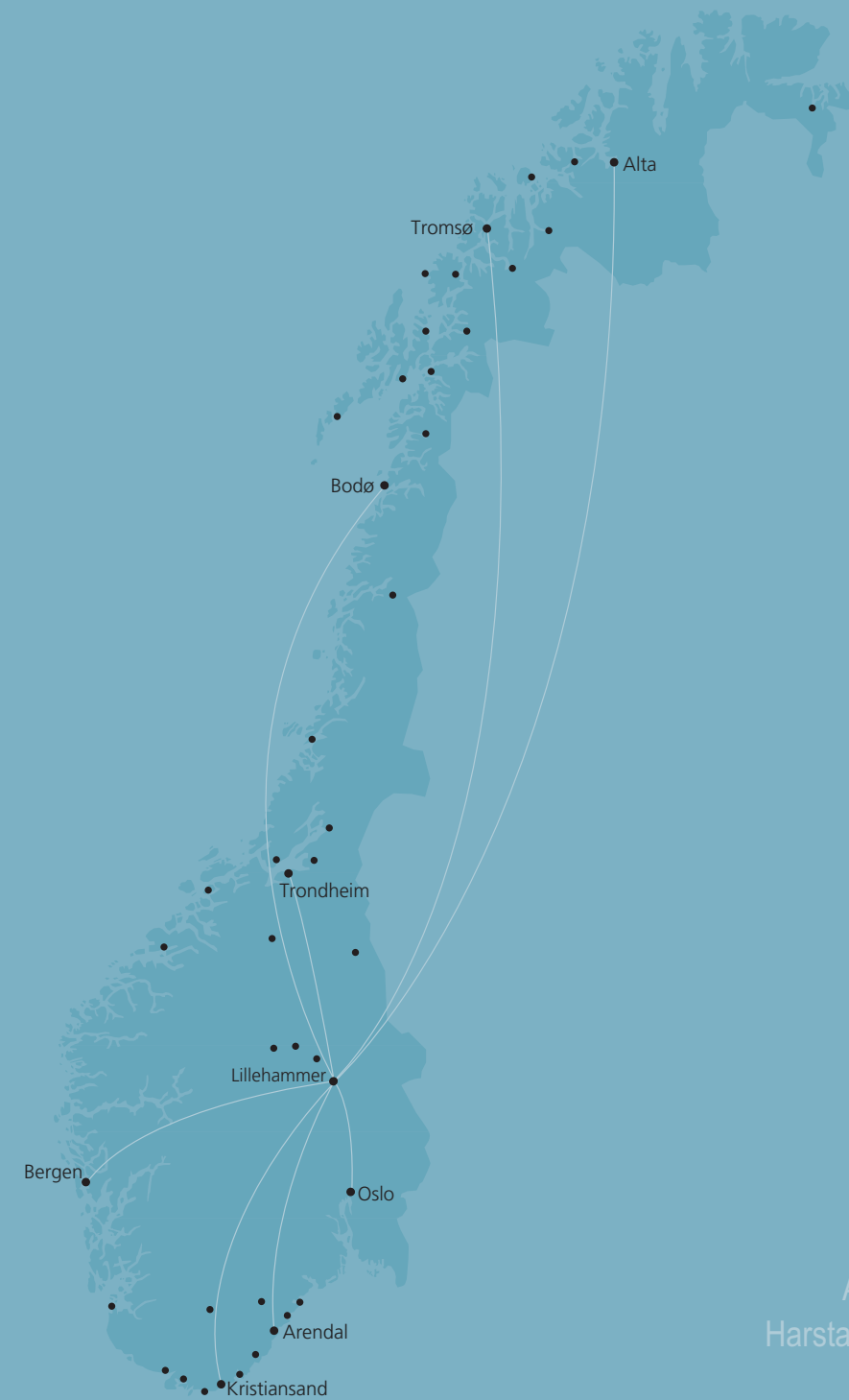


Konsesjonssøknad for  
riksdekkende  
reklamefinansiert  
radiovirksomhet



**KANAL4**

- stemmer fra hele landet -

Adresseavisen - Agderposten - Fædrelandsvennen - Gudbrandsdølen Dagingen  
Harstad Tidende Gruppen - Mediehuset Vårt Land - Norsk Telegrambyrå - 21st Venture

# Innhold

<b>Sammendrag</b> .....	5	<b>Søkerkonsortiet og kompetanse</b> .....	24
		Konvergens i praksis .....	24
		Redaksjonelle synergier til gode for publikum .....	26
<b>Innledning</b> .....	6	<b>Organisasjon</b> .....	27
Programerklæring .....	6	Lokalisering .....	27
Om allmennkringkasting i brede sendeflater .....	7	Driftsmodell .....	27
Styringsmål .....	7	Organisasjonsstruktur for Kanal4 .....	28
<b>Programvirksomheten</b> .....	10	<b>Tekniske forhold</b> .....	29
Programstruktur .....	10	Digital distribusjon (DAB) .....	29
Nyheter og aktualitet .....	12	<b>Økonomi</b> .....	30
Kulturprogrammer .....	13	Markedet for radioreklame .....	30
Programmer for barn & unge .....	15	Budsjett for Kanal4 .....	30
Det flerkulturelle Norge .....	16	Mer om spesielle kostnader .....	31
Livssynsprogrammer .....	17	Finansiering .....	31
Natur, vitenskap & teknologi .....	18	Garantier .....	32
Forbrukerstoff & servicejournalistikk .....	19	<b>Vedlegg</b> .....	33
Programmer for etniske minoriteter .....	20	Vedlegg 1, Juridisk betenkning .....	34
Sport & idrett .....	20	Vedlegg 2, Informasjon om eierbedriftene .....	40
Eldre voksne .....	21	Vedlegg 3, Økonomi .....	44
Musikkprofil .....	21		
<b>Gjenbruk av innhold til undervisningsformål</b> .....	23		

## Sammendrag

- Kanal4 AS søker med dette konsesjon til å sende radio på riksnettet fra 1.januar 2004 slik det går fram av utlysningsteksten fra Kultur- og Kirkedepartementet med søknadsfrist 4. september 2002.

- Søkerkonsortiet består av Adresseavisen ASA (20,34%), Agderposten AS (11,27%), Fædrelandsvennen AS (16,67%), Gudbrandsdølen Dagingen AS (11,18%), Harstad Tidende Gruppen AS (13%), Mediehuset Vårt Land AS (11,27%), Norsk Telegrambyrå AS (5%), og 21st Venture AS (11,27%).

- Kanal4 vil ha sitt hovedkontor på Lillehammer og distriktskontorer i Oslo, Arendal, Kristiansand, Bergen, Trondheim, Bodø, Tromsø og Alta, men også redaksjonelle medarbeidere en rekke andre steder i landet. Kanalen vil legge avgjørende vekt på å bringe frem stemmer fra hele landet.

- Kanal4 vil spille 35% norsk musikk. Kanalen vil i løpet av første driftsår etablere et betydelig musikk arkiv for brede og smale grupper. Kanalen vil også tilby programmer med musikk for smalere grupper. I de smale musikk-programmene vil vi spesielt søke å trekke frem norske komponister og artister i ulike kategorier.

- For å sikre sjangerbredde og fordypende perspektiver i de brede sendeflatene vil kanalen sette forpliktende styringsmål i sjangere som normalt er mangelvare i kommersiell radio. Dette er nærmere kvantifisert på side 8.

- Kanalen vil tilby programmer både for brede og smale grupper og har kvantifisert dette i en egen tabell i kapittelet om programvirksomheten på side 10.

- Kanal4 vil, i tillegg til å etablere en egen nyhet & aktualitetsredaksjon, også ha en kulturredaksjon, en samfunnsredaksjon, en sportsredaksjon og en egen redaksjon for analyse, kommentar og debatt.

- Kanal4 vil med sin regionale forankring bidra til å forme det nasjonale nyhetsbildet med utspring i et bredt tilfang av nyhets- og aktualitetssaker fra hele landet. På denne måten er kanalen med på å virke som motvekt mot ensretting fra nyhetsmiljøet i hovedstaden.

- Blir vi tildelt konsesjon, vil vi i løpet av de første tre månedene gjennomføre de planer som er beskrevet i søknaden på stoffområdene nyhet & aktualitet samt barn & unge. Innen 1 juli 2004 vil planene på kulturområdet og det flerkulturelle Norge være realisert. De planer som er lagt på øvrige stoffområder vil bli realisert fortløpende og senest 31.12.2004

- Kanal4 vil legge vekt på å ha en god inntjening og at radioen skal drives etter sunne forretningsmessige og kommersielle prinsipper.

### Opplysninger om søkeren:

Kanal4 Norge AS  
c/o Styreleder Stein Gauslaa  
Agderposten AS  
Østregate 3, postboks 8  
4801 Arendal

Kontaktperson:  
Ansvarlig redaktør Stein Gauslaa  
Tlf.: 37 00 37 00 (10)  
Faks: 37 00 37 17  
E-post: stein.gauslaa@agderposten.no

For ytterligere opplysninger om selskapet og eierbedriftene bak selskapet, henviser vi til søknaden.

## Innledning

### Programerklæring

*Kanal4 vil revitalisere kommersiell radio og være et ledende nyhetsmedium i Norge. Med forankring i landets regioner skal kanalen bringe frem stemmer fra hele landet. Kanal4 har som sin grunnleggende publisistiske idé å gi stimulans, kunnskap, utvikling og underholdning til så mange som mulig.*

### Annerledes utfordring

Utgangspunktet og utfordringen for kommersiell radio idag er annerledes enn for 10 år siden. Nå er utfordringen å drive en kommersiell radio med basis i brede allmennkringkastingsprinsipper. Vi tror både tidsånden og befolkningens økte kunnskapsnivå gjør det lettere å forene disse prinsippene med sunn kommersiell drift nå enn tidligere. Dette krever imidlertid en ny tenkning, og en relativt radikal omlegging av profil og drift for kommersiell radio.

Radioen må være kommersiell i den forstand at den må tiltrekke seg store lyttergrupper. Det betyr blant annet at musikken må ha en sentral plass også hos Kanal 4. Men lytterne må i sterkere grad stimuleres, gjerne provoseres og utfordres. 160 millioner i konsesjonsavgift, en bred nyhetsdekning, og investorer som ønsker å drive en sunn, kommersiell forretningsvirksomhet, gjør at radioen må skaffe seg et bredt lyttergrunnlag.

### Norsk perspektiv

Det har vært lite produktutvikling i kommersiell radio i Norge de siste årene. Det har heller ikke vært lagt stor nok vekt på å finne balansen mellom fornuftig inntjening og de krav som er stilt fra myndighetene. Tiden er inne til å legge et sterkere norsk perspektiv på denne typen mediedrift, og skjærpe forståelse og respekt for norske allmennkringkastingsoppgaver.

Kanal4 vil utfordre og stimulere NRK med et bredt stofftilfang fra hele landet og dermed gi NRK sterkere konkurranse.

Kanal4 burde ha særlig gode forutsetninger for å forstå og løse de allmennkringkastingskrav som følger av utlysningsteksten. Eiernes solide røtter i en norsk publisistisk tradisjon sikrer en felles referanse for allmennkringkasting. Kanal4 AS er et uavhengig, norsk aksjeselskap uten dominerende enkelteiere, som har interesse for og kompetanse på radiodrift.

Ved å etablere et forpliktende samarbeid mellom eierbedriftene (som til sammen har over 700 redaksjonelle medarbeidere på 50 ulike steder i landet) og radiokanalen, med sin solide sentralredaksjon og sterke regionale kontorer, åpnes det for at et større mangfold av saker med utspring i distriktene får en naturlig plass på den nasjonale dagsorden.

### Nyhetsledende i Norge

Vi mener at dette samarbeidet mellom regionale originalprodusenter av nyheter også gir kanalen gode forutsetninger for å bli nyhetsledende på viktige områder i Norge. Kanal4 vil spesielt forsøke å dra nytte av synergier med eierbedriftene i forhold til å utvikle en innholdstung morgensending. Radioredaksjonen kan starte arbeidet med å følge opp og videreutvikle avisenes hovedsaker 12-18 timer før avisene kommer på trykk framfor å starte samme morgenen med de samme sakene som riksavisene. Dette gir et journalistisk forsprang som i betydelig grad vil øke kvaliteten og aktualiteten av morgensendingen, som er den viktigste programflate for en kommersiell radio.

En viktig del av Kanal4s redaksjonelle profil blir å få frem det som skjer i *hele* Norge. Vi skal fange opp tanker, idéer og meninger fra hele landet, for så å løfte dem i den nasjonale debatten gjennom en spennende og underholdende journalistisk bearbeiding. Bare på den måte kan man sikre den kvalitet og bredde som vi mener er nødvendig for en radiostasjon som ønsker å leve opp til allmennkringkastingsbegrepet.

### Neste fase i kommersiell radio

Det er ikke noe motsetningsforhold mellom det å ha mange lyttere og det å sende stoff som disse lytterne ikke nødvendigvis visste de var interessert i. Dette er en journalistisk utfordring å få til, men fullt mulig å løse.

Mediebedriftene bak denne søknaden ser på muligheten for å etablere en nasjonal radiokringkaster som en naturlig og interessant utvidelse av avisenes og NTBs virksomhet i en konvergerende medievirkelighet. Radiodriften vil bli utviklet på et selvstendig grunnlag, men vi mener at selve eiertilknytningen også vil representere en styrking av miljøene for kritisk og uavhengig journalistikk i distriktene og virke balanserende mot ensretting fra nyhetsmiljøet i hovedstaden.

Vi står nå foran neste fase i utviklingen av kommersiell radio i Norge. Vi tror lytterne forventer en utvikling av produktet, og at det dermed også kommersielt vil være fornuftig å øke innhold og redaksjonell tyngde. Få om noen redaksjonelle miljøer er bedre skikket til en slik oppgave enn den gruppering som står bak denne søknaden.

I de følgende avsnitt blir det konkretisert hvordan Kanal4 vil bygge opp sitt programtilbud med konkrete programforpliktelser og hvilke forutsetninger som er lagt til grunn. Vi har først noen synspunkter på allmennkringkasting i de brede sendeflater og deretter beskriver vi de mer nisjeorienterte programmer.

### Om allmennkringkasting i brede sendeflater

Den tradisjonelle programformen på radio har sin opprinnelse i en tid da en eller noen få offentlig finansierte kringkaster skulle dekke et bredt spekter av behov i samfunnet. Hvert program hadde en egen redaksjon som sto fritt til å utforme programmet tematisk og formmessig slik de fant det mest hensiktsmessig uten å ta særskilte hensyn til andre programmer eller radiokanalens samlede tilbud.

I dag konkurrerer flere kanaler om å være lytternes førstevalg. De utvikler et programtilbud tilpasset en bestemt målgruppe for å knytte til seg lojale lyttere. Denne målgruppeinnretningen kjennetegnes av et gjenkjennbart utvalg av musikk og etablering av redaksjonelle profiler som ”ankrer” (leder) en programflate på 2-3 timer hver dag. Lytterne er på sin side lojale til den radiokanal som samlet sett har det tilbudet som appellerer sterkest til dem.

Når det gjelder fjernsynsmediet er seerne i langt større grad lojale til bestemte programmer og ikke i samme grad til en bestemt kanal. Dersom en TV-kanal sender et smalt program vil seere som ikke ønsker å se dette programmet skifte kanal for så

å aktivt skifte tilbake når det kommer et program som de er interessert i. På radio vil et kanalskifte som oftest medføre et temporært lyttertapp, som dersom dette gjentar seg ofte nok lett kan medføre at lytteren permanent skifter kanalpreferanse.

For at en kommersiell radiokanal best mulig skal løse allmennkringkastingsoppdraget, og samtidig opprettholde et bærekraftig lyttergrunnlag, fordrer det en balanse mellom å produsere smale programmer og legge til rette for en arbeidsform som ivaretar allmennkringkastingsforpliktelsene i brede programflater.

De smale programmene bør i minst mulig grad svekke kanalens tilbud til de brede grupper som bruker den som sin hovedkilde til informasjon og underholdning gjennom dagen.

Tiltakene i brede programflater innebærer at vi systematisk arbeider med å sikre god variasjon av sjangre og tema og en mangfoldig representasjon av ulike geografiske, sosiale og kulturelle grupper i sendingene.

Med brede programflater menes program av to - tre timers varighet, der innholdet er sammensatt av forskjellige tema, repotasjer, intervjuer og studioprat. Brede sendeflater må ikke forveksles med nisjeprogrammer som for eks. barneprogram, program om livssyn, etniske minoriteter etc.

Dette krever at det fra starten av etableres *styringsmål* for journalistisk kultur og arbeidsform som prioriterer og belønner variasjon og fordypning. Det må derfor *rekrutteres* og utvikles medarbeidere med nødvendig journalistisk kompetanse og erfaring. I tillegg kreves en organisering og et system som både letter gjennomføringen og *dokumenterer* det som blir gjennomført.

### Styringsmål

Kanal4 vil etablere operasjonelle mål for å innarbeide allmennkringkastingsforpliktelsene i brede sendeflater. Mål og måloppfyllelse integreres med og presenteres i kanalens allmennkringkastingsregnskap. Dette innebærer for eksempel at det settes helt konkrete mål for hvor mange analyser kanalen skal produsere årlig innenfor ulike stoffområder.

I tabell 1 har vi satt konkrete leveransemål for debatter, analyser og montasjer i ulike sendeflater i forhold til et bredt spekter av stoffområder.

Tabellen gir ikke et utfyllende bilde av den sjangermessige variasjonen på kanalen, men er ment å være forpliktende leveransemål i sjangere som normalt er mangelvare i kommersiell radio. Dette er måltall for å sikre bredde, variasjon og analytiske perspektiver også i studiosendinger som henvender seg til brede lyttergrupper gjennom dagen.

**Tabell 1 Styringsmål for Kanal4**

<b>Styringsmål i antall innslag eller programmer pr. år (eksklusivt repriser og nyhetsinnslag)</b>							
Leveranser fra fire redaksjoner: Kulturredaksjon, Samfunnsredaksjon, Analyse & kommentar redaksjon (AK), Nyhetsredaksjon							
Stoffområder	Redaksjoner med leveransemål	Dagtid hverdager			Kveld/helg		
		Antall innslag/programmer	Antall innslag/programmer	Antall innslag/programmer	Antall innslag/programmer	Antall innslag/programmer	Antall innslag/programmer
		Debatt	Analyse/ kommentar	Radio- montasjer*	Debatt	Analyse/ kommentar	Radio- montasjer*
Kultur	Kultur/AK	50	250	100	50	150	100
Flerkulturelle	Samfunn/Kultur/AK	25	25	20	50	25	30
Livssyn	Samfunn/AK	20	10	25	50	50	50
Etniske minoriteter	Samfunn/Nyhet/AK	3	5	15	3	5	15
Kunnskapsformidling	Alle redaksjoner	10	250		20	50	50
Forbrukerstoff	Samfunn/AK	50		100			50
Natur & vitenskap	Samfunn/AK	50		50			50
Barn	Samfunn/Kultur / AK			250	50		250
Unge	Samfunn/Kultur / AK	25		50	250	100	250
Eldre voksne	Samfunn/Kultur / AK	50	25	250	25		50
Politikk	AK/Nyheter	250	150	50	50		
Utenriks	AK/Nyheter/Kultur	50	150	10			50
Sport & idrett	Nyheter/AK/Kultur	50	250	50		50	50
		<b>633</b>	<b>1115</b>	<b>970</b>	<b>548</b>	<b>430</b>	<b>995</b>

\* Radiomontasjer omfatter sammensatte programinnslag av ulik lengde, samt repotasjer og radiodokumentarer

### Rekruttering og kompetanseutvikling

For å kunne gjennomføre styringsmålene i tabell 1 vil Kanal4 legge vekt på å rekruttere og utvikle redaksjonelle medarbeidere med særlige forutsetninger for å kunne tilføre analytiske og fordypende perspektiver i programvirksomheten.

Særlig gjelder dette medarbeidere som skal arbeide med områdene barn og unge, kultur, det flerkulturelle Norge og utenriksdekningen. Kanalen vil ha fagredaksjoner med medarbeidere som ikke i tillegg er pålagt omfattende forpliktelser for å gjennomføre generelle studiosendinger.

Kanal4 vil søke samarbeid med ledende institusjoner for medieutdanning for å bidra til at radioutdanningen utvikles i takt med arbeidssituasjonen hos kringkasterne. Kanalen vil også etablere en ordning med praksisplasser for journaliststudenter. I denne ordningen vil 8-12 studenter hvert år få tilbud om en praksisperiode i en radioredaksjon.

### Organisering

Målene om større sjangerbredde og fordypende perspektiver fordrer at det etableres egne redaksjonsgrupper med ansvar for faste programposter og integrasjon av disse stoffområdene i de brede sendeflatene. Redaksjonene vil ha fagansvar for faste programposter samt stoffleveranser (innslag, miniprogrammer, analyser og montasjer) til studiosendinger gjennom dagen. Kanalens hovedredaksjoner blir Nyhet & aktualitet, Kultur og Samfunn. Det vil bli etablert en Analyse- og kommentarredaksjon med tyngre redaksjonelle profiler, som vil ha et særlig ansvar for bakgrunnsanalyser, kommentarer og debatter.

Det redaksjonelle arbeidet ledes fra en sentralredaksjon på Lillehammer som setter ut ambulerende oppgaver til regionskontorene og NTBs redaksjon, og som koordinerer samarbeidet med eierbedriftenes fagredaksjoner slik at synergiene kan utnyttes. Det styrende prinsipp for koordineringen er hva som best tjener den nasjonale kanalen.

### Dokumentasjon

For å dokumentere oppnåelsen av styringsmålene vil lyd og tekstavskrifter fra alle innslag som omfattes av tabell 1 legges ut for publikum på internett. Dette er også i tråd med kanalens ønske om gjenbruk av det innholdet som produseres. Kanalen vil organisere programvirksomheten slik at stoff som er relevant for bruk i skolen og i forbindelse med etterutdanning, legges ut for publikum i søkbare arkiver som blir strukturert i samsvar med gjeldende læreplaner.

I tillegg vil dokumentasjonsprosedyrene gjøre stoffet tilgjengelig for lyttere som ikke har fått med seg programmet, og videre sikre større transparens for myndigheter, som skal vurdere kanalens oppfyllelse av konsesjonsvilkårene.

## Programvirksomheten

Kanal4 skal i sin programvirksomhet bringe frem *stemmer fra hele landet* gjennom geografisk og språklig variasjon

Kanalen vil anvende et grammatikalsk korrekt, variert og gjennomarbeidet språk. Innholdet som formidles skal være godt forberedt og ha substans. Kanal4 ønsker å markere avstand til det som av enkelte beskrives som «skvaldreradio».

Programvirksomheten skal bygge på og medvirke til utviklingen av et mangfoldig norsk kulturliv. Kanal4 skal etablere en *arena for dialog* mellom ulike geografiske, sosiale, etniske, politiske og kulturelle grupper i samfunnet. Kanal4 skal bidra med informative og engasjerende programmer som gir lytterne bedre forutsetninger for å forstå og ta aktivt del i samfunnslivet.

Kanalen skal være en *tillitsvekkende og pålitelig informasjonskilde* for lytterne.

Kanalen skal ta i bruk nye arbeidsformer og ny teknologi for å sikre effektiv bruk og gjenbruk av ressurser i egen organisasjon og hos samarbeidspartnere rundt i landet. Slik stoffet samles inn, i samarbeid med regionredaksjonene, vil langt mer stoff i alle programflater være produsert ute blant folk, og ikke bare som studiosnakk. Dette vil gi høyere verbalandel, uten at kanalen av den grunn får mindre oppslutning fra lytterne. Fra oppstart vil kanalen tilby programmer for brede og smale grupper som vist i tabell 2.

### Tabell 2 Forpliktende programleveranser

(inkluderer ikke repriser)

Nyhets og aktualitets sendinger	800 timer pr. år
Kulturprogrammer	620 timer pr. år
Daglige sendinger for barn og unge	525 timer pr. år
Daglige sendinger for den samisk språklige befolkningen	30 timer pr. år
Livssynprogrammer	95 timer pr. år
Programmer om og med det flerkulturelle Norge	77 timer pr. år
Programmer for «de nye eldre»	88 timer pr. år
Programmer om natur, vitenskap & teknologi	87 timer pr. år
Programmer om forbrukerstoff	50 timer pr. år
Programmer om sport & idrett	336 timer pr. år
Faste programmer med musikk for smale grupper	300 timer pr. år
<b>Andel norsk musikk</b>	<b>35%</b>

### Programstruktur

En moderne radiostasjon må tilpasse sine programmer og sitt redaksjonelle innhold til den normale døgnrytmen i befolkningen. Generelt er det slik at folk er på farten mellom 06.00 og 18.00, og mer i ro fra 18.00 til 06.00. Fra morgen til ettermiddag er radioen ledsagermediet. Programmene om morgenen og på dagtid vil være vidtfavnende, med kortere, gjennomarbeidede verbalinnslag – der Kanal4 ønsker å overraske lytterne med ny og nyttig kunnskap – mens den «aktive lyttingen» er størst etter klokken 18.00. På ettermiddags- og kveldstid gir programmene mer rom for fordykning, konsentrasjon og spesielle interesser. Kveldstid er spesielt egnet til innhold som krever stor konsentrasjon.

*Morgensendingene i tiden 06-09* er preget av regionale, nasjonale og inter-nasjonale nyheter, værmeldinger, trafikkinformasjon, råd, tips og oppmuntring. Her er også anledning til å sette dagsorden, skape dagens samtaleemner og fortelle om aktiviteter rundt om i landet. Kanalen vil også søke et nært samarbeid mellom egne regionkontorer og de sentrale redaksjoner hos eiergruppen bl.a. for å kunne starte arbeidet med å forberede nyheter og aktualitetssaker til morgensendingen allerede tidlig dagen i forveien.

*De tidlige formiddagsprogrammene i tiden 09-12* vil være preget av at arbeidsdagen har begynt for de fleste lytterne, og at det for en stor del er folk i aktivitet vi sender til. Sendingene bør legges opp med en noe lettere profil enn morgensendingene – som har en betydelig verbalandel. Dette er en velegnet tid for servicejournalistikk i bred forstand. Det er et stoffområde med en målsetning om å hjelpe lytterne til selv å foreta riktige valg. I formiddagssendingene vil derfor journalistiske innslag om helse, fritid, samvær, kultur, utdanning, arbeidsliv, varer og tjenester ha en bred plass. Her er også tid for diskusjon og interaktivitet med god, gammeldags folkeopplysning, der lyttere spør og ekspertene svarer.

*De øvrige formiddagsprogrammene fra 12-15* er velegnet til varierte og bredt favnende kulturprogrammer. Her er en fin arena for reportasjer, debatt, analyser og anmeldelser hentet fra konserter, musikkutgivelser, bøker, teater, film og billedkunst.

*Ettermiddagsprogrammene fra 15-18* vil være preget av nyheter, aktualitet og debatt, trafikkmeldinger og annen nyttig informasjon. Sendingene oppsummerer

nyhetsbildet, ser fram mot kveldens og morgendagens begivenheter. På grunn av tidsforskjeller til de asiatiske og amerikanske kontinenter, vil utenriksstoff ha en naturlig plass her. Det er i denne tidsbolken det er naturlig å legge et samfunns-magasin som utdyper, analyserer og debatterer hendelser fra inn- og utland.

*Fra 18-19* vil Kanal4 tilby en daglig time for barn. Programmene legges slik opp at tilbudet for de yngste barna (4 -8) kommer etter barne-TV klokken 18:30. Timen starter med Barnas Her og Nå – for de litt eldre mellom 8-12 – og fortsetter så med Barneradioen. (Se eget avsnitt om barneprogrammene.)

*Fra 19-20* vil Kanal4 tilby gjennomarbeidede programmer som krever aktiv lytting og konsentrasjon, og som gir rom for den rolige samtalen med tid til refleksjon og resonnementer. Disse er beskrevet i egne kapitler i søknaden.

*Sendetiden fra 20-22* vil mandag til torsdag være et særlig tilbud til ungdom i alderen 13-18. Det vil være debattprogrammer og aktuelle programmer om utdanning, helse, familie og samliv. Ønskeplater og hitlister har en selvsagt plass i enkelte programmer for ungdom.

*Sendetiden mellom 22-24* mandag til torsdag vil preges av musikkprogrammer i ulike sjangere.

*Sendingene i helgene* vil preges av oppsummering og analyser av ukens begivenheter, dekning av aktuelle kultur og idrettsarrangement samt en rekke programmer for smalere lyttergrupper.

*Nattsendingene* vil særlig ta hensyn til dem som er i arbeid på denne tiden av døgnet og blant annet inneholde et tilbud om repriser av de beste programmene som denne gruppen går glipp av på dagtid.

Kanal4 har som en av sine absolutte hovedmålsettinger å gjøre verbale innslag i brede sendeflater så meningsfulle som mulig for lytterne. Allmennkringkastingsrådet har i en årrekke etterlyst en høyere verbalandel hos dagens konsesjonshaver.

Vår oppfatning er at verbalandel alene muligens ikke er det beste styringsmålet for å sikre analytiske og fordypende perspektiver i sendingene. Vi er opptatt av å finne egnede styringsmål for å sikre at innholdet som sendes er gjennomarbeidet og holder høy kvalitet.

Tilfanget av stoff og idéer for å muliggjøre en slik målsetting er stort: Med sterke regionkontorer som i tillegg til egen produksjon vil ha oversikt over redaksjonelt stoff, tips og idéer som til en hver tid er tilgjengelig i avisredaksjonene rundt om i landet, vil det være mulig for avviklere daglig å få substansielle saker som bakgrunn for sine verbale innslag. Det nære samarbeidet med NTBs redaksjon, som følger nyhetsbildet nasjonalt og internasjonalt 24 timer i døgnet, vil også sette kanalen i stand til alltid å være først med løpende oppdaterte nyheter.

Verbale innslag kan gjerne være basert på «dagens/ukens tema». Temaene skal ikke nødvendigvis annonseres, men hentes fra kulissene i det løpende nyhetsbildet. Ved bruk av radioens ulike sjangere vil det på en variert og ikke påtrengende måte bli gitt «dybdebilder» rundt aktuelle hendelser. På den måten kan man gjennom hyppige, men korte studiestikk gi lytterne økt innsikt, kunnskap og forståelse for det som skjer rundt oss – og kanskje sette dagsorden for hva det prates om hjemme og på arbeid. «Dagens/ukens tema» vil også være forbrukerrelatert stoff i takt med årstidene, presentasjon av andre land og kulturer, presentasjon av kulturpersonligheter, etc. Gjort på den rette journalistiske måte vil slike innslag heller kunne øke lyttertallene enn svekke dem.

Medarbeidere fra de ulike distriktskontorene og redaksjonene vil få ansvar for «dagens/ukens tema». Systematisk planlegging og i tillegg innlegging av tidløse temaer i en felles temabank gjennom hele året, vil sikre at «dagens/ukens tema» blir et fast innslag på kanalen.



## Nyheter og aktualitet

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Nyhetsbulletiner hver time/halvtide	186	9300	400
Utvidet nyhetssending	20	1000	150
Nyhetsbrudd	6	300	2
Debatt og aktualitet	5	250	150
Analyser/kommentarer innenriks/politikk	3	150	10
Analyser/kommentarer utenriks	3	150	10
Utenriksmontasjer	1	60	15
Politiske montasjer	1	50	13
Mediekritikk	1	50	50
			<b>800</b>

Kanal4 vil bruke betydelige ressurser på nyhetstjenesten. En troverdig nyhets-tjeneste er en absolutt forutsetning for å lykkes som riksdekkende kommersiell radiokanal.

En overordnet målsetning for kanalens nyhets- og aktualitetsdekning vil være å bringe et *større mangfold* av saker på den nasjonale dagsorden ved den tilknytningen kanalen har til regionene, gi lytterne en sterkere og *mer engasjerende opplevelse* av nyhetsbildet og *bedre bakgrunn for å forstå* hendelser og prosesser i inn- og utland. Kanalen vil ha som mål å produsere en stor andel egennyheter og være nyhetsledende på en rekke områder. Det vil være mulig med de ressurser som vil bli stilt til disposisjon på dette området, og med de synergier som det er mulig å utnytte med eierbedriftene.

I tillegg til en nyhetsdekning som vil speile begivenheter i hele landet, vil kanalen også ha en solid forankret utenriksdekning.

## Eksempel på Nyhetsdekning

Kanal 4 vil ha *faste nyhetsbulletiner* gjennom hele dagen.

Kanalen vil tilby *fire daglige utvidede nyhetssendinger på 15 minutter* med bredere reportasjer enn i bulletinene og innslag fra regionkontorene.

Kanalen vil hver ettermiddag tilby *et aktualitetsmagasin på 30 minutter* med debatt, kommentarer, analyse og bakgrunnsstoff med utgangspunkt i det nasjonale nyhetsbildet.

Dette aktualitetsmagasinet utvides hver fredag til *en times program med fordypning* og de viktigste saker innenfor kultur og samfunnsliv i uken som har gått. Dette vil være kanalens redaksjonelle flaggskip og betydelige ressurser vil bli brukt for å gi programmet en ledende plass for meningsbrytning i Norge.

I programposten **Mediespeilet** vil mediefolk, forskere og samfunnsvitere rette søkelyset mot mediens rolle og funksjon i samfunnet. Programmet presenterer analyser og tar opp til debatt aktuelle saker og gir perspektiver på hvordan disse sakene dekkes av mediene. Programmet sendes lørdager klokken 15:00-16:00

NTBs nett av korrespondenter og samarbeidsavtaler med alle de ledende nyhetsbyråer i verden, setter kanalen i stand til å speile alle viktige internasjonale begivenheter. Særlig godt rustet vil vi være for å få til en bred dekning av nordiske forhold, fordi NTB har fri tilgang til all nyhetsproduksjon fra de øvrige nordiske nyhetsbyråer.

Vitenskap, forskning, utdanning og helse skal bli inkludert i nyhetsbildet – slik at «elendighetsjournalistikken» fra krim og rettspleie ikke er enerådende. *Nyheter folk kan bruke* vil være en av parolene i nyhetstjenesten.

Kanalen vil søke å gi lytterne større nærhet til nyhetene og en mer autentisk opplevelse ved å utnytte radioens fortrinn, og aktivt bruke lydopptak og kontentum fra de aktuelle omgivelsene under presentasjon av nyhetene.

For å gi lytterne bedre bakgrunn for å forstå nyhetsbildet vil kanalen satse på analyser og kommentarer fra en egen redaksjon, supplert med sterke profiler fra kultur og samfunnsliv.

Analyser og kommentarer vil være viktig i kanalens utenriksdekning. Ved å benytte denne sjangeren hyppig på utenriksstoff, vil vi på en forståelig måte sette fragmenterte nyhetsinnslag fra utlandet inn i en sammenheng for lytterne.

## Kulturprogrammer

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Faste programmer	5	250 stk.	250 timer
Radiomontasjer	4	200 stk.	100 timer
Analyser/kommentarer	8	400 stk.	20 timer
Debatter	2	100 stk.	50 timer
Populærkulturelt magasin	2	100 stk.	200 timer
			<b>620 timer</b>

## Noen aktuelle festivaler

Folkemusikkfestivalen i Førde

Riddu Riddu festivala

Telemarksfestivalen

Barnas kulturfestival

Olavfestdagene i Trondheim

Oslo jazzfestival

Kongsberg jazzfestival

Notodden bluesfestival

Jazzfestivalen i Molde

Festspillene i Nord Norge

Risør kammemusikkfestival

Ultima festivalen i Oslo

Landsfestivalen for kor i Ålesund

Månefestivalen i Fredrikstad

Quart festivalen i Kristiansand

Målet for kulturjournalistikken i Kanal4 vil være å bidra til større forståelse og interesse for kulturuttrykk som ulike grupper av befolkningen vanligvis ikke har hatt noe forhold til. Dette skal blant annet gjøres ved å:

- Synliggjøre og debattere fordommer, og gjerne ta humor i bruk for å vise fordommer om kultur.
- Vise hvordan ulike uttrykk er i slekt med hverandre - for eksempel hvordan samtidsmusikk i noen tilfeller er inspirert av folkemusikken.
- Bruke konkrete eksempler på hvordan musikk har blitt til i skjæringspunktet mellom ulike tradisjonelle sjangere.
- Være til stede på ulike kulturfestivaler for å formidle det som fremføres og snakke med utøvere og publikum.
- Drive aktiv kulturkritikk og analyse - både ved hjelp av kanalens egne medarbeidere, og ved å engasjere eksterne kritikere og debattanter.

Både populærkultur og smalere kulturuttrykk har sin plass i norske medier. Men inntrykket er at det både blant kulturinteresserte, i vid forstand, og i kulturjournalistikken, er ganske skarpe grenser mellom det vi ofte omtaler som «smalt» og «bredt», og at det heller ikke er noen større interesse for å fjerne disse grensene.

Vi tror det skal være mulig å skape interesse for en noe annerledes form for kulturjournalistikk på radio.

Kunst- og kulturuttrykk i form av film, litteratur, musikk, revy, teater, stand-up-show og billedkunst egner seg svært godt på radio når det formidles og presenteres av kreative og analyserende journalister med innsikt i stoffområdet. Særlig på dette feltet vil Kanal4s distriksprofil være av stor nytte, fordi kanalen kan formidle kunst og kultur fra hele landet. En interessant og nyttig måte å løse dette på kan for eksempel være at to av våre journalister fra to vidt forskjellige deler av landet anmelder samme film, roman, diktsamling eller musikkutgivelse, for så å diskutere sine innfallsvinkler i en diskusjon i studio etterpå. En slik måte å løse stoffområdene på skaper refleksjon, og vil også bidra til å styrke norsk identitet og kultur.

### Programeksempler

I programposten **Historielaget** er essensen den gode historie. Programmet skal videreføre gammel fortellertradisjon og dele historier om levet liv som fortelles rundt i landet. Magasinflate på 1 time, 3 deltakere og fast programleder. En kultur eller samfunnsprofil med geografisk tilknytning til stedet som skiftes ut når programmet kommer til et nytt sted. En lokalhistoriker/stedsprofil fra hvert sted som kan gi lytterne nye perspektiver på stedets tradisjon og historie.

I programmet **Wergeland Live** presenteres en fiktiv samtidsradio fra det 18. og 19. århundre der markante kulturpersoner innenfor musikk, billedkunst, litteratur og språkforskning uttaler seg som privatpersoner om sin samtid. Redaksjonen vil særlig trekke frem nøkkelpersoner som gjennom sitt arbeide har bidratt til å forme vår nasjonale identitet. Programmet er en dramatisering basert på originale kilder; brev, intervjuer og dagbøker.

I programmet **Lesesirkelen** vil kanalen hver uke presentere en norsk samtidsforfatter og utdrag fra forfatterskapet. I tillegg vil programmet presentere norske klassikere i roman og novelleform som føljetonger tilrettelagt for radio.

**Kulturrikase** - Deler av kulturlivet har kapitulert og slått seg til ro med at det er oss og de andre. Hvordan kan vi åpne større deler av kulturen for et bredt publikum. Hva var egentlig tenkt og ment med det som ble gjort, bildet som ble malt, musikkstykket som ble skrevet.

Kanal4 skal være tilstede der folk samles om kulturbegivenheter, og derfor vil vi lansere begrepet «*Festivalradioen*». Vi planlegger direkte sendinger fra kulturfestivaler landet rundt, og drive aktiv kulturjournalistikk i tråd med de målene vi har satt oss fra de festivalene vi besøker. Dette åpner for å sende smal musikk og dekke smale felt på en mer naturlig og aktuell måte.

### Programmer for barn & unge

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Programmer for barn mellom 4 og 8 år	5	250 stk.	125 timer
Programmer for barn mellom 9 og 12	5	250 stk.	125 timer
Programmer for unge 13 år og eldre	5	250 stk.	250 timer
Nyheter for barn	5	250 stk.	9 timer
Debatter	0,5	25 stk.	4 timer
Montasjer	1	50 stk.	12,5 timer
			<b>525,5</b>

Radioen, med sine lydbilder, har vært en viktig kilde for å stimulere barns opplevelser og fantasi. Slik bør det fortsatt være. Kanal4 vil utvikle barneprogrammer for tre årsklasser og med en musikkprofil som er tilpasset de tema som behandles, og den målgruppe programmet henvender seg til.

Kanalens tilbud til barn og unge må også ses i sammenheng med kanalens strategi for kunnskapsformidling, jf. søknadens kapittel 4.

For den yngste målgruppen, 4-8 år, vil kanalen tilby daglige programmer med opplesning av barnelitteratur, radiofortellinger, føljetonger, dramatiseringer og barns egne fortellinger og reportasjer der barn selv kan snakke om det de synes er vanskelig, om mobbing, om det å være utenfor sammen med fortellinger om mot og det å overkomme vanskeligheter.

### Programeksempler

Aldersgruppen , 4-8 år, **Barneradioen**  
sendes hverdager klokken 18:30 – 19:00

Aldersgruppen 8-12 år, **Barnas Her & Nå**, aktualitetsmagasin  
sendes hverdager klokken 18:03 - 18:30

Aldersgruppen 13 og eldre, debattprogrammet **13Plus**  
sendes hverdager mellom klokken 20:00 og 21:00



Kanalen vil søke samarbeid med forlag og forfattere for å få frem et bredt utvalg klassiske (Alf Prøysen, Thorbjørn Egner og Anne Cath. Vestly) så vel som moderne barnefortellinger. I tillegg vil det jevnlig bli presentert barnefortellinger fra andre land og kulturer.

For aldersgruppen 8-12 år vil kanalen tilby et daglig aktualitetsmagasin av og med barn med nyheter, intervjuer med referansepersoner, spørrekonkurranser, matinnslag, temadiskusjoner og humor.

For aldersgruppen 13 og eldre vil kanalen tilby et debattforum som baserer seg på et fast tema som innledes med en reportasje, en kommentar eller en studio-innledning som følges av debatt. Naturlige tema for en slik satsning vil være bl.a. familie, utdanning, fysisk og psykisk helse, seksualitet, teknologi og musikk.

På grunn av Kanal4s nett av distriktskontorer fra nord til sør har vi en spesiell forutsetning for å skape barne- og ungdomsprogram som reflekterer situasjonen og hverdagen for barn og unge i alle landsdeler. Det at barna med jevne mellomrom får høre program og innslag fra sin egen region bidrar til å styrke språket og følelsen av identitet og tilhørighet.

Sendetidene for kanalens programmer for barn og unge er tilpasset øvrige nasjonale medier for å unngå sendetidskonflikter med andre tilbud til denne målgruppen. Hovedpoenget må være å få et variert tilbud til barn – ikke at mediene konkurrerer mot hverandre om denne målgruppen.

### Det flerkulturelle Norge

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Kebab & Ertestuing	1	50 stk.	50 timer
Debatter	1,5	75 stk.	12 timer
Analyse/kommentar	1	50 stk.	2 timer
Montasjer	1	50 stk.	12,5 timer
			<b>77 timer</b>

### Programeksempel

I programposten **Kebab & Ertestuing** vil kanalen tilby et program for nordmenn laget av fremmedkulturelle. I denne satsingen vil lytterne få møte velintegrerte innvandrere fra hele landet som har funnet seg godt til rette i samfunnet vårt.

Med unntak av NRKs satsinger på det flerkulturelle Norge, spesielt i regi av NRK Østlandssendingen, går mediernes dekning av det flerkulturelle i tradisjonelle spor.

Mål for den flerkulturelle dekningen i Kanal4 er:

- Å drive kritisk journalistikk i forhold til politiske og praktiske utfordringer i integrasjonen av fremmedkulturelle i det norske samfunnet.
- Å granske utfordringer i møtet mellom fremmedkulturelle og norsk samfunnsliv/arbeidsliv i vid forstand.
- Å belyse hvordan ulike kulturer representert i det norske samfunnet påvirker den tradisjonelle norske måten å leve på, blant annet når det gjelder sosiale omgangsformer, matvaner, kulturuttrykk, trender og språk.

Det er særlig i dette siste Kanal4 ser en mulighet til å utfylle den tradisjonelle norske mediedekningen av det flerkulturelle Norge. Ved å ta opp temaer som viser hvordan innslaget av mennesker fra andre kulturer påvirker oss positivt over tid, og ved å se på hvordan overgangen til et flerkulturelt samfunn har ført til større variasjon og nye impulser, kan vi utvide perspektivet fra den klassiske problemstillingen for/mot fremmedkulturelle. Kanalen vil både ha et fast ukentlig magasin som tar opp aktuelle tema og innarbeide dette perspektivet i kanalens øvrige programvirksomhet.

Kanalen vil rekruttere medarbeidere med fremmedkulturell bakgrunn.

### Livssynsprogrammer

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Magasinprogram	1	50 stk.	50 timer
Debatter	1	70 stk.	11,5 timer
Analyse/kommentar	6	300 stk.	15 timer
Montasjer	1,5	75 stk.	18,5 timer
			<b>95 timer</b>

### Programeksempel

I programmet **Pantheon** vil kanalen etablere et forum for livssyn, religion og filosofi der moderne mennesker møtes på søken etter svar på de vesentlige spørsmål i livet. Programmet sendes søndager klokken 08:00 –09:00. Et bærende stikkord for livssynsprogrammene, blir dialog, ikke monolog.

Forkynnende program vil bli sendt i forbindelse med de store høytidene.

I Kanal4s livssynsprogrammer ønsker vi å poengtere at livssyn angår alle mennesker. Vi vil ikke at programmene skal få en ekskluderende profil som gjør dem interessante bare for en liten gruppe mennesker.

Noen av de mest vellykkede livssynsprogram i radio i de senere år er de der to mennesker med ulike livssyn møtes i åpen og direkte samtale om eksistensielle spørsmål. Slike møter kan nedbygge fiendebilder i det nye, flerkulturelle Norge og gjøre partene mer bevisst på egen tro.

Det vil også være meget aktuelt å satse på program som formidler *livshjelp* til lytterne. Kirken har en to tusen år lang tradisjon i å drive sjelesorg. Tematisk vil dette programkonseptet være meget bredt og på lytternes premisser, der gode programledere med trygghet i eget livssyn kan søke å gå inn i ulike problemstillinger. Konkret samlivshjelp er for eksempel et meget aktuelt tema som i liten grad er fremme i andre kanalers program. Til livssynsprogrammene vil det også foreligge et innholdstilpasset spekter av musikk.

Også når det gjelder livssynsprogrammer har Kanal4 en åpenbar fordel fordi vi er representert i hele landet. Vi vil kunne presentere ulike miljø og personer som har arbeidet og deltatt innenfor forskjellige livssynsgrupper i hele landet, ved hjelp av kontaktnettet og kjennskapet våre journalister har til de forskjellige trosretningene, livssynsforeningene og menighetene i sitt distrikt.

### Natur, vitenskap & teknologi

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Faste programmer	1	50 stk.	50 timer
Debatter	1	50 stk.	12,5 timer
Montasjer	2	100stk.	25 timer
			<b>87,5 timer</b>

Kanalen vil arbeide med dette stoffområdet både gjennom «miniprogrammer» gjennom uken og i en fast programpost. Denne redaksjonen vil arbeide med å

popularisere vitenskapelige gjennombrudd innenfor helse, miljø og teknologi med vekt på hvordan disse forventes å påvirke måten vi lever på og etiske dilemma som mange nyvinninger kan føre med seg.

Det er også et betydelig tilfang av nye forskningsprosjekter og forskningsresultater ute ved universiteter og høyskoler som regionavisene har lett tilgang på. Også på dette området vil vår regionmodell være meget velegnet for produksjon av stoff til kanalen.

### Forbrukerstoff & servicejournalistikk

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Debatter	1	50 stk.	12,5 timer
Montasjer	3	150 stk.	37,5 timer
			<b>50 timer</b>

Kanalens målsetting med dette stoffområdet er å hjelpe lytterne med å foreta valg. Servicejournalistikken vil dekke et bredt spekter av produkter og tjenester fra private og offentlige leverandører. Dette stoffområdet har en naturlig plass både i nyhetsformidlingen og i sentrale programmer.

Servicejournalistikk kan også inneholde et tradisjonelt «Vi hjelper deg» konsept. Spesielt er behovet til stede blant eldre lyttere. Kanalen kan gjennom programinnslagene på en forståelig måte informere om pensjonsrettigheter, trygd, rett til institusjonsplass etc. Men vi vil også bringe temaer for bredere grupper, som hvordan gå frem når man skal skaffe seg pass, søke om visum, få lån, få godkjent en byggesak, velge sykehus, etc. Ventetidsbarometer for alle typer køer i samfunnet er også eksempel på servicejournalistikk på kanalen.

### Programeksempel

Kanalen kan gjennom programinnslagene *Hjemmehjelpen* på en forståelig måte informere om pensjonsrettigheter, trygd, rett til institusjonsplass etc. Men også bringe temaer for bredere grupper, som hvordan gå frem når man skal skaffe seg pass, søke om visum, få lån, få godkjent en byggesak, velge sykehus etc. Ventetidsbarometer for alle typer køer i samfunnet vil også kunne være innslag av servicejournalistikk på kanalen.

Programposten *Vi spør for deg* gjør det mulig for "den lille mann" å få tak i beslutningstagere og de rette informasjonsmedarbeiderne som på luften kan avgjøre og svare korrekt i store og små saker.

## Programmer for etniske minoriteter

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Daglige nyhetsendinger på samisk språk	5	250 stk.	10 timer
Analyse/kommentar	5	250 stk.	10 timer
Debatter	0,25	13 stk.	2 timer
Montasjer	0,5	30 stk.	7,5 timer
			<b>29,5 timer</b>

Kanal4 vil tilby daglige nyhetsendinger på samisk. I tillegg vil kanalen i samarbeid med samiske institusjoner presentere en daglig analyse/kommentar på norsk språk etter nyhetsendingene. Dette vil typisk være saker om samiske forhold, politikk, kultur og tradisjon.

Innslagene i etterkant av de samiske nyhetene vil dreie seg både om nordsamer, lulesamer, sørsamer og kvener.

Kanalen vil legge vekt på å inkludere perspektiver fra ulike minoritetsgrupper i samfunnet i sin programvirksomhet generelt, og i nyhets- og aktualitetsdekningen spesielt. Kanal4 har etablert en dialog med det samiske senteret i Tysfjord for å utvikle et samarbeid om programskaping for og om den samiske kultur. Kanalen vil også søke samarbeid med samiske journalistiske miljø i forbindelse med produksjon av nyhetssendinger.

## Sport & idrett

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Nyheter	1		50
Direktesendinger	2	2	100
Magasiner	2	2	100
Lilleputt (sportsmagasin for barn)	1	50	50
Debatt	1	50	8,5
Analysar / kommentar	6	300	15
Montasjer	2	50	12,5
			<b>336</b>

## Programeksempel

I programposten **Lilleputt** vil kanalen ta opp mangfoldet i barne og ungdoms-idretten rundt i landet. Programmet vil prøve å speile det frivillige arbeidet og det sosiale livet i klubber og idrettslag. Her vil kanalen gi unge idrettsutøvere anledning til både å møte sine sportslige forbilder og snakke om sine håp og ambisjoner for fremtiden.

Kanalen vil ha daglige nyheter fra sport og idrett som presenteres i sammenheng med kanalens ordinære og utvidede nyhetsendinger. Kanalen vil søke å samarbeidet med Norges Fotballforbund og tilsvarende særforbund for andre idretter. Kanalen vil i stor grad også involvere regionkontorene og sportsredaksjonene i eier-bedriftene. Kanalen vil tilby et ukentlig magasinprogram for debatt, nyheter og aktualitetstoff fra dette feltet.

En gang i uken vil Kanal4 tilby et magasinprogram om sport og idrett rettet mot barn.

## Eldre voksne

	Pr. uke	Pr. år	Timer pr. år
Montasjer	6	300 stk.	75 timer
Debatter	1,5	75 stk.	12,5 timer
Analyse/kommentar	0,5	25stk.	1 timer
			<b>88,5 timer</b>

Som riksdekkende kringkaster vil det for kanalen være viktig å ta hensyn til de endringer som skjer i befolkningens alderssammensetning. I årene som kommer vil Norge få en betydelig samfunnsgruppe som ofte betegnes som «De Nye Eldre». Kanalen ønsker å utvikle et tilbud til denne målgruppen og vil bestrebe seg på å denne befolkningsgruppens perspektiver kommer til uttrykk i offentligheten og at tema som gruppen er særlig opptatt av blir dekket inn i kanalens programvirksomhet.

## Musikkprofil

*Kanal4 vil spille 35% norsk musikk.*

For å nå brede lyttergrupper må Kanal4 tilby variert populærmusikk innrettet mot en voksen målgruppe. Kanalen vil bestrebe seg på å finne og presentere musikk fra sjangere som rock, soul, funk, reggae, blues, jazz, country/roots, viser, revytekster og folkemusikk, og gi disse en naturlig plass i det generelle musikktilbudet.

## Programeksempler

I programmet **Roots 66** presenteres sentrale skikkelser fra roots bevegelsen og deres musikk. Programmet sendes lørdager klokken 21:00 – 22:00

Programposten **Rodeo** presenterer både tradisjonell og moderne country musikk.

Programmet sendes lørdager klokken 22:00 – 23:00

I Programmet **Timbuk2** presenteres folkemusikk og musikkstykker som har sitt utspring i denne sjangeren. Denne musikkategorien går gjerne under fellesbetegnelsen World Music. Programmet sendes lørdager klokken 23:00 – 24:00

For jazz interesserte tilbyr kanalen **Kool Kats** fra midnatt lørdager og en time inn i natten.

I programmet **Blå Mix** vil kanalen tilby et bredt spekter blues musikk.

Programmet sendes lørdag natt.

I programposten **Postboks Bjørvika** vil kanalen etablere et forum for kunstmusikk.

Kanalen ønsker å engasjere kammerensemble fra hele landet til å fremføre både samtidsmusikk og klassiske verk.

Programmet sendes søndager mellom klokken 09:00 og 10:00

## Gjenbruk av innhold til undervisningsformål

I de fleste større medier foregår det omfattende innholdsproduksjon som kan brukes i sammenheng med formell eller uformell utdanning. Mye av denne innholdsproduksjonen blir imidlertid ikke utnyttet fullt ut. Mediene nøyer seg med å presentere det innhold som mediet produserer i sin ordinære virksomhet. Normalt er medienes nettstedet ikke lagt til rette for brukernes behov i en læringssituasjon.

Alle redaksjoner i Kanal4 vil produsere stoff som kan være verdifullt for elever på alle nivå. Dette gjelder ikke bare temaprogrammer, men også analyser, kommentarer, intervjuer med samfunnsprofiler, reportasjer, debatter, montasjer osv.

Basert på denne programskapingen vil Kanal4 utvikle et rikt temabasert arkiv med lyd, lydavschrift og tilleggsressurser som kan benyttes i forbindelse med læring. Arkivet vil favne sentrale tema innenfor kultur, vitenskap, politikk og samfunnsliv, og vi kaller arkivet for *Radioakademiet*.

Ved å planlegge Radioakademiet -slik at det tas hensyn til hvordan stoffet kan utnyttes i ulike bruks- og læringssituasjoner, kan vi tilby lytterne både rikere og mer målrettede ressurser.

Kanalen vil tilrettelegge den interne produksjonsprosessen for multimedial publisering slik at det ikke bare er selve lydfilen, men også de journalistiske forberedelsene til programmet (for eksempel relevante nettsteder, kilder, samt tekstavschrift av programinnholdet) som blir gjort tilgjengelig for publikum.

Vi tar sikte på å publisere det vi produserer tilrettelagt for bruk i skolen, og vil ta hensyn til behovene der når programtemaer skal planlegges. Her er det ofte sammenfallende interesser siden skoleverket i stor grad benytter seg av nyhet- og aktualitetstoff i læringsarbeidet.

Dette materialet vil rutinemessig bli tematisk ordnet og lagt ut på kanalens nettsted som lenker, lydfiler, og utskrifter i ordnet og søkbar form fritt tilgjengelig for publikum.

En nasjonal radiokringkaster har et særlig ansvar for å slippe til norske artister og norskkomponert musikk både i smale og brede musikkjangere. Kanal4 vil søke løpende dialog med plateselskapene og organisasjonene i musikklivet for å finne gode måter å presentere ny norsk musikk eller nye norske artister.

Kanalens musikkprofil vil varieres gjennom døgnet for best mulig å tilpasses de ulike lyttergrupper som en nasjonal kringkaster treffer på forskjellige tidspunkt. Det vil for eksempel være typisk at lyttersammensetningen på kveldstid i stor grad er ungdom som vil ønske et annet musikktilbud enn voksne lyttere på dagtid.

Det er vårt syn at slik variasjon gjennomføres best ved at det etableres ulike musikkprofiler som naturlig tilpasses de enkelte programmer. Musikalsk konsistens er viktig for å beholde et stort og lojalt publikum, men vi anser det likevel som naturlig at programutviklerne har frihet til å tilpasse det musikalske tilbudet til de tema som tas opp eller de stemninger man søker å skape i et program.

Likeledes er det naturlig at musikkutvalget tilpasses målgruppen som man henvender seg til. I særlig grad gjelder dette programmer for barn.

Kanal4 vil derfor tilby et bredest mulig musikkpekter i de programmer som henvender seg til brede lyttergrupper. Kanalen vil etablere et betydelig musikkarkiv med melodier for brede og smale grupper i løpet av første driftsår.

Kanalen vil også tilby spsialprogrammer med musikk for smalere grupper: herunder jazz, blues, roots, country og folkemusikk.

Kanal4 ønsker også å etablere et fast forum for kunstmusikk, inklusive kammerensemble fra hele landet i forbindelse med radiofremføringer. Minst 30% av fremføringene i disse programmene skal være studio- eller konsertopptak i kanalens regi.

I de smale musikkprogrammene vil vi trekke frem norske samtidskomponister og artister i hver enkelt kategori. I den redaksjonelle dekningen av musikklivet vil kanalen legge vekt på analyser, anmeldelser og presentasjon av opphavsmenn og artister både i brede og smale musikkjangere.

## Søkerkonsortiet og kompetanse

Eierbedriftene bak Kanal4 kan dokumentere solid erfaring og kompetanse på de fleste virksomhetsområder innen media. I tillegg til omfattende avis, nyhetsbyrå og internettjournalistikk, nasjonalt, regionalt og lokalt har samtlige eierbedrifter kringkastingskompetanse innen TV eller radio, eller begge deler. Denne kompetansen vil bli verdifull for Kanal4, og vil være supplerende og kompletterende for programskapingen i kanalens egne redaksjoner.

### Trender i regionale medier

De regionale mediehusene med abonnementsbaserte regionaviser som hovedprodukt har de siste årene i stor utstrekning lagt om sine strategier. Dette skyldes flere trender innen medieutviklingen:

- Flere av de tradisjonelle avishusene er blitt mediehus
- Internett er utviklet som nyhetsmedium og kommersielt medium
- Avisenes teknologiske nivå og engasjement i elektroniske medier ga for et par år siden muligheter for å kombinere tekst og stillbilder med lyd og levende bilder. Dette har skapt større interesse i mediehusene for å søke både radio- og TV-konsepsjoner.

### Konvergens i praksis

I praksis har vi for eksempel sett at TV- og radioproduksjon flyttes til avisdesken, hvor det foregår løpende online produksjon av nettnyheter, samtidig som det produseres sider til morgendagens papirutgave av avisen eller til helgebilag og temabilag. Dette har gitt de regionale avis- eller mediehusene nye utviklingsmuligheter i konkurransen med riksmidlene, i første rekke tabloidavisene i Akersgaten og de riksdekkende TV-kanalene NRK, TV2, TV3 og TV Norge.

Ved at flere regionale medier går sammen med noen nasjonale medier og kompetansemiljøer om å bidra til kanalens innhold, vil det kunne utvikles en annerledes radiokanal, mindre preget av Akersgaten og mer preget av norsk mangfold, av geografisk og kulturell bredde.

Eiersituasjonen for Kanal4 er:		
	Adresseavisen ASA	20,34%
	Agderposten AS	11,27%
	Fædrelandsvennen AS	16,67%
	Gudbrandsdølen Dagingen AS	11,18%
	Harstad Tidende Gruppen AS	13,00%
	Mediehuset Vårt Land AS	11,27%
	Norsk Telegrambyrå AS	5,00%
	21st Venture AS	11,27%

I tillegg til den omfattende kompetansen som ligger i de ovennevnte mediehus, samt alle deres hel- eller deleide medieselskaper, vil 40 distrikts- og lokalavdelinger rundt i landet være en viktig kilde for stofftilgangen i Kanal 4. Over 700 redaksjonelle medarbeidere - landet rundt - er knyttet direkte til eierbedriftenes redaksjoner. Det finnes kringkastingskompetanse i samtlige eierbedrifter – i enkelte en betydelig kompetanse. Nøkkelpersoner i flere av eierbedriftene har vært direkte og operativt involvert i etableringen av NRKs tokenalsystem, og i NRKs radiovirksomhet forøvrig, samt etablering og drift av P4 Radio Hele Norge AS.

### ADRESSEAVISEN ASA

Adresseavisen er med sine 235-årige historie Norges eldste medieselskap, etablert i 1767. Mediehusets virksomhet i dag er inndelt i to hovedområder – medievirksomhet og avistrykking. Medievirksomheten omfatter regional og lokal avisdrift, lokal-TV og lokal-radio, samt betydelig internettsatsning. I konsernet er det 538 årsverk hvorav ca. 140 arbeider på det redaksjonelle området. Papirutgaven har et opplag på 86.400 eksemplarer og har 235.000 daglige lesere. Adresseavisen ønsker å være det viktigste tilbudet på formidling av nyheter og informasjon til de som bor i Midt-Norge.

### AGDERPOSTEN AS

Agderpostens historie strekker seg tilbake til 1874. Mediehusets virksomhet omfatter idag foruten avisdrift også internett, TV, radio, trykkeri- og distribusjonsvirksomhet. Selskapets visjon er å være et moderne, veldrevet og ledende mediekonsern i Agder. Agderposten er en betydelig arbeidsplass i Arendal og Aust-Agder med totalt 120 ansatte hvorav 40 redaksjonelle medarbeidere. Papirutgaven har et opplag på 26.000 eksemplarer og har daglig 73.000 lesere

### FÆDRELANDSVENNEN AS

Avisen Fædrelandsvennen ble etablert i Kristiansand i 1875 og er i dag den største avisen på Sørlandet. Siden midten av 1990-tallet har avisen utviklet seg til en multimediabedrift. Fædrelandsvennen har mål om å være den ledende mediebedriften på Sørlandet og sysselsetter i dag 200 mennesker. På den redaksjonelle siden arbeider over 80 medarbeidere innenfor virksomhetsområdene avis, nettavis, lokal-TV, lokal-radio og produksjon av innhold til bredbånd. Fædrelandsvennen har et opplag på 46.000 eksemplarer, som leses av 115.000 sørlendinger.

### GUDBRANDSDØLEN DAGNINGEN AS

Selskapets hovedaktivitet er å gi ut avisen med samme navn. Den oppstod ved sammenslutning av Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer og Dagingen i 1997. Avisen er den eneste dagsavisen i Lillehammer og Gudbrandsdalen og dekker kommunene Lillehammer, Øyer, Sør-Fron, Nord-Fron, Ringeby, Gausdal, Sel, Vågå, Skjåk, Lom, Dovre og Lesja, samt nordre del av Ringsaker. Avisen har 110 ansatte, hvorav 61 redaksjonelle medarbeidere, inkludert distriktskontorene på Lom, Otta og Vinstra. GD leses daglig av 74.000 personer.

### HARSTAD TIDENDE GRUPPEN AS

Med utspring fra den tradisjonsrike, 115 år gamle, regionavisen Harstad Tidende ble Harstad Tidende Gruppen etablert 1. januar 2000 med mål om å være et nordnorsk medieselskap som skal drive og videreutvikle mediebedrifter i landsdelen. Konsernets virksomhet omfatter regionale og lokale aviser, nettaviser, radio og TV, samt trykkerivirksomhet, - og sysselsetter nesten 300 medarbeidere i vår nordligste landsdel. Avisene i konsernet leverer daglig et opplag på mellom 70 – 80.000 eksemplarer og leses av over 200.000 lesere fra Brønnøysund i sør til Alta i nord.

### MEDIEHUSET VÅRT LAND AS

Mediehuset Vårt Land har sitt utspring i avisen Vårt Land, som ble stiftet i 1945. På begynnelsen av 1990-tallet ble selskapet organisert som et konsern med Mediehuset Vårt Land AS som morselskap. Avisen Vårt Land har en klar kristen forankring. Konsernet har ellers gått inn i selskaper som har en verdiformidlingsoppgave på ulike samfunnsområder. Virksomhetene omfatter nasjonal og lokal avisdrift, forlagsvirksomhet, internett og TV-produksjon. Avisen Vårt Land leverer daglig 29.000 eksemplarer og har 106.000 lesere over hele landet. Konsernet sysselsetter 160 medarbeidere, hovedsaklig i Oslo.

### NORSK TELEGRAMBYRÅ AS

NTB er landets nasjonale nyhetsbyrå. NTB er den dominerende leverandør av nyheter til alle landets medier, aviser, radio, TV, internett og mobile publiseringsplattformer. Selskapet produserer også nyheter til næringsliv og offentlig forvaltning. NTB-konsernet omfatter tre selskaper; NTB AS, som er nyhetsprodusent, NTB Pluss AS, som utfører andre redaksjonelle tjenester enn nyheter, og Scanpix AS, som er landets ledende selskap innen nyhets- og oppdragsfoto. NTB har sitt hovedkontor i Oslo, men har også regionkontorer i Tromsø, Bodø, Trondheim, Molde, Bergen og Stavanger. Konsernet har til sammen 200 ansatte.

### 21st VENTURE AS

21st Venture er et norsk investeringsselskap som er engasjert innenfor media- og teknologivirksomhet både i Norge og utlandet. Selskapet eies av Tharald Brøvig, Svein Larsen Jørgen Randers og Rune Remøy. Samtlige aksjonærer har omfattende kringkastingserfaring, dels fra styrearbeid og dels fra operativ ledelse.

*Utfyllende informasjon om eierbedriftene i vedlegg 2*



## Organisasjon

### Lokalisering

Styret i Kanal4 AS har besluttet å legge hovedkvarteret for radiokanalen til Lillehammer. Hit vil man legge alle funksjoner av administrativ, finansiell, teknisk og redaksjonell karakter, som ikke med nødvendighet må ligge i Oslo eller andre steder.

Radiosjefen skal ha bosted på Lillehammer. Det er i utgangspunktet bare Kommentar, analyse og debatt redaksjonen, samt salgsavdelingen som vil bli lokalisert til Oslo. Det vil også være salgsmedarbeidere ved noen av regionskontorene.

Målet er et sterkt Lillehammer-kontor, livskraftige regionkontor og en moderat tilstedeværelse i Oslo.

Kanal4 vil utvikle relasjoner til Lillehammer kommune og Oppland fylke, på basis av nye samarbeidstiltak. Kanal4 har for eksempel hatt samtaler med representanter for Lillehammer Kunnskapspark og tror at parkens satsning på kulturbasert næringsutvikling både er riktig for regionen og interessant for radioen.

Kanal4 er innstilt på å samarbeide med parken enten direkte som utviklingspartner eller som finansiell støttespiller. For oss vil det være naturlig å utvikle et slikt samarbeid med hovedvekt på innovasjon og produktutvikling på DAB-området. Aktuelle samarbeidsprosjekter er utdanningssatsningen innenfor digital medie-distribusjon og den planlagte «Summer Campus» der unge etablerere møtes i sommermånedene for å få veiledning og videreutvikle sine prosjekter.

Med hovedkontor på Lillehammer er det naturlig for Kanal4 å etablere forpliktende samarbeid med medieutdanningen ved Høyskolen i Lillehammer. Det er allerede etablert dialog og vi ser felles gevinster ved å legge til rette for en god medie-utdanning generelt, og god radioutdanning spesielt. På kort sikt for å trekke veksler på yngre ressurser i programskapningen, og på lang sikt for å sikre god rekruttering og et journalistisk miljø på høyt nivå. Lignende samarbeid kan tenkes i andre regioner der Kanal4 vil ha tilstedeværelse nær utdanningsinstitusjoner.

### Styrking av regionene

De nasjonale mediene skummer de regionale nyhetsmarkeder og lager ofte lettvinde enkeltoppslag hvor distrikts- og hverdagsproblemer gjøres til underholdning. Lokalavisene i samme område oppleves mer som utfyllende supplementsaviser enn som konkurrenter. Det er i dag et stort behov for at de verdiene som ligger i Norges regionale mediehus kommer til uttrykk i et riksdekkende radiomedium.

### Redaksjonelle synergier til gode for publikum

For lytterne betyr eiersammensetningen i Kanal4 et større *mangfold på den nasjonale dagsorden*. For riksdekkende radio og TV har NRK utviklet seg betydelig etter at konkurransen fra P4 og TV2 ble en realitet. Dette har imidlertid ikke i samme grad vært tilfelle for de regionale sendingene til NRK.

Kanal4 vil med sin regionale forankring bidra til å forme det nasjonale nyhetsbildet med utspring i et bredt tilfang av nyhets- og aktualitetssaker fra hele landet. På denne måten er kanalen med på å virke som *motvekt mot ensretting* fra nyhetsmiljøet i hovedstaden.

Gjennom samarbeid med eierbedriftenes redaksjoner kan kanalen dra nytte av et veletablert *kildenettverk* og originale saker fra distriktene som kan bearbeides for et nasjonalt publikum. Eierbedriftene er først og fremst *originalprodusenter* og ikke produsenter av innhold.

Kanal4 vil framstå som en *annerledes kommersiell riksaktør*, ikke bare på grunn av desentralisert styring og regionale motorer, men også fordi radio i kombinasjon med avis, nyhetsbyrå og internettmediet åpner for nye og spennende muligheter for lytterne og leserne.

Avis og radio har egenskaper som *utfyller hverandre* og som på en naturlig måte gjør at såvel smale som brede befolkningsgrupper ikke bare blir inkludert men også kan komme til orde. Der avisene setter dagsorden og foreløpig avslutter saken, kan radioen følge temaet videre gjennom dagen med reportasje, debatt og kommentar. Med lytter/leser-dialog direkte på radio og indirekte via nettet åpner det seg perspektiver som vi mener vil gi publikum en annerledes og *revitalisert kommersiell radio*.

Som en effekt av dette, og til fordel for publikum, vil slike «multimediale satellitter» flere steder i landet, skape et solid og varig *journalistisk fagmiljø* også i regionene.

### Driftsmodell

Driftsmodellen for Kanal4 bygges på en teknisk infrastruktur og studiokonsepter som effektivt knytter sammen eierbedriftenes redaksjoner fra nord til sør. Kanal4 vil ha egne kontorer som dekker følgende fylker/regioner/landsdeler:

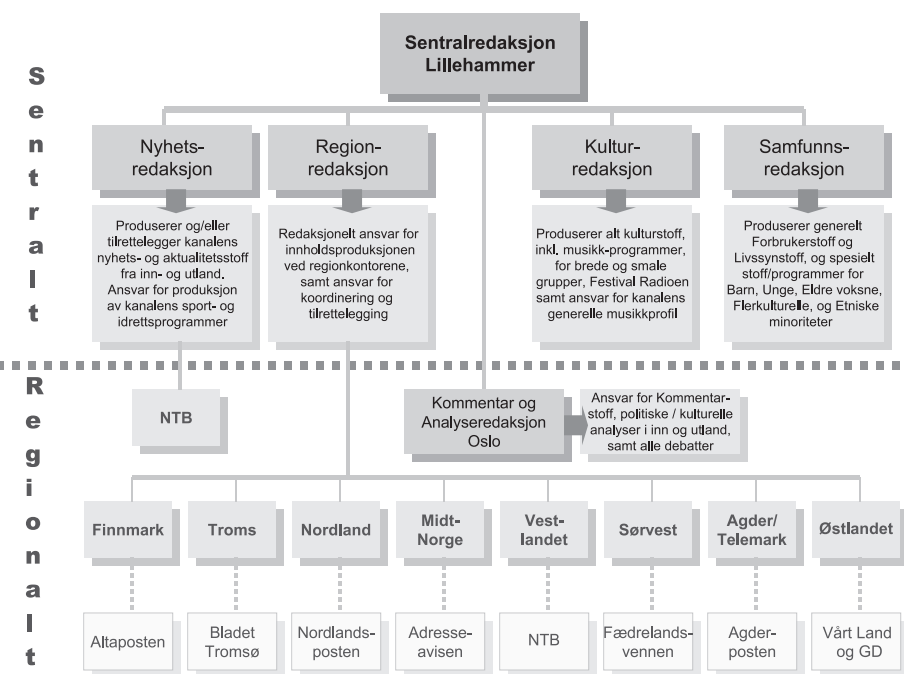
***Finnmark***, med kontor i ***Alta*** og samarbeid med Altaposten  
***Troms***, med kontor i ***Tromsø*** og samarbeid med Bladet Tromsø og NTBs regionkontor  
***Nordland***, med kontor i ***Bodo*** og samarbeid med Avis Nordland og NTBs regionkontor  
***Midt-Norge***, med kontor i ***Trondheim*** og samarbeid med Adresseavisen og NTBs regionkontor  
***Vestlandet***, med kontor i ***Bergen*** og samarbeid med NTBs regionkontor, og i ***Molde*** i samarbeid med NTBs regionkontor  
***Sørvestlandet***, med kontor i ***Kristiansand*** og samarbeid med Fædrelandsvennen og i ***Stavanger*** i samarbeid med NTBs regionkontor  
***Agder/Telemark***, med kontor i ***Arendal*** og samarbeid med Agderposten  
***Østlandet nord***, fra hovedkontoret på ***Lillehammer*** og i samarbeid med Gudbrandsdølen Dagingen  
***Østlandet sør***, med kontor i ***Oslo*** og samarbeid med NTBs hovedredaksjon, Vårt Land samt Oslo-kontoret til Adresseavisen

Med utgangspunkt i disse regionkontorene vil Kanal4 holde løpende kontakt med eierbedriftenes nesten 40 distrikts- og lokalkontorer over hele landet.

Disse befinner seg på følgende steder:

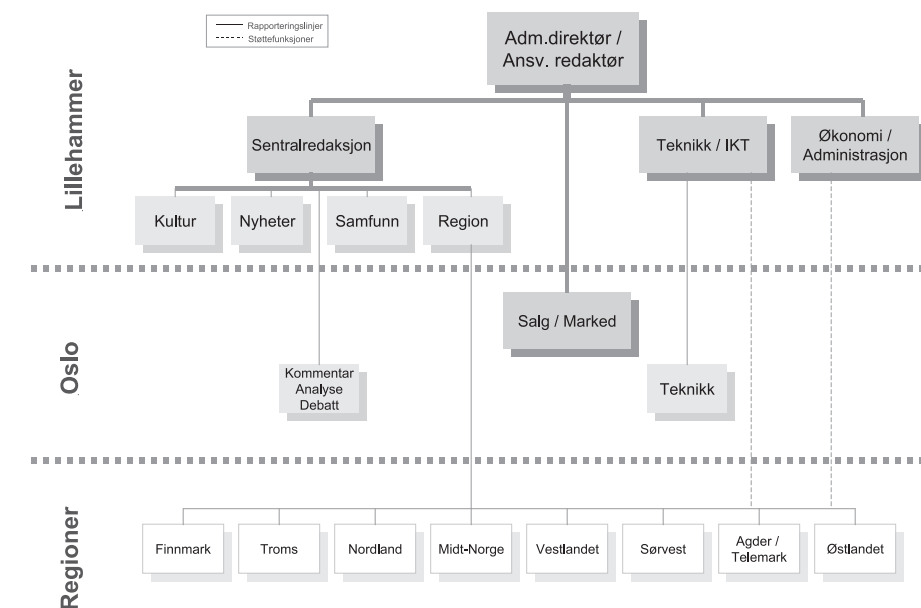
Lom, Otta, Vinstra, Risør, Tvedestrand, Åmli, Grimstad, Birkenes, Lillesand, Valle/Setesdal, Mandal, Lyngdal, Flekkefjord, Kristiansund, Oppdal, Røros, Stjørdal, Fosen, Levanger, Brønnøysund, Lødingen, Fauske, Storslett, Olderdalen, Lyngseidet, Harstad, Senjahopen, Sjøvegan, Setermoen, Ørnes, Leknes, Hamarøy, Bardufoss, Skjærvøy, Finnsnes og Kirkenes.





I Kanal4s redaksjonelle og administrative hovedkontor på Lillehammer, vil det etableres fire selvstendige redaksjoner: en nyhets og aktualitetsredaksjon (som også inkluderer en sportsredaksjon), en kulturredaksjon, en samfunnsredaksjon og en redaksjon for redigering og samordning av innholdsproduksjonen i de ulike regionene. I tillegg vil det etableres en egen redaksjon for kommentar, analyse og debatt. Av praktiske årsaker vil den sistnevnte legges til Oslo, og ha kontorfellesskap med kanalens salgs- og markedsavdeling, samt nødvendige tekniske støttefunksjoner. Figuren illustrerer hvilke ansvarsområder de ulike redaksjonene vil ha.

## Organisasjonsstruktur for Kanal4



## Tekniske forhold

Ved eventuell konsesjonstildeling vil Kanal4 innlede forhandlinger med Telenor/ Norkring om leie av sendenetten som er stilt til rådighet for denne konsesjonen.

Kanal4 vil søke å ta i bruk ny teknologi for i størst mulig grad å kompensere for den dekningsreduksjon som følger av den foreslåtte omleggingen i FM-nettet.

### Digital distribusjon (DAB)

Kanal4 vil søke konsesjon til å sende i DAB-nettet. Kanalen vil støtte opp om og utvikle det samarbeidet som er etablert mellom de nasjonale kringkasterne i dag for å promotere overgangen til digitalradio.

Kanalen vil påta seg en rimelig andel av de forpliktelser som er nødvendige for utbygging av DAB-nettet og utvikling av attraktive innholdstjenester i takt med markedsutviklingen.

Kanal4 er innstilt på å forhandle med nåværende konsesjonær om å dekke noen av de investeringer som er foretatt i forbindelse med DAB-utbyggingen, og som vil komme en eventuell ny konsesjonær til gode.

Kanal4 vil etablere prøvesendinger i DAB-nettet med sikte på å tilby et bredest mulig kanaltilbud innenfor den kapasitet som er avsatt i denne blokken. Aktuelle tjenester kan være en verbal kanal som tilbyr smale programformater og ulike typer musikkkanaler for smale grupper.

Kanal4 vil etter behov åpne for ad-hoc kanaler i forbindelse med større nasjonale og internasjonale begivenheter samt i tilknytning til festivaler rundt i landet.

# Økonomi

## Markedet for radioreklame

Mange faktorer vil innvirke på hvorledes markedet for radioreklame vil utvikle seg i Norge i det neste tiåret.

I henhold til de foreliggende tall har det totale markedet for reklame i Norge vokst fra 8 mrd kr pr år i 1995 til 13 mrd kr pr år i 2001. I den samme perioden økte markedet for radioreklame fra 0,4 til 0,5 mrd kr pr år. Radioens andel av reklame-markedet beveget seg således fra 5 til 4 % i denne perioden. De siste års nedgang i reklamevolum har altså gått parallelt med en reduksjon i radioens andel av reklamemarkedet.

Vi forventer at tilbakeslaget i det norske reklamemarkedet i 2001 vil fortsette i 2002, før det snur til svak vekst fra 2003 og utover. Vi anslår veksten fra 2003 til 1 % pr år i realtermer, hvilket er vesentlig lavere enn veksttaket på rundt 6 % pr år i 1990-årene. Vi forutsetter videre at radioens andel av reklamemarkedet vil forbli rundt dagens 4 % og så bevege seg langsomt opp mot 4,5 % i løpet av perioden frem til 2006. Dette kan være konservativt i lys av at enkelte observatører forventer at radioens andel av reklamemarkedet vil øke opp mot vanlig verdier internasjonalt (dvs 8 – 9 %), spesielt når det kommer flere aktører i riksmarkedet.

Gitt våre forutsetninger vil markedet for radioreklame bevege seg fra 500 mill kr pr år i 2002 til 610 mill kr pr år i 2010, målt i 2003-kroner.

Vi forventer at rabattnivået vil forbli på de tradisjonelle 30 %, og at lokalk markedet (dvs nærradioene) vil fortsette å ta 100 mill kr pr år av radioreklamen. Dermed vil riksmarkedet vokse fra 250 til 320 mill kr pr år i perioden 2002-2010. Vi forventer en fortsettelse av disse trendene helt til konsesjonsperiodens slutt i 2012

## Budsjett for Kanal4

Vi har lagt til grunn at Kanal4s oppstart 1. januar 2004 vil falle sammen med P5s oppstart. Det er varslet at P5-konsesjonen vil bli utlyst i 2003, og vi antar rask avgjørelse og sendestart. Vi forventer at P5 i løpet av 4 år vil bygge seg opp til sin endelige markedsandel på 30 % –fra en start på 15 % i 2004.

Konsekvensene for Kanal4 er vist i tabellen. Ytterligere detaljer finnes i tabellen «RESULTATPROGNOSE FOR KANAL4, 2002-2010» i vedlegget om økonomi.

RESULTATPROGNOSE FOR KANAL4, 2002-2007						
Tall i millioner 2003-kroner						
Forutsetter normal drift i P4 i 2003 og at Kanal4 og P5 begge starter sending 1.1.2004						
RESULTATREGNSKAP	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sum driftsinntekter	0	0	196	221	209	212
Sum driftskostnader	2	8	136	166	167	170
Driftsresultat	-2	-8	60	55	43	42
Resultat før skatt	-2	-19	49	49	40	43
Driftsmargin			30,7%	24,8%	20,2%	19,9%

Vi forventer altså at Kanal4 vil ta rundt to tredeler av riksmarkedet for radio-reklame. Det gir et forventet regnskapsmessig resultat før skatt på 40-50 mill kr pr år i de første sendeårene, når man gjør følgende forutsetninger på kostnadssiden:

- Distribusjonskostnader til Staten 6 mill kr pr kvartal
- Innkjøp av program fra eksterne leverandører, 1000-2000 timer
- Tono og Gramo 10 % av omsetningen
- Lønn og sosiale kostnader for 80-105
- Andre driftskostnader lik 80% av lønn og sosiale kostnader
- Konsesjonsavgiften på 160 mill kr lånes (mot proratarisk garanti fra eierne) og betales i januar 2003 til 8 % pr år; nedbetales over fire år 2004-07, og avskrives over hele konsesjonsperioden på 10 år

Postene 2, 4 og 5 er økt med 2 % pr år fra 2003 for å ta høyde for sannsynlig kostnadsglidning utover inflasjonen. De forventede driftskostnadene på rundt 170 mill kr pr år er omtrent lik den nåværende konsesjonærs kostnadspådrag. Men resultatet på 40-50 mill kr før skatt er lavere som følge av våre antagelser om markedsutviklingen om at P5 vil ta en betydelig markedsandel, og om kostnadene

ved å oppfylle allmennkringkastingsforpliktelsene. Som vist i vedlegget om økonomi vil resultatet bli høyere utover mot slutten av konsesjonsperioden.

## Mer om spesielle kostnader

### Kostnadene for etablering

Kanal4 planlegger å bygge opp den nye radiokanalen i løpet av 2003, med hovedkvarter på Lillehammer, en analyse- og debattredaksjon i Oslo, og ellers med studio og tilstedeværelse på en rekke steder i landet, som beskrevet tidligere i søknaden. Målet er å utnytte de åpenbare synergieffekter som finnes ved at stoff fra regionavisene og NTB også kan benyttes i Kanal4 og å oppnå effektivitet gjennom spesialiserte redaksjoner med ansvar for ulike tema.

Ett vesentlig faktum reduserer behovet for kapital til etablering av radiokanalen. Det er at Kanal4 vil få nærmest full inntekt fra reklamesalget allerede fra sendestart, fordi kanalen er velkjent og reklamekjøperne på plass. Salget av reklame for 2004 vil bli gjennomført av et selgerkorps som tilsettes i Kanal4 allerede i 2003.

Våre kalkyler viser at det vil koste 30 millioner kroner å etablere kanalen og drive den fram til positiv kontantstrøm.

### Kostnaden for konsesjonsavgift

Kanal4 vil låne konsesjonsavgiften på 160 mill kr i bank, på basis av garantier fra eierne. Lånet vil bli trukket opp idet konsesjonsavgiften skal betales til Statskassen, senest en måned etter tildeling av konsesjon. Lisenslånet forutsettes å være avdragsfritt i 2003 og dernest bli nedbetalt over 4 år fra sendestart.

### Kostnad for allmennkringkastingsoppdraget

Vi har beregnet hvilken andel av Kanal4s totale kostnader som er knyttet til oppfyllelsen av allmennkringkastingsoppdraget. Beregningene er gjort på ulike måter, og konklusjonen er et beløp i størrelsesorden 40 mill kr pr år. Dette er altså den ekstrakostnad som vil påløpe i Kanal4 som følge av konsesjonsvilkårene når det gjelder allmennkringkastingsprofil.

Kanal4 planlegger hvert år å sende totalt 1932 timer med program som man ikke ville ha sendt dersom det ikke var stilt allmennkringkastingskrav (se tabell 2 side 10).

Gitt at det i gjennomsnitt koster *minst* 20 000 kr å produsere en time radioprogram med allmennkringkastingskarakter (dette tallet fremkommer enklest ved å ta P4s samlede driftskostnader på rundt 170 mill kr pr år og dele på det totale antall sendetimer 8 760 i et år), betyr det at Kanal4s kostnad for å tilfredsstille allmennkringkastingsforpliktelsene i alle fall er 1932 timer/år x 20 000 kr/time = 40 mill.kr pr. år.

En annen beregningsmetode som gir samme svar tar utgangspunkt i kostnaden for det antall stillinger man kunne spare og de eksterne programkjøp man ikke ville foreta, om det ikke var stilt allmennkringkastingsvilkår.

Konklusjonen er at omtrent en fjerdedel av Kanal4s driftskostnader vil være en direkte følge av allmennkringkastingsvilkårene.

## Finansiering

Den økonomiske analysen viser altså at det, i tillegg til 160 mill kr for å betale konsesjonsavgiften i januar 2003, trengs et kapitalinnskudd på 30 mill kr fra eierne for å etablere Kanal4. Dette beløpet vil dekke etableringskostnadene og betjening av lisenslånet frem til positiv kontantstrøm.

Forutsatt at Kanal4 tildeles P4-konsesjonen i tide, vil selskapet foreta en kapitalutvidelse i slutten av 2002 slik at den innbetalte aksjekapital vil være 30 mill kr pr 31. desember 2002. I henhold til tabellen «KONTANTSTRØMPROGNOSE FOR KANAL4, 2002-2010» i vedlegget om økonomi er dette tilstrekkelig til å sikre drift frem til positiv kontantstrøm i kanalen.

For å fremskaffe lisenslånet vil hver enkelt eier i Kanal4 stille en garanti for eierens andel av et banklån på 160 mill kr som Kanal4 vil trekke opp når konsesjonsavgiften forfaller. Garantien vil være proratarisk og uten solidaransvar. Eiernes garantiansvar vil bli overført til Kanal4 så snart selskapet viser tilstrekkelig lønnsomhet og soliditet. Garantiene vil bli redusert i takt med nedbetalingen.

### Garantier

Eierne i Kanal4 Norge AS har forpliktet seg til å innbetale sin andel av kapital-behovet på 30 mill.kr i form av aksjekapital innen 31. desember 2002, og sin andel av lisenslånet på 160 mill.kr. Garantiteksten i de originale garantibrev, som er overlevert Kultur- og kirke departementet, er gjengitt til høyre.

Eierbedriftene og deres andel er som følger:

Adresseavisen ASA	20,34%
Agderposten AS	11,27%
Fædrelandsvennen AS	16,67%
Gudbrandsdølen Dagingen AS	11,18%
Harstad Tidende Gruppen AS	13,00%
Mediehuset Vårt Land AS	11,27%
Norsk Telegrambyrå AS	5,00%
21st Venture AS	11,27%

I tilfellet 21stVenture AS har Tharald Brøvig kontragarantert for 21stVenture AS sine forpliktelser.

### Faksimile

På brevpapiret til XXX AS

Sted, 31. august 2002

Kultur- og Kirke departementet  
Oslo

#### GARANTI I FORBINDELSE MED P4 - KONSESJONEN

XXX AS eier xx,xx prosent av aksjene i søkerselskapet Kanal4 Norge AS, og ønsker å bekjentgjøre følgende:

XXX AS forplikter seg til å dekke sin andel av de samlede økonomiske forpliktelser Kanal4 Norge AS vil pådra seg gjennom etablering og drift av en landsdekkende reklamefinansiert radio basert på P4 - konsesjonen.

Forpliktelsen er begrenset til vår andel av et aksjekapitalinnskudd i Kanal4 Norge AS på 30 millioner kroner og vår andel av konsesjonsavgiften på 160 millioner kroner.

Med vennlig hilsen

XXX AS

## Vedlegg

Juridisk betenkning Vedlegg 1

Informasjon om eierbedriftene Vedlegg 2

Økonomi Vedlegg 3

BA·HR

**Kanal4 AS**  
c/o Jørgen Randers  
Abbedisvingen 4  
0280 Oslo

Deres ref:      Vår ref:      Saksansvarlig advokat:      Dato: Oslo, 22. august 2002  
#103507/1      Rolf Johan Ringdal

## SPØRSMÅL KNYTTET TIL P4'S KONSESJON

### 1. Innledning

Kanal4 AS (Kanal 4) har bedt om en juridisk vurdering av enkelte spørsmål som reiser seg i forbindelse med utlysningen av ny konsesjon til en riksdekkende reklamefinansiert radiokanal. Saken gjelder den radiokanalen som Radio Hele Norge AS, heretter kalt P4, har konsesjon til å drive i dag, jf. vedtak av Kulturdepartementet den 15. januar 1993 (92/2158), med endringer av 18. november 1993 og 28. oktober 1994. Vi forstår at Kanal 4 planlegger å søke konsesjonen i konkurranse med P4, og at våre vurderinger vil kunne inngå i grunnlaget for utformingen av Kanal 4's konsesjonssøknad.

Ut fra de foreliggende opplysninger forutsetter vi at konsesjonsrunden vil være reell, i den forstand at departementet/regjering en vil vurdere hver enkelt søknad grundig, og at avgjørelsen ikke er gitt på forhånd. Ut fra denne forutsetning kan vi ikke se at det oppstår særskilte problemer i forhold til *EØS-avtalen*, og vi går ikke nærmere inn på denne problemstillingen.

Vi gir vår vurdering av de konsesjonsrettslige spørsmålene nedenfor i pkt. 2, mens samlet vurdering gis i pkt. 3.

### 2. Konsesjonsrettslige spørsmål

#### 2.1 Rettsgrunnlaget for konsesjonsavgjørelsen

Rettsgrunnlaget for konsesjonsavgjørelsen er kringkastingsloven § 2–1. Her heter det at alle andre enn NRK må ha konsesjon fra Kongen for å kunne drive allmennkringkasting, og at konsesjonen skal være tidsbegrenset. Videre kan det stilles vilkår til konsesjonen. Loven stiller ikke opp kriterier for når konsesjon skal eller bør gis, eller for hvilke vilkår som kan stilles til konsesjonen. Tungtveiende hensyn for Kongens vedtak blir dermed gjeldende konsesjonærs, altså P4's, utøvelse av konsesjonsvilkårene sett i forhold til ulovfestede forvaltningsrettslige prinsipper om såkalt «myndighetsmisbruk».

P4's konsesjon ble gitt på grunnlag av den tidligere kringkastingslov av 1980, men så langt vi kan se, gir ikke den tidligere loven ytterligere holdepunkter for konsesjonsvurderingen.

#### 2.2 Utgangspunktet om fornyelse av konsesjonen

Det heter i konsesjonsvilkårene pkt. 4 første ledd at fornyelse av konsesjonen «*vil være det normale*». Det understrekes imidlertid at P4 ikke er «garantert» fornyet konsesjon. Vilkårene fremhever at det ved vurderingen av spørsmålet om fornyelse vil «*bli tatt i betraktning i hvilken grad konsesjonæren har fulgt og oppfylt konsesjonsvilkårene og annet relevant regelverk knyttet til kringkastingsvirksomheten*».

P4 har under ingen omstendighet noe rettskrav på å få fornyet konsesjonen, selv om konsesjonsvilkårene skulle anses etterlevd lojalt på alle punkter. Konsesjonshjemmelen i kringkastingsloven § 2–1 sier uttrykkelig at konsesjoner «*skal være tidsavgrenset*», og den skjønnsfriheten dette åpner for for konsesjonsmyndigheten, ville bli undergravet, hvis konsesjonæren skulle ha ubetinget krav på fornyelse. I denne

forbindelse kan det pekes på at nye teknologiske og mediepolitiske forutsetninger kan sette konsesjonsvurderinger i et annet lys enn da konsesjon i første hånd ble gitt.

Bestemmelsen i konsesjonsvilkårenes pkt. 4 om at «fornyelse vil være det normale» stiller opp en *hovedretningslinje* for skjønnnet i neste konsesjonsrunde. Hvis P4 har fulgt og oppfylt konsesjonsvilkårene og annet relevant regelverk, vil konsesjonen som utgangspunkt bli fornyet, hvis ikke andre forhold har endret seg vesentlig. Å nekte å gi konsesjon under slike forhold vil i så fall lett kunne bli ansett for å være usaklig. Hvis det derimot har skjedd betydelige endringer av f.eks. teknologisk eller mediepolitisk art, vil det lettere la seg gjøre å peke på saklige hensyn som tilsier at konsesjonen ikke blir fornyet.

Noen vesentlige endringer av denne type kan neppe anses for å ha skjedd i forbindelse med den forestående konsesjonsrunden. Formuleringen i konsesjonsvilkårenes pkt. 4 innebærer dermed en viss *standardisering* av skjønnnet, slik at vi i det alt vesentlige kan rette oppmerksomheten mot P4's etterlevelse konsesjonsvilkårene. Avgjørende i denne sammenheng er hva som menes med begrepet «*prinsippene om allmennkringkasting*».

#### 2.3 Begrepet «*prinsippene om allmennkringkasting*»

Når P4's forståelse og praktisering av konsesjonsvilkårene skal vurderes, oppstår spørsmålet om hvilken *målestokk* som skal legges til grunn for vurderingen. Et selvsagt utgangspunkt er vilkårene slik disse uttrykkelig har kommet til uttrykk i selve

konsesjonsvedtaket. I denne sammenheng er det pkt. 5 som er av interesse. De aktuelle delene av vilkåret lyder:

«Programprofilen skal baseres på prinsippene om allmennkringkasting. Dette innebærer at:

2. Sendingene skal inneholde en variert programmeny med program for så vel brede som smale lyttergrupper, herunder barn og unge, den samiske befolkningsgruppe og minoriteter.
4. Allmennkringkastingsprogrammene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.
5. Radio Hele Norge skal ha redaksjonell selvstendighet.»

Av interesse er også pkt. 6 om at P4 skal samarbeide nært med nærradioer.

«*Prinsippene om allmennkringkasting*» er et avgjørende begrep i vurderingen. Det må fremheves at dette begrepet ikke er definert i lov, forskrift, lovforarbeider eller rettspraksis. Det har ikke fått annet autoritativt uttrykk enn i det siterte konsesjonsvilkåret, og et nesten likelydende vilkår i den tidligere konsesjonen til TV2. Det kan derfor herske en viss usikkerhet om begrepets innhold.

P4 har gitt uttrykk for det syn at det er konsesjonsvilkårene *alene* som pålegger kanalen forpliktelser, og at det derfor må legges til grunn en ren ordlydsfortolkning av vilkårene når begrepet «*prinsippene om allmennkringkasting*» skal fastlegges. Et slikt standpunkt kan bygge på det syn at konsesjonæren har et legitimt behov for forutsigbarhet i form av stabile rammevilkår. «*Prinsipper om allmennkringkasting*» er et begrep der innholdet kan variere over tid, og det ville skape rettsusikkerhet og dermed uholdbare forhold for programvirksomheten om P4 skulle kunne pålegges forpliktelser som ikke er klart og utvetydig nedfelt i det vedtaket som er rettslig bindende, altså konsesjonsvilkårene.

Det synes imidlertid klart at dette ikke kan være et holdbart standpunkt. Konsesjonsvilkårene må leses i lys av de dokumenter som konsesjonen ble gitt på grunnlag av, nemlig konsesjonsinnbydelsen av 1991 og P4's konsesjonssøknad.



Å trekke disse dokumentene inn i vurderingen skaper verken rettsusikkerhet eller ustabile rammevilkår. Tvert i mot vil konsesjonsinnbydelsen og konsesjonssøknaden bidra til ønsket presisering og klarhet. Dette kan muligens stille seg annerledes ved en vurdering av om konsesjonen skal inndras på grunn av «gjentatte alvorlige brudd på vilkårene», jf. konsesjonens pkt. 11 første ledd, siden det i så fall er tale om en alvorlig og inngripende sanksjon med pønalt preg. Dette er imidlertid uansett ikke gjenstand for vurdering her. For så vidt gjelder spørsmålet om fornyelse av konsesjonen er det etter vårt syn åpenbart at konsesjonsvilkårene må vurderes på bakgrunn av de nevnte dokumenter.

I denne forbindelse kan det også vises til en betenkning av professor Jan Fridthjof Bernt, som er lagt ved Allmennkringkastingsrådets rapport for 1998. Betenkningen angår direkte spørsmål knyttet til TV2's daværende konsesjon, men har betydelig interesse også i denne saken, siden forholdene rundt konsesjonene til P4 og TV2 (den tidligere) langt på vei er parallelle.

For så vidt gjelder spørsmålet om fornyelse av konsesjon fremholder Bernt:

«Denne vurderingen kan ikke skje bare ut fra en stram ordfortolkning av formuleringene i konsesjonsdokumentene, disse må tolkes ut fra den bredere kontekst de inngår i, i første rekke utlysningen og søknaden. Hvis konsesjonshaver ikke i løpet av konsesjonsperioden har vist vilje til å prøve å oppfylle de mål man selv har definert for virksomheten i konsesjonssøknaden, er dette et forhold som klart vil kunne svekke troverdigheten av en søknad om fornyelse.»

Bernt understreker at en enerett til å drive riksdekkende reklamefinansiert allmennkringkasting står i en særstilling, siden det må anses som en offentlig oppgave å ivareta behovet for riksdekkende allmennkringkasting. Hans konklusjon er derfor:

«Hvis det kan påvises at konsesjonæren ikke aksepterer og etterlever de særlige forutsetninger for driften som springer ut av disse særtrekkene ved konsesjonen, vil det måtte oppfattes som et relevant brudd på forutsetningene for konsesjonstildelingen. Det betyr at selv om ikke overtredelsene er så alvorlige at de kan begrunne tilbakekall av konsesjonen, vil slike forhold kunne begrunne avslag på søknad om fornyelse av konsesjonen.»

Vi mener Bernts argumentasjon på disse punkter er overbevisende, og tilsvarende synspunkter må etter vår oppfatning legges til grunn overfor P4's konsesjon.

I konsesjonsinnbydelsen ble søkerne pålagt å gi detaljerte opplysninger om programprofil, jf. pkt. 3 d). De opplysningene som P4 ga om dette i sin opprinnelige søknad (som resulterte i konsesjons-tildeling) må derfor anses å være dekkende – eller det minste tilfredstillende i forhold til hva både P4 og Kulturdepartementet legger i «prinsipper om allmennkringkasting». Dette innebærer at konsesjonsvilkårene om allmennkringkasting må anses for å være overtrådt hvis det foreligger et betydelig avvik mellom den programprofil P4 opplyste om i søknaden, og den programprofil kanalen har fulgt i etterhånd.

P4 opplyste i søknaden blant annet at det ville bli satset på «nisjeprogrammer for spesielt interesserte og minoritetsgrupper», at «breddeaktiviteter og massemonstringer på regionalt og lokalt plan» innenfor idretten skulle formidles, og at det skulle legges opp til et omfattende samarbeid med uavhengige nærradiostasjoner, blant annet med sikte på å sende lokalproduserte kulturprogrammer. Videre ble det fremholdt at det skulle satses på «opplevelsesradio, dramatisering, opplesning, musikk og nyheter for barn», og at «innslag/programmer med religiøs karakter» og «livssynsorienterte programmer» skulle ha en viktig plass.

På bakgrunn konsesjonsvilkårene, konsesjonsinnbydelsen og P4's konsesjonssøknad omfatter prinsippene om allmennkringkasting en forpliktelse for konsesjonæren til å legge opp et

programtilbud som retter seg mot hele befolkningen, både demografisk og geografisk. Dette innebærer at det skal lages barneprogram, program rettet mot den samiske befolkning og andre minoritetsgrupper, livssynsprogrammer, politiske og samfunnsmessige analyser, i tillegg til musikk og underholdning. Musikktilbudet skal ikke være rettet kun mot enkelte aldersgrupper, og videre kan ikke de antatt «smale» programmene kun legges til ukurante tidspunkter på døgnet. En rendyrket kommersiell programprofil lagt opp helt etter annonsørens ønsker vil være i strid med prinsippene om allmennkringkasting. Dersom annonsørene har direkte bestemmelsesmyndighet over deler av programtilbudet, vil dette for øvrig være i strid med prinsippet om redaksjonell selvstendighet, jf. den siterte bestemmelsen i konsesjonsvilkårene.

#### 2.4 Betydningen av uttalelser fra Allmennkringkastingsrådet

Etter kringkastingsloven § 2–1 tredje ledd er Statens medieforvaltning forvaltningsorgan for kringkasting i Norge. Allmennkringkastingsrådet er administrativt underlagt Statens medieforvaltning. Rådet har ingen vedtakskompetanse, men har ut fra sin sammensetning av fagpersoner som særskilt oppgave å belyse hvordan riksdekkende kringkastingskanaler oppfyller sine forpliktelser med hensyn til prinsippene om allmennkringkasting. Rådets uttalelser omhandler direkte hvordan blant annet P4 har oppfylt sine forpliktelser på dette punkt.

Allmennkringkastingsrådet besitter ikke juridisk ekspertise, og har ikke som oppgave å uttale seg om juridiske spørsmål. Dette sett i sammenheng med rådets manglende vedtakskompetanse gjør at rådets uttalelser ikke kan tillegges *avgjørende* vekt for vurderingen av om allmennkringkasterne har oppfylt sine forpliktelser med hensyn til prinsippene om allmennkringkasting. Uttalelsene gir med andre ord ikke uttrykk for en *autoritativ* forståelse av hvilket innhold prinsippene om allmennkringkasting har. Men rådets sammensetning av mediepolitisk ekspertise og den tilslutning rådets uttalelser gjentatte ganger har fått fra et flertall i Stortinget og fra Kulturdepartementet, innebærer at uttalelsene må tillegges vekt,

etter omstendighetene betydelig vekt, når P4's overholdelse av sine konsesjonsforpliktelser skal vurderes.

#### 2.5 Har P4 overholdt konsesjonsvilkårene?

I pkt. 11 i P4's konsesjon er sanksjoner ved brudd på konsesjonsvilkårene regulert. Kulturdepartementet, som på dette punkt er konsesjonsmyndighet, kan inndra konsesjonen ved «gjentatte alvorlige brudd på vilkårene». Før det eventuelt kommer så langt skal det enkelte alvorlige brudd på vilkårene «meddeles skriftlig til styret» i P4. Vi er ikke kjent med at departementet har gitt noen slik skriftlig meddelelse eller på andre måter formelt gitt uttrykk for at P4 har brutt konsesjonsvilkårene. Dette forholdet vil ventelig anføres som argument for at fornyelse av konsesjonen da må gis i tråd med «det normale», jf. konsesjonens pkt. 4 første ledd. Det må forventes at P4 sterkt vil vektlegge dette momentet.

Som fremholdt foran under pkt. 2.2 angår imidlertid inndragning av konsesjonen etter vilkårenes pkt. 11 et annet vurderingstema enn fornyelse av konsesjonen. Ved inndragning er temaet «alvorlige brudd» på vilkårene, mens et hovedtema for fornyelse etter vilkårenes pkt. 4 er «i hvilken grad konsesjonæren har fulgt og oppfylt konsesjonsvilkårene». Etter vår oppfatning må derfor det forhold at departementet aldri formelt har gitt uttrykk for at vilkårene er brutt, tillegges begrenset vekt. Ut fra den dokumentasjon og de vurderinger som Allmennkringkastingsrådet har fremlagt i sine årsrapporter for 1996 til og med 2001, synes det klart at P4 gjentatte ganger, for ikke å si konsekvent, har brutt sine forpliktelser med hensyn til prinsippene om allmennkringkasting. Rådet har flere ganger på generelt grunnlag konkludert med at P4 som den eneste av allmennkringkasterne i Norge ikke driver sin virksomhet i tråd med disse prinsippene. Konklusjonen er belyst med tallrike eksempler.

Kanalen har konsekvent rettet inn det vesentlige av sitt programtilbud til aldersgruppen 25 til 50 år, noe som er i strid med forpliktelsen til å rette programmer til hele befolkningen.

I årsrapporten for 2001 heter det på s. 63 om en nylig gjennomført undersøkelse av programtilbudet i P4:

«Undersøkelsen viser at P4 gjennomgående benytter sitt generelle musikkformat i alle program og at det er den enkle studioformen som dominerer, med studio- og telefonintervjuer. P4s barneprogram har en tendens til å rette seg mot en bredere og eldre mål gruppe både verbalt og musikalsk. Ungdomsprogrammene var preget av liten variasjon, både tematisk og formmessig. Videre avdekker den kvalitative undersøkelsen liten grad av fordypning og analyse i programmene. Disse apektene indikerer at P4 vanskelig kan sies å oppfylle sentrale allmennkringkastings kriterier som: tematisk og genremessig bredde i program menyen og en variert publikumshenvendelse. Funnene reiser spørsmål ved P4s programvirksomhet på generelt grunnlag, og rådet vil spesielt peke på det problematiske i at disse tendensene gjelder P4s barne- og ungdoms-program.»

Gjennom en årrekke har årsrapportene fra Allmennkringkastingsrådet dokumentert at tilbudet av barne-programmer jevnt over vært svært beskjedent. Etter en viss satsing på dette området i 2000/2001, har tilbudet til barn igjen blitt redusert i den siste tiden, jf. årsrapporten for 2001 s 41-42. Rapportene viser også at tilbudet til den samiske befolkning og andre minoritetsgrupper har vært meget beskjedent, og delvis ikke-eksisterende. I dag har P4 et visst, men fremdeles begrenset, tilbud til disse gruppene. Et program rettet særskilt mot minoritetsgrupper ble for øvrig lagt ned etter kort tid, jf. årsrapporten for 2001 s. 99. Videre har både musikktilbud og reportasjer langt på vei ignorert de seriøse og analytiske delene av disse programområdene. Sitatet viser at P4 heller ikke i den aller seneste tid har gjort noe for å rette opp disse forholdene.

Det skal også nevnes at det har forekommet grove brudd på prinsippene om allmennkringkasting. I 1993 til 1995 er det dokumentert at P4 langt på vei lot innholdet i enkelte programmer bli diktert av annonsører, noe som må anses som et kvalifisert brudd på prinsippene for redaksjonell

selvstendighet. Vi viser til Allmennkringkastingsrådets årsrapport for 2001 s. 13-14. Isolert sett kan imidlertid dette neppe tillegges særlig vekt i dag, siden forholdet ligger langt tilbake i tid.

Ut fra den offentlig tilgjengelige dokumentasjon er det etter vår oppfatning klart at P4 har brutt sine konsesjonsforpliktelser, særlig når det ses hen til sentrale utsagn i P4's konsesjons-søknad, jf. pkt. 2.2 foran. Bestemmelsen i konsesjonens pkt. 4 første ledd om at «fornyelse vil være det normale» kan derfor ikke legges til grunn etter sitt innhold.

## 2.6 Forholdet til ulovfestede prinsipper om myndighetsmisbruk

### 2.6.1 Læren om myndighetsmisbruk

Konsesjonsavgjørelsen etter kringkastingsloven § 2–1 er undergitt såkalt «fritt skjøn» for Kongen. Skjønnen er imidlertid ikke «fritt» i egentlig forstand. Poenget er at konsesjonssøkerne ikke har noe rettskrav på konsesjon. En begrensning av skjønnsfriheten er konsesjonsvilkårenes retningslinjer om at konsesjonsfornyelse er «det normale», men at dette må avveies mot P4's etterlevelse av konsesjonsvilkårene. Skjønnsfriheten er dessuten bundet av skranker av alminnelig forvaltningsrettslig art, nemlig læren om såkalt «myndighetsmisbruk». Denne læren har forankring i både lovfestede og ulovfestede prinsipper. Kjernen er at forvaltningens frie skjønn er undergitt begrensninger med hensyn til hvilke hensyn det er adgang til å vektlegge, og hvor stor vekt i og for seg saklige hensyn kan tillegges.

For det første kan ikke forvaltningen ta *utenforliggende* hensyn, dvs. at konsesjonsmyndigheten ikke har adgang til å legge vekt på hensyn som er i strid med de formål som hjemmelsloven for konsesjonen skal ivareta, eller på hensyn som må anses som fjerntliggende i forhold til disse formålene.

For det andre er *usaklig forskjellsbehandling* mellom søkerne forbudt. To søkere som må vurderes å stå likt med hensyn til

kvalifikasjoner kan ikke behandles forskjellig, med mindre konsesjonsmyndigheten kan dokumentere at det finnes saklige grunner for forskjellsbehandlingen.

For det tredje skal skjønnsutøvelsen foretas ut fra en helhetsvurdering der alle relevante hensyn er hensyntatt og avveiet. *Ensidig* eller *vilkårlig* skjønnsutøvelse er forbudt.

For det fjerde er det et forbud mot *grovt urimelige* vedtak. Dette er et prinsipp som er anvendelig kun i ekstreme tilfeller, og som sjelden vil komme til anvendelse.

I den siste tid er det i juridisk teori antydnet at det finnes også et femte element i læren om myndighetsmisbruk, nemlig at forvaltningens avgjørelser må være *forholdsmessige*. Det må imidlertid anses som tvilsomt at det gjelder noe prinsipp som rekker lengre enn de fire elementene som følger av tradisjonell lære.

### 2.6.2 Fornyelse av P4's konsesjon sett i forhold til læren om myndighetsmisbruk

Ved vurderingen av om P4 skal få fornyet konsesjonen kan det ikke utelukkende ses hen til prinsippene for allmennkringkasting, men også til læren om myndighetsmisbruk.

Et viktig hensyn i vurderingene kan være størrelsen på de investeringer som P4 har gjort, og det redaksjonelle nettverk som er utbygd. På denne bakgrunn kan det tenkes at P4 vil anføre det ville være *grovt urimelig* om konsesjonen ikke ble fornyet. Etter vårt syn er det ikke foretatt investeringer av et omfang som kan underbygge et slikt argument (se nedenfor). Sett hen til at P4 har brutt konsesjonsvilkårene og at konsesjonen selv uttrykkelig sier at konsesjonæren ikke er garantert fornyelse, vil en slik anførsel neppe kunne nå frem under noen omstendighet.

Av samme grunn kan P4 neppe heller påberope seg at det vil være å ta *utenforliggende hensyn* om ny konsesjon ikke blir gitt. Riktignok må hensynet til de foretatte investeringer og det redaksjonelle nettverket tillegges en viss vekt, i hvert fall dersom P4 vil lide et betydelig økonomisk tap om ny konsesjon ikke blir gitt. Bruddene på prinsippene for allmennkringkasting har imidlertid vært dokumentert og påtalt i så lang tid, at P4 for lengst har hatt anledning til å legge om programtilbudet. I forhold til mulig økonomisk tap er det dessuten grunn til å skille mellom det å ikke få dekket foretatte investeringer og det å miste mulighet til også i fremtiden å tjene penger. P4 har hvert år siden oppstartsåret tjent penger, og i perioder siden 1994 utbetalt i overkant av NOK 200 mill. i utbytte til sine eiere, etter at den opprinnelig grunnlagsinvestering – som vi forstår var på ca. NOK 17 mill. - var dekket inn. Det økonomiske spørsmål synes derfor å rette seg mot muligheten for fortsatt, fremtidig fortjeneste snarere enn faren for å stå igjen med udekkede investeringer fra konsesjonsperioden – en periode man visste kunne vise seg å bli tidsbegrenset. Investeringer-synspunktet synes derfor ikke å stå sterkt for P4 i denne saken. Under enhver omstendighet synes det for oss som om eventuelle anførsler om *ensidig skjønnsutøvelse* måtte avvises.

Usaklig forskjellsbehandling vil ikke være noe tema. Det eneste jevnførbare tilfellet er fornyelsee av TV2's konsesjon, men her var TV2 eneste søker.

## 3. Samlet vurdering

Den forestående konsesjonsrunden er åpen. Andre søkere enn P4 kan bli tildelt konsesjonen, men P4 kan også få sin gjeldende konsesjon fornyet. Departementet/regjeringen kan velge å legge avgjørende vekt på de avvik og uregelmessigheter som er konstatert fra P4's side, men kan også la P4's foretatte investeringer, redaksjonelle nettverk og/eller alminnelige lytter-oppslutning begrunne fornyelse. De andre søkerne har med andre ord ikke noe krav på at P4 ikke skal få den nye konsesjonen ut fra de forhold vi kjenner til og har vurdert.



Det må likevel anses godtgjort at P4 i konsesjonsperioden regelmessig og på mange ulike områder har brutt sine konsesjonsforpliktelser og vesentlige forutsetninger med hensyn til prinsipper for allmennkringkasting. Ut fra dette er det klart at P4 ikke har noe rettskrav på å få konsesjon, heller ikke i den forstand at et vedtak som nekter P4 ny konsesjon vil bli kjent ugyldig ut fra de grunner som er gjennomgått. Staten vil heller ikke være er statningsansvarlig overfor P4 på dette grunnlag. I en samlet vurdering kan det tenkes tillagt særlig betydning at Allmennkringkastningsrådet så sent som i 2001-rapporten påpekte at P4 – etter kort før å ha korrigert deler av programtilbudet i ”riktig” retning, overensstemmende med rådets tidligere påpekninger – igjen valgte å kutte ned på satsingen (rapportens s. 41-42). At P4, med store utenlandske eiergrupperinger, på denne måten kort tid før utløpet av gjeldende konsesjons-periode valgte å prioritere lønnsomhet fremfor etterlevelse av programkrav bidrar ikke til å svekke grunnlaget for en eventuell tildeling av konsesjonen til en annen søker enn P4. Vi er selvsagt behjelpelig dersom De har ytterligere spørsmål i anledning ovenstående.

Med vennlig hilsen  
BUGGE, ARENTZ-HANSEN & RASMUSSEN

Rolf Johan Ringdal

Saksansvarlig advokat:  
Rolf Johan Ringdal

## INFORMASJON OM EIERBEDRIFTENE

### ADRESSEAVISEN KONSERN

Adresseavisen er med sine 235 årige historie Norges eldste avis, etablert så tidlig som 1767. Mediehusets virksomhet i dag er inndelt i to hovedområder – medievirksomhet og avistrykking. Adresseavisen ønsker å være det viktigste tilbudet på formidling av nyheter og informasjon til de som bor i Midt-Norge. Produktene skal kjennetegnes ved kvalitet, troverdighet, uavhengighet og åpenhet.

Hovedkontor:	Trondheim		
Største aksjonærer:	Schibsted ASA	32%	
	Erik Must m/familie	18%	
	Orkla ASA	17%	
Omsetning konsern 2001:	690 mill.kr		
Antall årsverk konsern 2001:	538		
Redaksjonelle medarbeidere:	140		
Opplag (Adresseavisen):	86.400 eksemplarer		
Antall lesere (Adresseavisen):	235.000 (lørdager 255.000)		
Virksomhetsområder	Regional og lokal avisdrift, trykkerier, Lokal-TV og Internett/ digitale tjenester		
Adresseavisen konsern:	Radiovirksomheten (RadioAdressa) vil komme igang igjen etter ca 15 års pause.		
Eierandeler i ulike selskaper:	TV-Trøndelag AS	99%	
	Finn.no AS (Rubrikknettsted)	11%	
	AS Tre Store (Salgsselskap)	33%	
Lokalaviser:	Fosna-Folket AS, Ørlandet	100%	Opplag 7900
	Sør-Trøndelag AS, Orkanger	100%	Opplag 7000
	Trønderbladet AS, Melhus	100%	Opplag 5900
	Innherreds Folkeblad AS, Verdal	98%	Opplag 5000
	Hitra-Frøya AS	49%	Opplag 4900
	Levanger-Avisa AS	44%	Opplag 4600

### AGDERPOSTEN AS

Agderpostens historie strekker seg tilbake til 1874. Mediehusets virksomhet omfatter idag foruten avisdrift, internett, TV og Radio. Selskapets visjon er å være et moderne, veldrevet og ledende mediekonsern i Agder. Ved å være best på nyhetsformidling, opplevelser og markedskommunikasjon skal selskapet oppfylle sitt samfunnsoppdrag og utvikle bedriften, samt bidra til å utvikle denne delen av landet til beste for leserne, seerne, lytterne og nettbrukerne.

Hovedkontor:	Arendal		
Største aksjonærer:	Mediekonsernet eies av familien Sijthoff Stray. Styreformann Anne Lise Sijthoff Stray har gjennom en A-aksje stemmerett på generalforsamlingen, ellers er aksjene overdratt til hennes barn og barnbarn. Hennes far, Christian Stray, overtok avisen i 1935 og siden har den vært i familiens eie.		
Omsetning 2001:	162 mill.kr		
Antall ansatte 2001:	120		
Redaksjonelle medarbeidere:	40		
Opplag:	26.000 eksemplarer		
Antall lesere:	Daglig 73.000		
Virksomhetsområder:	- Regional og lokal avisdrift, samt omfattende trykkeri og distribusjonsvirksomhet - Stor satsning på digitale tjenester gjennom Agderposten Interaktiv - Lokal Radio - Lokal-TV		
Eierandeler i ulike selskaper:	TV Aust-Agder AS	90%	
	Radio Agder AS	49%	
Lokalaviser:	Lillesand-Posten AS	100%	Opplag: 4.000
	Vennesla Tidende AS	100%	Opplag: 2.500
	Grimstad Adressetidende AS	55%	Opplag: 6.000

### FÆDRELANDSVENNEN AS

Avisen Fædrelandsvennen ble etablert i Kristiansand i 1875 og er idag den største avisen på Sørlandet. Siden midten av 1990-tallet har avisen utviklet seg til en multimediebedrift. Fædrelandsvennen har mål om å være den ledende mediebedriften på Sørlandet

Hovedkontor:	Kristiansand		
Største aksjonærer:	Schibsted ASA	25%	
	Resten	(75%)	er fordelt på tre lokale eiere
Omsetning 2001:	250 mill.kr		
Antall ansatte 2001:	200		
Redaksjonelle medarbeidere:	70		
Opplag:	46.000 eksemplarer		
Antall lesere:	115.000 daglige lesere		
Virksomhetsområder:	Avis, trykkerivirksomhet og distribusjon, nettavis, lokal-TV, lokal-radio, og bredbåndspubliserings		
Eierandeler i ulike selskaper:	Fædrelandsvennen Distribusjon AS Radio Sør AS AS Media TV Sør AS		
Andre:	Pragma AS Sør Distribusjon AS Bredbånd Media AS Lindesnes AS Søgne og Songdalen Budstikke AS TR Holding AS		

**GUDBRANDSDØLEN DAGNINGEN AS**

Selskapets hovedaktivitet er å gi ut avisen med samme navn. Den oppstod ved sammenslutning av Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer og Dagningen i 1997. Avisen er den eneste dagsavisen i Lillehammer og Gudbrandsdalen og dekker kommunene Lillehammer, Øyer, Sør-Fron, Nord-Fron, Ringeby, Gausdal, Sel, Vågå, Skjåk, Lom, Dovre og Lesja, samt nordre del av Ringsaker. Avisen har distriktskontor på Lom, Otta og Vinstra, og leses daglig av 74.000 personer.

Hovedkontor:	Lillehammer
Hovedaksjonærer:	AS Gudbrandsdølen 65 % AS Østlendingen 35 %
Omsetning 2001	118 mill.kr
Antall ansatte 2001:	110
Redaksjonelle medarbeidere:	61
Opplag:	28.400 eksemplarer
Antall lesere:	Daglig 74.000 lesere

**HARSTAD TIDENDE GRUPPEN AS**

Med utspring fra den tradisjonsrike, 115 år gamle, regionavisen Harstad Tidende ble Harstad Tidende Gruppen etablert 1. januar 2000 med mål om å være et nordnorsk medieselskap som skal drive og videreutvikle mediebedrifter i landsdelen. Konsernets virksomhet omfatter regionale og lokale aviser, nettaviser, radio og TV, samt trykkerivirksomhet.

Hovedkontor:	Harstad															
Hovedaksjonærer:	Schibsted ASA 42% Harstad Sparebank 5% Bredo Galschiøt 5%															
Omsetning 2001(konsern):	283 mill.kr															
Antall ansatte 2001(konsern):	280															
Redaksjonelle medarbeidere:	120															
Aviser som inngår i konsernet:	<table> <tr> <td>Harstad Tidende</td> <td>100%</td> <td>opplag 15.000</td> </tr> <tr> <td>Bladet Tromsø</td> <td>95%</td> <td>opplag 10.700</td> </tr> <tr> <td>Troms Folkeblad (Finnsnes)</td> <td>95%</td> <td>opplag 7.600</td> </tr> <tr> <td>Framtid i Nord (Nord Troms)</td> <td>91%</td> <td>opplag 4.500</td> </tr> <tr> <td>Avisa Nordland (Bodø)</td> <td>38%</td> <td>opplag 25.000</td> </tr> </table> <p>I tillegg har HTG eierandeler i Brønnøysund Avis, Andøyposten, Altaposten og Sør Varanger Avis i Kirkenes.</p>	Harstad Tidende	100%	opplag 15.000	Bladet Tromsø	95%	opplag 10.700	Troms Folkeblad (Finnsnes)	95%	opplag 7.600	Framtid i Nord (Nord Troms)	91%	opplag 4.500	Avisa Nordland (Bodø)	38%	opplag 25.000
Harstad Tidende	100%	opplag 15.000														
Bladet Tromsø	95%	opplag 10.700														
Troms Folkeblad (Finnsnes)	95%	opplag 7.600														
Framtid i Nord (Nord Troms)	91%	opplag 4.500														
Avisa Nordland (Bodø)	38%	opplag 25.000														
Andre medieselskaper:	Lokal-TV Harstad 100% Lokal-Radio Harstad 100% Nord Norge på Nett5 3% Nettavis for næringslivet i Nord-Norge															

**MEDIEHUSET VÅRT LAND AS**

Mediehuset Vårt Land har sitt utspring i avisen Vårt Land, som ble stiftet i 1945. På begynnelsen av 1990-tallet ble selskapet organisert som et konsern med Mediehuset Vårt Land AS som morselskap. Avisen vårt land har en klar kristen forankring. Konsernets har ellers gått inn i selskaper som har en verdiformidlingsoppgave på ulike samfunnsområder.

Hovedkontor:	Oslo
Aksjonærsituasjon:	2.500 aksjonærer. Ingen av aksjonærene kan stemme for mer enn 5% av aksjene
Omsetning 2001:	203 mill.kr
Antall ansatte 2001:	160
Redaksjonelle medarbeidere:	45 (avisen Vårt Land)
Opplag:	Vårt Land: 29.000 eksemplarer nasjonalt
Antall lesere:	Vårt Land: 106.000 daglig over hele landet
Virksomhetsområder:	Nasjonal og lokal avisdrift Forlag Magasiner og fagblader: - Utgir Ukeavisen Ledelse og Næringsliv (opplag 8.000) - Programbladet (opplag 40.000, lesere 263.000) TV-produksjon Internett
Eierandeler i ulike selskaper:	Vårt Land AS (avisen) 100% Programbladet AS 100% Næringslivets forlag AS 100% Genesis Forlag AS 100% Folket AS 90% Sunnmørsavisene AS 90% Distribusjonssentralen AS 38% TV-Inter AS 35% Nya Dagen AB, Stockholm 28% Lindesnes AS (avis Mandal) 16%

**NORSK TELEGRAMBYRÅ AS**

Norsk Telegrambyrå AS (NTB) er organisert som et konsern som består av tre selskaper. NTB AS er landets nasjonale nyhetsbyrå og har ansvaret for nyhetsproduksjonen til medier, næringsliv og offentlig virksomhet. NTB Pluss AS er et heleid datterselskaper som produserer andre redaksjonelle tjenester. Scanpix AS, som NTB eier sammen med Schibsted, er landets ledende selskap innen nyhets- og oppdragsfotografering. NTB ble etablert i 1878, og har i nesten hele sin historie vært organisert som et privat aksjeselskap. Selskapet mottar ingen form for offentlig eller annen støtte til sin virksomhet.

Hovedkontor:	Oslo
Største aksjonærer:	Orkla Media AS 27% Schibsted gjennom VG/Aftenposten 22% A-pressen 17% NRK 11% Adresseavisen ASA 8%
Øvrige (bl.a. de øvrige medieselskaper i Kanal4, P4, TV2, TVNorge, Dagens Næringsliv, Dagbladet, Radio Nettverk) 15%	
Omsetning 2001:	154 millioner kroner
Virksomhetsområder:	Norsk Telegrambyrå AS Løpende nyhetstjenester og tekstarkiv NTB Pluss AS Ferdigsider, feature og spesialstoff innen kultur og økonomi Scanpix Norge AS Nyhetsfoto, oppdragsfoto og fotoarkiv
Antall ansatte 2001:	NTB 100 ansatte NTB Pluss 20 ansatte Scanpix Norge 75 ansatte

**RESULTAT-PROGNOSE FOR KANAL4, 2002 - 2010**

Tall i millioner 2003-kr

Forutsetter normal drift i P4 i 2003 og at Kanal4 og P5 begge starter sending 1.1.2004

RESULTATREGNSKAP	Noter	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Reklameinntekter			0,0	196	221	209	212	215	218	220
Andre inntekter										
<b>Sum driftsinntekter</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>196</b>	<b>221</b>	<b>209</b>	<b>212</b>	<b>215</b>	<b>218</b>	<b>220</b>
Distribusjonskostnader	1		0,0	24	24	24	24	24	24	24
Programkostnader	2		0,0	20	21	21	22	22	23	23
Vareforbruk	3		0,0	20	22	21	21	22	22	22
Lønn	4	0,3	4,6	30	45	46	47	47	48	49
Andre driftskostnader	5	1,5	3,7	24	36	37	38	38	38	39
Ordinære avskrivninger	6		0,0	2	2	2	2	2	2	2
Avskrivning konsesjonsavgift	7			16	16	16	16	16	16	16
<b>Sum driftskostnader</b>		<b>1,7</b>	<b>8,3</b>	<b>136</b>	<b>166</b>	<b>167</b>	<b>170</b>	<b>170</b>	<b>173</b>	<b>175</b>
Driftsresultat		-1,7	-8,3	60	55	42	42	45	45	45
Renter lisenslån	8		-13	-11	-8	-5	-2	0	0	0
Andre finansinntekter	9		2,0	0	2	3	3	4	8	11
<b>Resultat før skatt</b>		<b>-1,7</b>	<b>-19,3</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>56</b>
Skatt	10		0,0	8	14	11	12	14	15	16
<b>Resultat</b>		<b>-1,7</b>	<b>-19,3</b>	<b>41</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>31</b>	<b>35</b>	<b>38</b>	<b>40</b>

Nøkkeltall drift	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Omsetningsvekst				12,8 %	-5,4 %	1,4 %	1,4 %	1,4 %	0,9 %
Kostnadsvekst	387,1 %	1539,9 %	22,3 %	0,4 %	1,9 %	0,2 %	1,8 %	1,2 %	
Driftsmargin		30,7 %	24,8 %	20,2 %	19,9 %	20,9 %	20,6 %	20,4 %	

**NOTER FOR PROGNOSENE FOR KANAL4 2002 - 2010**

NOTER

1. Antar sendekostnader på 6 Mkr/kvartal
2. Antar eksternt kjøp av 1.000 - 2.000 programtimer pr år, økt med 2% pr år fra 2003
3. Antar TONO og GRAMO kostnader på 10 % av omsetningen
4. Lønn og sosiale kostnader for mellom 80 og 105 ansatte.
5. Husleie, reiser, data, etc: Antas lik lønn eks sosiale kostnader
6. Antar permanent utstyrsmasse på 6 Mkr som avskrives over 3 år
7. Antar at lisenslånet avskrives over 10 år fra sendestart
8. Antar rente lik 8% pr. år på lisenslånet fom 2003
9. Antar at overskuddslikviditeten gir bankrente 1%/år under lånerenten.
10. Antar 28 % skatt og forfall et år forsinket. Bruker underskuddene fra 2002 og 2003 til å redusere skatten i 2004.
11. Antar at lisensavgiften på 160 Mkr lånes i jan 2003. Nedbetales lineært over 4 år fra 2004
12. Eiernes innskudd av aksjekapital, totalt 30 mill kr.

**KONTANTSTRØM-PROGNOSE FOR KANAL4 2002 - 2010**

Tall i millioner 2003-kr

Forutsetter normal drift i P4 i 2003 og at Kanal4 og P5 begge starter sending 1.1.2004

KONTANTSTRØM	Noter	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
INNGÅENDE BALANSE		0	28	3	28	45	48	56	109	164
Driftsinntekter		0	0	196	221	209	212	215	218	220
Kapitalinnskudd	12	30								
Låneopptak	11		160							
Andre finansinntekter		0	2	0	2	3	3	4	8	11
Driftsutgifter		-2	-8	-118	-148	-149	-152	-152	-155	-157
Investeringer i lisens og utstyr			-166	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2
Renter lisenslån		0	-13	-11	-8	-5	-2	0	0	0
Avdrag lisenslån		0	0	-40	-40	-40	-40	0	0	0
Skatt			0	0	-8	-14	-11	-12	-14	-15
<b>SUM KONTANTSTRØM</b>		<b>28</b>	<b>-25</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>53</b>	<b>55</b>	<b>57</b>
UTGÅENDE BALANSE		28	3	28	45	48	56	109	164	221

**BALANSE-PROGNOSE FOR KANAL4 2002 - 2010**

BALANSE PR 31.12	Noter	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bank		28	3	28	45	48	56	109	164	221
Utstyr		0	6	6	6	6	6	6	6	6
Aktivert verdi av konsesjonen			160	144	128	112	96	80	64	48
<b>SUM AKTIVA</b>		<b>28</b>	<b>169</b>	<b>178</b>	<b>179</b>	<b>166</b>	<b>158</b>	<b>195</b>	<b>234</b>	<b>275</b>
Restlån konsesjonsavgift		0	160	120	80	40	0	0	0	0
Egenkapital		28	9	58	99	126	158	195	234	275
<b>SUM PASSIVA</b>		<b>28</b>	<b>169</b>	<b>178</b>	<b>179</b>	<b>166</b>	<b>158</b>	<b>195</b>	<b>234</b>	<b>275</b>

Nøkkeltall finans pr 31.12	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
EBITDA	-2	-8	78	73	60	60	63	63	63
Egenkapitalprosent	100 %	5 %	33 %	55 %	76 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Netto gjeld/EBITDA		-19,3	1,5	1,1	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0

