raskt søk som Digitalradio Norge nylig utførte at priser på DAB digitalradio starter på 499 kroner (Elkjøp, modell IRC GSR93DAB).

Konklusjonen er at det finnes digitale radioer tilgjengelig for alle, og at prisen ikke representerer et reelt hinder for kjøp.



DAB digitalradio på Elkjøp til 499 kroner

Et stort antall bilmerker tilbyr også DAB digitalradio som tilbehør til sine modeller. VW og Toyota, Norges to største bilmerker, kan levere DAB digitalradio mot et pristillegg i nesten alle personbilmodellene. (VW Golf har DAB-radio som standard). For nevnte bilmerker ligger pristillegget mellom 1800 og 5000 kroner, avhengig av modell. Toyota har dessuten en radio-løsning som gjør ettermontering (monteres lokalt, ikke på fabrikk) enkelt og rimelig – en fordel for forbruker som først etter bilkjøpet finner ut at DAB digitalradio er å foretrekke. **En undersøkelse DRN gjorde i juni 2009 viser at over halvparten av Norges 30 mest populære bilmodeller kan leveres med DAB digitalradio.**

Etter DRNs oppfatning, gjør kjøpsmulighetene for DAB digitalradio, samt den rimelige prissettingen, produktene lett tilgjengelig for et stort antall nordmenn.

Når de fleste likevel velger å kjøpe analoge radioer, må altså forklaringen søkes i andre faktorer enn pris og tilgang.

4. Sluttbrukere og relevante organisasjoner er informert om DAB digitalradio

DRN har gjennomført aktiviteter for å informere sluttbrukere, radio/tv-handelen, bilbransjen og politikere om DAB digitalradio. Aktivitetene kan deles inn i følgende kategorier:

- a. Pressemeldinger, innlegg i aviser, intervjuer
- b. Informasjonsmøter med salgs- og bransjeorganisasjoner samt politikere
- c. Annonsering og messedeltakelse
- d. Egen webside med nyheter, dekningskart, kjøpeguide med mer
 - a. Pressemeldinger har vært sent ut med en frekvens på ca. 1 melding per måned i snitt. I tillegg har DRN deltatt i et større antall intervjuer og skrevet hyppige debattinnlegg. Senest i september -09 besvarte DRN ved 2 tilfeller påstander rundt radio-digitaliseringen på Adresseavisen`s debattsider. **I perioden januar- medio juni 2009 hadde norsk presse skrevet 73 % flere artikler om DAB digitalradio enn tilsvarende periode i fjor, (468 vs. 271 - kilde: Retreiver).**
 - b. DRN har kontakt med forbundet Elektronikkbransjen med det siktemål at landets forhandlere og importører av radioapparater skal ha korrekt informasjon om situasjonen for digital radio i Norge til enhver tid. I tillegg

gjennomfører vi jevnlig kontakt med både butikkjeder og importører som ønsker informasjon om temaet. Bilbransjen blir også fulgt opp på samme måte, og antall biler som tilbys med digitalradio registreres jevnlig. Møter med politikere har også vært gjennomført.

- c. DRN har også annonsert hos de største butikkjedene i Norge, både hos Expert, Elkjøp og Euronics i 2008.



Annonsen i Elkjøps landsomfattende DM sommeren 2008

DRN har også deltatt ved forbrukerrettede messer, som ElectroWorld høsten 2008.



- d. Vår egen webside har nyttig innhold for forbrukere som vil sette seg inn i hva digital radio er:
- kart over dekningsområdet for DAB digitalradio
 - oversikt over radiokanaler på DAB digitalradio
 - nedlastbar brosjyre om digitalradio, myntet på sluttbrukere og butikker
 - nyheter, inkludert et arkiv
 - kjøpehjelp med forklaringer og relevante lenker til andre websider
 - produktnyheter

Ved søk på Google.no med begrepene "dab", "digitalradio", eller "digital radio" kommer Digitalradio Norge's hjemmeside opp som øverste resultat (per sep -09).

Både bransjeaktører og sluttbrukere har altså hatt god tilgang på informasjon om digitalradio i Norge.

5. Tilbudet av digitalradioer, og grad av markedsføring, er til dels avhengig av en slukkedato for FM. Digitalradio Norge er i jevnlig kontakt med importører og produsenter av DAB digitalradioer. For disse er graden av satsing på DAB digitalradio avhengig av sikker informasjon rundt forventet markedsutvikling i Norge. En slukkedato for FM vil rettferdiggjøre nødvendige investeringer for å kunne produsere og markedsføre DAB digitalradioer i Norge. Særlig for bilbransjen, med lengre planleggingshorisont enn produsenter av småradioer, er dette vesentlig. Selv om markedet i dag kan vise til et rimelig utvalg av DAB digitalradio, er det ingen tvil om at en fullskala satsing fra alle betydelige aktører fordrer entydig informasjon om når FM-nettet tas ut av drift.

6. Oppsummering

Etter mer enn 15 år med digitale radiosendinger i Norge selges det fortsatt en påfallende liten andel digitale radioer. Dette til tross for at 80 % av landets husstander kan motta DAB digitalradio, at det eksisterer klare brukerfordeler på DAB, og at priser og tilgjengelighet i markedet tilsier større salg. DRN mener at summen av dette peker mot at myndighetene må innta en mer aktiv rolle i overgangen til digital radio enn hva som hittil har vært tilfellet. Mange parter er berørt i radiodigitaliseringen, alle med sine interesser. En ren markedsstyring vil gjøre situasjonen usikker for sluttbrukere, handelsaktører og innholdsleverandører. Dette vil i sin tur forlenge overgangen med de ulemper dette innebærer. Tydelig informasjon fra landets myndigheter vil sikre en smidigere overgang der fordelene ved digital radio kommer klart frem, og der de fleste vil kunne tilpasse sine valg på et tidlig tidspunkt.

For mer informasjon, kontakt
Jarle Ruud
Daglig leder Digitalradio Norge
tlf – 403 10 467
post@digitalradionorge.no