

Till: Ku.remissvar@regeringskansliet.se
CC: ku.md@regeringskansliet.se
Diarienummer; Ku2024/00728

Viaplay Group (**Viaplay**) är Nordens ledande mediekoncern med streamingtjänster, TV-kanaler och radiokanaler.

Viaplay tackar för möjligheten att komma med synpunkter på promemorian "En långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet" från Mediemyndigheten, samt "Förslag till avgiftsmodell för analog kommersiell radio" från Kulturdepartementet.

Rapporten: "En långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet"

6.5 Samtliga tillstånd bör fördelas genom ett urvalsförfarande

Mediemyndigheten (MM) föreslår ett urvalsförfarande för tillståndsgivningen liknande det för kommersiell digital-TV. Hänsyn ska tas till innehållet i en programtjänst, övrigt utbud av programtjänster i området, lyssnarnas preferenser och den sökandes förhållande till övriga aktörer. Dessutom ska hänsyn tas till tidigare erfarenhet av radioverksamhet i det aktuella sändningsområdet och/eller på radiomarknaden i stort.

Viaplay menar att förslaget är bra då det ger förutsättningar för en långsiktigt hållbar radioverksamhet. Däremot finns oklarheter hur de olika kriterierna ska vägas mot varandra, något som kan påverka aktörernas nuvarande verksamhet samt möjligheten att investera under tiden fram till att tillstånden beviljats. Viaplay menar därför att regeringen behöver förtydliga hur MM ska förhålla sig till de olika kriterierna vid tillståndsgivningen, detta för att kunna bibehålla stabilitet på FM-plattformen och ge förutsättningar för en snar digitalisering och fortsatta markbundna sändningar.

Mångfald på DAB

Det är inte tekniskt möjligt att nå en större mångfald på FM än som råder idag, vare sig vad gäller innehåll eller ägande, eftersom frekvensutrymmet på FM är tekniskt begränsat och de fåtal kommersiella kanaler som finns måste konkurrera om bredast

möjliga lyssnargrupper för att nå lönsamhet. Detta leder till en oundviklig konvergens vad gäller innehåll. Viaplay menar att detta enbart kan motverkas om ett progambolag tillåts ha flera kanaler på samma marknad och därigenom kan öka sin attraktivitet på annonsmarknaden genom att skapa en portfölj av kanaler som särskiljer sig vad gäller innehåll och målgrupp. Det är också värt att påpeka att den globala konkurrensen på mediemarknaden mer eller mindre har slagit ut den lokala annonsförsäljningen och att möjligheten för en ny aktör att framgångsrikt etablera en nödvändig nationell säljorganisation för enstaka regionala FM-kanaler är obefintlig. Det begränsade frekvensutrymmet har redan tvingat fram dagens konsolidering vad gäller försäljning av radioreklam, något som varit en nödvändighet för att branschen ska nå lönsamhet. Det finns däremot betydligt större möjligheter till mångfald på den kommande DAB-plattformen, där utrymme finns för 30 nationella reklamradiokanaler, jämfört med tre (3) på FM.

Viaplay föreslår att regeringen förtydligar att strävan efter större mångfald, både vad gäller ägare och innehåll, i första hand bör komma på DAB, och att de aktörer som kan bidra till DAB-plattformens etablering bör premieras.

Erfarenhet av radio

MM ska vid tillståndsgivandet ta hänsyn till erfarenhet av radioverksamhet i det aktuella sändningsområdet, liksom på radiomarknaden i stort. FM-radion är hårt ansatt av globala internetplattformar och strömmade ljudtjänster, och endast ett större och bredare utbud kan vända trenden. Med hjälp av DAB-plattformen kan radiomediet revitaliseras och nå nya lyssnare och målgrupper, men för att kunna investera i en ny plattform krävs en FM-kanal i samma sändningsområde för att effektivt kunna marknadsföra det nya utbudet. Förloras kontakten med de befintliga FM-lyssnarna så kommer dessa sannolikt inte att upptäcka de nya DAB-kanalerna. Misslyckas eller försenas en digitalisering kommer radiomediet oundvikligen att utsättas för ännu större utmaningar där tidigare erfarenhet och en bibehållen balans på marknaden blir än viktigare.

Regeringen skulle därför kunna förtydliga betydelsen av tidigare erfarenhet och att en fortsatt balans mellan aktörerna på FM-plattformen är nödvändig för att inte etablerade lyssnarpreferenser och beteenden ska påverkas på ett sätt som riskerar att minska radions publik ytterligare.

Ekonomiska möjligheter

Viaplay föreslår vidare att regeringen förtydligar att det i begreppet "tidigare erfarenhet" bör ingå att den sökande ska visa att den har möjlighet att finansiera sin verksamhet i form av en nationell försäljningsverksamhet samt har medel till innehåll, distribution och sändningsavgift. Finns det en finansiär bakom den sökande så bör det även finnas en tydlig koppling i form av ägande eller annan formell förbindelse för att undvika att aktörer söker och tilldelas sändningstillstånd som de avser att överlåta till högstbjudande.

Promemorian: Förslag till avgiftsmodell för analog kommersiell radio

6.2 Sändningsavgiftens utformning och nivå

Regeringen föreslår i promemorian att dagens avgiftsmodell med slutna anbud ersätts av en årlig avgift som beräknas på tillståndets värde på reklammarknaden. Den totala avgiftsintäkten föreslås baseras på tre (3) procent av radioföretagens samlade reklamintäkter under ett år. Den årliga sändningsavgiften föreslås uppgå till följande andel av den totala avgiftsintäkten:

- 18 procent för ett nationellt tillstånd.
- 3,6 procent för ett regionalt eller lokalt tillstånd för ett sändningsområde som omfattar storstadsområdena Stockholm, Göteborg och Malmö.
- 0,55 procent för annat regionalt eller lokalt tillstånd för ett sändningsområde som omfattar en befolkning som överstiger 300 000 invånare.
- 0,3 procent för annat regionalt eller lokalt tillstånd för ett sändningsområde som omfattar en befolkning som uppgår till högst 300 000 invånare.

Regeringen föreslår att reklammarknaden ska beräknas på IRM:s redovisning av intäkter, både reklam och sponsring från analog och digital marksänd radio, samt från webbsändningar. Regeringen föreslår att intäkterna ska räknas ut årligen i efterskott. Skyldigheten att betala den årliga sändningsavgiften inträder då sändningarna enligt tillståndet får påbörjas.

Viaplay tycker att modellen är bra och förstår de avvägningar regeringen har behövt göra. Viaplay ser dock inga skäl till varför avgiften ska beräknas på bolagens hela radioverksamhet. Det är de analoga sändningarna som ska vara belagda med en sändningsavgift, varför Viaplay menar att det bör förtydligas att det är dessa som ingår i beräkningsunderlaget. Teknisk är det möjligt att med hjälp av officiella lyssnarmätningar särskilja intäkterna från de olika plattformarna; FM, DAB och webbsändningar.

Idag och under överskådlig tid kommer FM-sändningarna att dominera verksamheten även om den analoga plattformen sedan länge haft en vikande trend, en nedgång som regeringen rimligen räknat med när avgiftsmodellen konstruerats. Lyckas branschen att få den digitala marksända plattformen att växa kommer det sannolikt att ske vid sidan av den analoga radions prognostiserade utveckling. Detta eftersom det på den digitala plattformen finns plats för en större mångfald som kan locka en större publik i olika målgrupper och därigenom öka radions annonsintäkter. Det vill säga, den kommersiella radiomarknaden ges förutsättningar att bryta sin nedåtgående trend och växa.

För det fall avgiften baseras på hela radioverksamheten, kommer sändningsavgiften att öka tack vare den avgiftsfria marksända digitala radion. Lyckas radiobolagen att få den digitala plattformen att växa kan det under tillståndstidens andra hälft resultera i en betydande snedfördelning av avgiftens underlag, där merparten av intäkterna kan komma från digitala sändningar som inte är belagda med en tillståndsavgift. Detta stämmer inte överens med avgiftens syfte och medför att ett starkt incitament att investera i digitala sändningar går förlorat.

7.1 Ansökan

Regeringen förslår att MM ska meddela att när ett utrymme att sända kommersiell blir ledigt, oavsett teknik, istället för att som idag kungöra ledigt analogt utrymme.

Viaplay har inga synpunkter på förslaget.

7.2 Begäran om återkallelse av tillstånd

Regeringen föreslår att en tillståndshavare får begära hos MM att tillståndet ska återkallas, då upphör betalningsskyldigheten för kommande sändningsavgifter och ränta under gällande tillståndsperiod. Detta förutsatt att begäran lämnats in senast tre månader innan nästa årliga betalning.

Viaplay har inga synpunkter på förslaget.

7.3 Återkallelse av tillstånd att sända kommersiell radio

Regeringen föreslår att det ska gå att återkalla ett sändningstillstånd om den årliga sändningsavgiften inte har betalats. MM ska utarbeta föreskrifter.

Viaplay har inga synpunkter på förslaget.

8. Ikraftsträdande

Regeringen föreslår att ändringarna träder i kraft den 1 januari 2026.

Viaplay har inga synpunkter på förslaget.

Stockholm 2024-10-11



Christer Modig
SVP Viaplay Group Radio