

Kulturdepartementet

Stockholm den 5 mars 2014

Översänds till: ku.remissvar@regeringskansliet.se
samt: Kulturdepartementet, 103 33 Stockholm

Remissvar angående förslag i rapport om evenemangslista

TV4 AB ("TV4") har fått tillfälle att inkomma med synpunkter på förslag i rapport om evenemangslista från Myndigheten för radio och tv. TV4 åberopar vad som framförts i yttrande till Myndigheten för radio och tv, bilaga 1, samt anför följande.

1. INTRESSET FÖR EVENEMANGEN

1.1 När det gäller evenemang som kan anses särskilt viktiga att alla har möjlighet att ta del av sammanfaller tv-publikens, tv-företagens och rättighetsinnehavarnas intressen. I motsats till påståendet i tredje stycket på sidan 37 i rapporten anser TV4 att det vore absurt att anamma en strategi som skulle innebära att attraktiva evenemang inte görs tillgängliga så brett som möjligt. Det finns inget som helst intresse hos tv-företagen att inte nå ut till den stora breda tv-publiken med dessa evenemang. En återkommande uppdaterad lista skapar onödigt merarbete i en fråga som redan sköter sig självt.

2. TILLGÅNG TILL SÄNDNINGARNA

2.1 Upplevd tillgång är intressant för att mäta kännedom, det vill säga om man lyckats nå ut med information om att program kan ses via kanalen. När det gäller detaljstyrande reglering med konkreta konsekvenser för konkurrens, ekonomi och rörlighet är *faktisk* möjlighet att se evenemang den enda rimliga grunden att basera beslut på. Publikens eventuella programpreferenser, tekniska bildning eller intresse/ointresse för tv ska inte avgöra en så pass genomgripande och detaljerad

TV4 AB

POSTADRESS 115 79 Stockholm

BESÖKSADRESS Tegeluddsvägen 3

WEBB tv4.se, tv4gruppen.se

VÄXEL 08-459 40 00

FAX 08-459 40 99

ORG NR 556242-7152

reglering. Det vore orimligt om svar från en möjlig publik som inte är intresserad skulle utgöra grund för regleringen.

3. PUBLIKEN

- 3.1 Det kan inte nog understrykas att tv existerar för att det finns publik som är intresserad av att ta del av utbudet. Publiken är primär. Bolagens syfte är alltid att *erbjuda publiken* spännande och intressant innehåll som så många som möjligt vill ta del av.
- 3.2 I motsats till vad som hävdas i andra och tredje styckena på sidan 33 i rapporten är det för TV4 självklart att det inte finns någon motsättning mellan publikperspektiv och konkurrensperspektiv. Dyra tv-produktioner måste förstås betalas för i någon form, vare sig det handlar om reklamintäkter, licens eller abonnemang. Utbud står i proportion till efterfrågan. På så sätt säkerställs ur perspektiv av både demokrati och samhällsnytta att publiken får det som önskas i proportion till efterfrågan. Förändringar i hur trender i en kultur rör sig bör inte regleras. Kort sagt, när det gäller tv fungerar välavvägt principen om utbud och efterfrågan.
- 3.3 Det är viktigt att kunna agera snabbt för såväl tv-bolag som evenemangsarrangörer och organisationer för att vara i takt med tiden. Verksamheter styrs smidigast av dem som är närmast verksamheten. Detaljerad reglering hämmar snabbriklighet och har negativ inverkan. Det framgår tydligt av rapporten att en evenemangslista inte har något att tillföra.

4. TILLGÄNGLIGHET FÖR PERSONER MED FUNKTIONSHINDER

- 4.1 Med anledning av argumentationen i första stycket på sidan 37 framför TV4 här att för bästa effektivitet bör programbolagen själva kunna välja vilken tjänst som lämpar sig bäst för vilka program och för vilken plattform. Denna hållning har TV4 tidigare framfört i yttranden angående tillgänglighetstjänster. Inget programbolag är intresserat av att lägga tjänsterna på fel plats. De tjänster som görs ska självklart nå de flesta av användarna. För den händelse att programbolagen behöver hushålla med resurser till följd av exempelvis en lågkonjunktur är det av stor vikt att bolagen själva får avgöra hur detta ska ske. Denna balans sköter tv-bolagen bäst.

5. DET TIDSENLIGA VÄGVALET

- 5.1 I många medie- och publicistfrågor ligger Sverige i framkant och föregår med gott exempel. Det gäller exempelvis yttrandefrihetens höga värde, distributionslösningar, webbtillgänglighet, kreativitet och nya lösningar inom onlinemarknaden samt det nordiska tv-dramat som spritt sig över gränserna. Med detta goda exempel kan vi vara en förebild och fortsätta att visa på en kreativ tv-marknad som gör en bra insats för samhället utan hämmande och alltför hårt styrande detaljreglering.

6. SLUTSATS

- 6.1 Fortsatt tillgång till stora evenemang för publiken hanteras bäst utan en upprättad evenemangslista. Både tv-företagen och rättighetsinnehavarna har visat att de klarat av att tillgängliggöra dessa evenemang på ett bra sätt hittills. Ingen köper eller producerar evenemang av stort allmänintresse för att sen inte visa upp dem. Syftet är *alltid* att nå ut till så stor del av publiken som möjligt. Det som inte är trasigt bör inte lagas.
- 6.2 TV4 anser att en evenemangslista inte ska införas.

Stockholm som ovan
TV4 AB

INGER SKALSE

Regulatory Affairs

Email inger.skalse@tv4.se

Postal Address S-115 79 Stockholm, Sweden

Web tv4.se and tv4group.se

Reception +46 8 459 40 00

Bilaga: Synpunkter på utkast till rapport om evenemangslista, TV4 2013-10-04