

## Til Kultur- og kirke departementet

### Innspill til høringsnotat for "Allmennkringkastingsplakat for NRK"

Media Total AS ble høsten 1996 etablert for å kommersialisere og produsere tekst-tv for NRK. Frem til det ble lovlig med salg av reklame på NRK Tekst-TV, solgte man allerede betalt informasjon til aktører som Forsvaret, Skattedirektoratet, Norsk Tipping, NVE, NSB, Ledig stilling, kommuner, humanitære organisasjoner, Husbanken, Forsvaret etc.

Etter lovendringen i 2000 startet man også med salg av reklame til andre kommersielle aktører som f.eks. låneformidlere, spå-tjenester og annen mobil underholdning.

Media Total AS har fremdeles mange ansatte som har jobbet med NRK Tekst-TV siden starten. Disse ansatte kjenner og viser en stor lojalitet til NRK Tekst-TV. Av selskapets 23 ansatte er over 70 % av dem i daglig arbeid tilknyttet NRK Tekst-TV.

Lovforslaget slik det er beskrevet i Stortingsmelding nr 30, vil kunne få store konsekvenser for selskapet, samarbeidspartnere, kunder, eiere og ikke minst de ansatte med familie. Jobben de har hatt i nærmere 10 år kan bli lagt ned.

Det at dette politiske forslaget vil medføre nedleggelse av mange lokale arbeidsplasser i Bergen bør alene være motivasjon nok for at det kan taes opp til ny vurdering. Det finnes andre alternative løsninger som ikke medfører de samme konsekvenser og som i tillegg vil kunne opprettholde NRK Tekst-TV som en bred og viktig informasjonskanal for det norske folk.

NRK Tekst-TV har vært og er fremdeles en **viktig informasjonskanal** for det norske folk. Bruken har vært stabil i mange år og Tekst-TV er et viktig alternativ til de mange som enda ikke ukentlig benytter eller har tilgang til internett/bredbånd.

Tekst-TV er i dag spesielt **viktig i distriktene** og ikke alle plasser er det alternativer til riksdekkende informasjonskanaler. For disse er mye av den allmenne informasjonen fortsatt viktig å finne på tekst-tv.

Mye av den informasjonen som har vært tilgjengelig på NRK Tekst-tv i mange år har en svært **høy seerverdi**. Dette bør i seg selv være et argument for å kunne legalisere betalt informasjon, slik det også var før reklame ble lovlig.

Den aldersmessige bruken av tekst-tv er jevnt fordelt i alle alders- og befolkningsgrupper. F.eks. bruker over halvparten i aldersgruppen +50 NRK Tekst-TV månedlig.

*Ukentlig bruk av NRK Tekst-TV (Kilde: Seerundersøkelser Høst 06 - TNS Gallup)*

Total antall unike brukere	2.200.000
Nyheter fra forsvaret	286.000
Båt/fly og togtider	169.000
Rikstoto	53.000
Ledig stilling	53.000
Husbanken	23.000
NSB Toginfo	57.000
Reise/restplasser	192.000
Utdanning, kurs	79.000
Norsk Tipping	870.000

## *Aldersmessig fordeling*

13-19 år	-	10 %
20-29 år	-	12 %
30-39 år	-	21 %
40-49 år	-	17 %
50+	-	40 %

## **Oppsummering**

NRK Tekst-tv med hele sitt innhold redaksjonelt og kommersielt har en sterk posisjon i det norske folk.

Det har de senere år vært lagt ned mye arbeid for å få et godt skille på redaksjonelt og kommersielt innhold. Brukerundersøkelser som er gjennomført er entydige på at man har lykket i dette arbeidet. Likevel kan dette arbeidet videreføres uten at det skal kunne gå på bekostning av innholdsverdien.

I høringsnotatet punkt 4. Økonomiske og administrative konsekvenser hevdes det at forslaget til allmennkringkastingsplakat "ikke vil få vesentlige økonomiske og administrative konsekvenser". Inntektene fra NRK Tekst-tv har vært betydelige og vil få konsekvenser for NRK. Det som ikke er utredet verken i stortingsmeldingen eller høringsnotatet er de økonomiske konsekvenser dette kan få utenfor NRK.

Ansatte og deres familier i Media Total AS går en usikker høst i møte. Et politisk vedtak kan få dramatiske konsekvenser for dem. Det paradoksale er at vi nå også går inn i en ny valgkamp.

Media Total AS sitt ønske er at departementet med våre innspill vil åpne for en bredere vurdering av deres konklusjoner i stortingsmeldingen.

Vi har i fellesskap utviklet NRK Tekst-TV som en svært attraktiv informasjonskanal. Selv med stor konkurranse fra andre medier og nye medievaner har NRK Tekst-TV befestet sin posisjon i det norske folk.

Brukerverdien av innholdet på NRK Tekst-TV har aldri vært bedre og vi får stadig tilbakemelding fra kunder, spesielt i distriktene som har hatt gode erfaringer med NRK Tekst-TV på utlysning av stillinger som det er vanskelig å få besatt.

Vi står gjerne til disposisjon for møter/innspill i sakens anledning.

Bergen, 28. august 2007.

For Media Total AS

*Sign.*  
Ove Gjelsvik  
Adm.dir.

Kontaktopplysning:

E-post: [ove@mediatotal.no](mailto:ove@mediatotal.no)

TLF +47 93 20 91 56 el. +47 55 30 45 65