

Det Kongelige Kulturdepartement
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Oslo 17.06.2019

Høringsvar til forslag til endringer i kringkastingsloven
Deres ref 18/99

Hvis regjeringen gjennomfører forslaget om å stoppe spillereklame på TV-kanaler som sender fra utlandet, kan det gå hardt utover mer enn 1300 norske film- og TV-jobber. Vi risikerer også å svekke et av de mest brukte kulturtilbudene i Norge: Norsk film og TV. Vi ber derfor om at kulturdepartementet tenker seg nøye om og legger forslaget tilbake i skuffen.

Forslaget gjør oss som ledere i den norske film- og TV-produksjonsbransjen svært bekymret. Og det gjelder ikke bare oss, det gjelder de fleste produksjonsselskapene.

Den foreslåtte lovendringen vil få store – og mest sannsynlig utilsiktede – konsekvenser for en bransje og industri som skaper et stort antall norske arbeidsplasser, og som fremmer norsk språk og kultur både her i Norge og internasjonalt.

Sammen skaper vi i film- og TV-produksjonsbransjen rundt 1300 arbeidsplasser i Norge. I tillegg er vi en viktig oppdragsgiver for norske skuespillere og scenearbeidere. Pengene som kommer fra TV-reklamen til spillselskapene er sentrale for å kunne opprettholde store deler av denne bransjen. De bidrar til å finansiere norsk kultur og kulturarbeidsplasser, akkurat som norske tippemidler fra Norsk Tipping finansierer norsk idrett og andre deler av norsk kultur.

De to største kommersielle TV-aktørene som viser spillereklame fra utenlandske spillselskaper i Norge, Discovery Networks Norway AS (Discovery) og Nordic Entertainment group (Nent), anslår at de henter inn 500 millioner kroner i denne typen reklame hvert år. De samme TV-selskapene bruker årlig tilsvarende beløp på å kjøpe norsk TV-underholdning av selskapene i vår bransje. Det er ingen av de internasjonale aktørene som Netflix eller andre som står i kø for å erstatte disse innholdsinvesteringene.

Forsvinner disse pengene, forsvinner derfor store deler av vårt livsgrunnlag. Og et stort antall norske kulturjobber settes på spill. Det er et stort paradoks når norske politikere igangsetter utallige utredninger for å finne finansieringsmodeller som kan støtte opp om

mer norsk innholdsproduksjon, og stadig ber om at private kommer på banen med penger til norsk kultur.

Reklamefinansiert TV og TV-underholdning er kanskje ikke det første vi tenker på når vi diskuterer medie- og kulturmangfoldet i Norge. Noen forbinder kanskje denne typen TV med sex og fyll i realityprogrammer som *Paradise Hotel* og *Ex on the Beach*. Men det er viktig å huske at de samme TV-kanalene som viser nettopp disse programmene, også bidrar til at vi kan lage norsk kvalitetsdrama – som vi stadig oftere også eksporterer til utlandet. De bidrar også til at vi kan lage underholdningsprogrammer, som retter seg mot et bredt publikum, og som tar opp relevante samfunnsaktuelle problemstillinger, som selvmord, læringsvansker i skolen, pengeproblemer, nettsvindel, mobbing, og de som stå utenfor – for å nevne noen. Og de bidrar til at vi kan investere i smalere, men viktige dokumentarer. Alt dette kan nå forsvinne. Vi hadde aldri hatt muligheten til å lage programmer som Petter uteligger og Else: Om selvmord, og en rekke andre programmer, var det ikke for disse pengene.

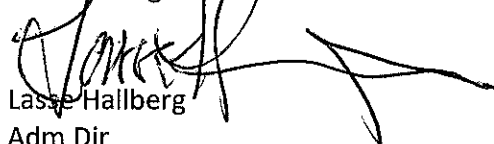
Forslaget vil også ramme mulighetene for å få frem nye talenter både foran og bak kamera. Vi driver i tillegg scenevirksomhet hvor vi omtrent har ti forskjellige forestillinger vi til enhver tid har på scener, kulturhusene rundt om i hele Norge samt institusjonsteater i Oslo. Disse forestillingene har ofte og sitt utspring i talenter som vi satser på for å nå ut til hele folket. I mange sammenheng så begynner det også med at vi klarer å få TV kanaler å satse på program med ukjente skuespillere, sceneartister, komikere m fl. Med å minske muligheten til inntektene som denne reklamen gir vil det mest sannsynlig ikke bli satset på prosjekter med altfor høy risiko og dermed mulighetene for mange unge og nye artister og skuespillere å nå ut til et bredt publikum. Uten muligheter å «bygge» opp disse talentene gjennom TV programmer så vil det ikke være mulig å nå den fremgangen slik at det er forsvarlig å turnere rundt om i hele landet eller få løftet opp disse forestillingene til store scener.

Vårt anliggende er ikke å ta de internasjonale spillerselskapene i forsvar. Men det er naivt å tro at pengene disse aktørene bruker på TV-reklame vil forsvinne ut av det norske reklamemarkedet. Mest sannsynlig vil de bare flytte større deler av markedsbudsjettet over til de internasjonale medieaktørene på nett – og nå norske spillere på denne måten.

Vår agenda er å minne kulturdepartementet om at norsk TV-underholdning faktisk er et av de mest brukte kulturtilbudene i Norge. Norsk TV-underholdning har en viktig funksjon utover det å underholde. Norsk TV-underholdning fremmer norsk språk, norsk kultur og norske verdier – tradisjonstunge, men også nye.

Forslaget spenner bein under hele den norske TV-industrien og truer et stort antall kulturjobber. Vi ber derfor kulturdepartementet om å stanse forslaget som ligger på bordet.

Med vennlig hilsen



Lasse Hallberg

Adm Dir

Monday Production AS, Monday Scripted AS, Teddy TV AS , Norsk Fjernsyn AS
Feelgood Scene Film og TV AS, Monday Sport AS, FeelgoodiStage AS