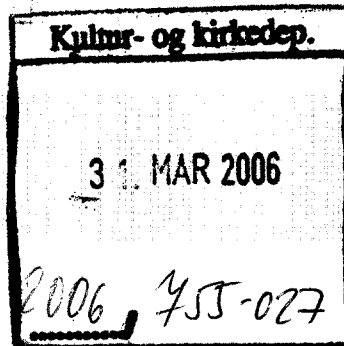




Elektronikkbransjen



Kultur- og kirke-departementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Att. Åse Kringstad

ref:
2006/00755 ME/ME3 AKR:elt

Dato:
29.03.2006

Rapport om digitalradio i Norge, høringssvar fra Stiftelsen Elektronikkbransjen (tidligere Stiftelsen Elektro- og elektronikkbransjen).

Stiftelsen Elektronikkbransjen organiserer distributører av alle typer forbrukerelektronikk på det norske markedet. Medlemmene våre er importører/agenter, handlerkjeder, frittstående handlere og serviceverksteder.

Stiftelsen Elektronikkbransjen stiller seg positivt til det arbeidet som arbeidsgruppen for digitalradio har utarbeidet. Vi er i hovedsak enig i de avgjørelser og konklusjoner gruppen har anbefalt i utredningen som ble lagt fram 19. desember 2005.

I kommentarene våre vil vi likevel presisere følgende:

1. Radiomarkedet i Norge.

Vi regner med at det i dag er i bruk mellom 12 og 14 millioner radioapparater i Norge. Gjennomsnittlig har det de siste ti årene, solgt ca 800 000 nye radioer pr. år i Norge. De siste årene har radiomottakere kommet inn også i nye produktgrupper som tradisjonelt ikke blir regnet som radiomottakere. Dette er for eksempel mobiltelefoner og datamaskiner. Dermed er den årlige omsetning av radioer nå egentlig langt høyere enn gjennomsnittet for de siste ti årene.

Hvis vi forutsetter at den totale bestanden av radioapparater ikke økes utover dagens nivå, tar det mao i underkant av ti år før bestanden av radioapparater er skiftet ut.

Ut fra et miljømessig aspekt er det viktig at så få apparater med FM-radio må kasseres etter at overgangen til digitalradio er fullført.

2. Utfasing av det analoge sendenet (FM).

Bransjens utøvere omsetter nesten alt som selges av radiomottakere i Norge. Derfor er det meget viktig for oss at en nøyaktig plan for utfasing av det analoge sendenet blir vedtatt så snart som mulig. Dette vil ha stor betydning for det produktutvalget bransjens utøvere skal markedsføre. Informasjon til forbrukerne om valg av produkter og teknologiske løsninger er en meget viktig del av arbeidet fra bransjen til publikum.

En plan for overgangen fra analoge til digitale sendinger vil ha betydning for hvilke typer radiomottakere bransjen skal selge.

3. Utbygging av det digitale nettet.

Bransjens aktører opererer mot forbrukere over hele landet og mye av informasjonen og markedsføringen bransjen utfører er rettet mot alle innbyggere. Det er da viktig å få en rask



utbygging av det digitale bakkenettet til den dekningen som er utformet i arbeidsgruppens planer.

4. Radiodekning til den enkelte husstand.

Vi er klar over at utbyggingen av DAB-nettet i utgangspunktet primært er beregnet på mottak med utendørs antenner. Som kjent er mange DAB-radioer, spesielt de bærbare, utstyrt med innebygd antenne. Vi har erfart at innendørs mottaking med slike radioer kan gi for dårlig mottaking. Dette fører lett til missnøye hos brukerne og frustrasjon over det utstyrer de har kjøpt. Dette er verken programselskapene eller bransjen tjent med. Derfor er det et klart ønske fra oss at DAB-nettene og sendereffekter også tilpasses innendørs mottak av radioer med egen innebygd antenne.

Med vennlig hilsen


Synnøve Bjørke
Adm. direktør