



MEDIA GROUP

Ku2017/02136/MF

Till:
Kulturdepartementet
103 33 STOCKHOLM

BAUER MEDIA AB
SVERIGE

T +46 8 450 33 00
Gjörwellsgatan 30, Box 34108
SE-100 26 Stockholm
www.bauermedia.se

2018-01-10

Remissvar *Finansiering av public service – för ökad stabilitet, legitimitet och stärkt oberoende (2017:79)*

Bauer Media Group har beretts tillfälle att inkomma med synpunkter till den Parlamentariska public service-kommitténs delbetänkande *Finansiering av public service – för ökad stabilitet, legitimitet och stärkt oberoende (2017:79)*.

Med anledning av detta lämnar vi följande synpunkter:

Sammanfattning

- Bauer Media Group (Bauer Media) välkomnar principiellt ett nytt system för finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.
- Bauer Media tillstyrker den Parlamentariska public service-kommitténs (Kommittén) förslag om skattefinansiering, men förhåller sig kritisk till den public service-avgift som föreslås och förordar istället en anslagsfinansiering via statsbudgeten.
- Bauer Media avstyrker förslaget att förlänga tillståndsperioden för public service, från sex till åtta år.
- Bauer Media anser att skattefinansiering förutsätter ett förtydligande av uppdraget för public service med tydliga ramar och fokus på kärnuppdraget – oberoende nyheter, granskande journalistik, dokumentärer, kultur och program på minoritetsspråken.
- Bauer Media anser att skattefinansiering förutsätter förstärkt ekonomisk insyn i public service-bolagens verksamhet.



MEDIA GROUP

2/6

- Bauer Media anser att det är en allvarlig svaghet att betänkandet helt saknar en analys av den föreslagna finansieringsmodellens påverkan på mångfald och konkurrens på medieområdet.

1. Övergripande synpunkter

Bauer Media välkomnar principiellt ett nytt finansieringssystem för public service. Bauer Media ställer sig dock tveksam till om det förslag som presenteras i betänkandet är tillräckligt väl utrett för att läggas till grund för ett beslut om nytt finansieringssystem.

Kommittén betonar betydelsen av oberoende medier i ett demokratiskt samhälle. Det är lätt att ställa sig bakom detta. Oberoende är dock inte det samma som offentligt finansierat. Privatägda medier har i Sverige en lång historia av oberoende agerande, i bemärkelsen hög journalistisk integritet. Att kommittén helt undviker att belysa de privata mediernas betydelse, och i princip helt låter bli att ta upp värdet av mångfald på medieområdet är märkligt och otillfredsställande.

Än mer problematiskt är följande skrivning i Kommitténs betänkande (s. 47):

Medier med offentligt uppdrag har generellt bättre förutsättningar att tillgodose medborgarnas behov av att hålla sig välinformerade om det som händer i samhället och de åtnjuter ett större förtroende genom att stå friare gentemot offentlig och privat makt (Nord 2016, s. 251).

Bauer Media vill med bestämdhet avvisa ovanstående synsätt som i sin förlängning innebär att statliga medier generellt är att föredra framför privata. Bauer Media hävdar att mediemångfald baserad på tryck- och yttrandefrihet, fri etableringsrätt och rättvisa konkurrensvillkor är viktigare för det demokratiska samhället än offentligt finansierade medier.

Av detta följer att offentligt finansierade mediers uppdrag måste vara väl definierat och avgränsat eftersom de offentliga medierna annars riskerar att slå ut enskilda medier och därmed minska mediemångfalden. Det är en allvarlig svaghet att betänkandet helt saknar en analys av den föreslagna finansieringsmodellens påverkan på mångfald och konkurrens på medieområdet.



MEDIA GROUP

3/6

Bauer Media välkomnar ett stärkt oberoende för public service-bolagen i bemärkelsen stärkt journalistisk integritet. Det stärkta oberoendet fordrar dock tydligare ramar och direktiv.

Behovet av att tydliggöra public service-uppdraget ökar också av andra skäl. Public service-bolagen tog sin form i en tid då de uteslutande verkade genom sändningar i eter, där man hade monopol. Det SR, SVT och UR sände i radio och TV blev liktydigt med public service. Idag verkar dock public service-bolagen i en mediemiljö som i tilltagande grad är internetbaserad och där man konkurrerar med kommersiella medier. I den miljön är det av yttersta vikt att dessa företag, med sina kraftfulla tekniska och finansiella resurser, har ett klart och väl avgränsat uppdrag som dessutom är lätt att granska och följa upp.

Bauer Media vill utöver ovanstående kommentera några specifika aspekter på Kommitténs förslag.

2. Skatt istället för avgift

I en tid när media i allt högre grad konsumeras via internet, bör finansieringen av public service inte baseras på innehav av TV-mottagare. Mot denna bakgrund tillstyrker Bauer Media Kommitténs förslag om att dagens avgiftsfinansiering bör ersättas med en skattefinansiering.

Bauer Media vill därtill lyfta fram ett argument – som Kommittén inte nämner – som talar för skattefinansiering. Det är att den nuvarande konstruktionen av radio- och tv-avgiften främjar idén att programbolagen ska försöka maximera antalet lyssnare och tittare i avsikt att ge alla avgiftsbetalare valuta för pengarna. En skatt tydliggör public service speciella ansvar för ett utbud som inte produceras av kommersiella aktörer och som samtidigt har särskild betydelse ur ett samhällsperspektiv.

3. Specialdestinerad skatt jämfört med anslagsfinansiering

Bauer Media är kritisk till Kommitténs förslag om en uppbördsmodell som bygger på en specialdestinerad skatt. Vi är väl medvetna om att regeringen redan i kommittédirektiven begränsat utredningens handlingsutrymme att ta fram förslag till finansiering av public service



MEDIA GROUP

4/6

inom statens budget. Bauer Media vill trots detta förorda en anslagsmodell inom statens ordinarie budgetförfarande.

Ett vanligt förekommande argument mot anslagsfinansiering över statsbudgeten är att detta skulle undergräva public service oberoende. Argumentet är svårt att förstå mot bakgrund av att en rad centrala samhällsfunktioner som bygger på oberoende från politisk inblandning är anslagsfinansierade – exempel är domstolar, polis, försvar och högre utbildning. Även annan kultur- och mediepolitik finansieras direkt över statsbudgeten.

I praktiken kommer den förslagna finansieringsmodellen att innebära att public service-bolagen får säkra, förutsägbara och sannolikt ökande intäkter för en hel tillståndsperiod. Detta är en högst påtaglig konkurrensfördel gentemot kommersiella aktörer.

I ett medielandskap där flertalet traditionella medier med bas i Sverige trendmässigt har sjunkande intäkter kommer ett public service med trendmässigt stigande intäkter att öka i relativ styrka gentemot de kommersiella medierna. Det ökar risken för utslagning av privata mediebolag. Resultatet blir en minskad mediemångfald.

4. Längden på kommande tillståndsperioder

Kommittén föreslår en ändring i radio- och tv-lagen som innebär att sändnings-tillståndens giltighetstid för public service-bolagen förlängs, från sex till åtta år.

Förlängda tillståndsperioder i kombination med den finansieringsmodell som föreslås innebär ytterligare en konkurrensfördel för public service-bolagen gentemot kommersiella medier som bör undvikas.

Bauer Media avstyrker därför Kommitténs förslag om åttaåriga tillståndsperioder.

5. Skattefinansiering förutsätter fokus på kärnverksamhet

Public service-bolagen har unika möjligheter att fylla speciella och viktiga funktioner på medieområdet. Den offentligt finansierade public service-verksamheten förutsätter dock ett



MEDIA GROUP

5/6

väldefinierat uppdrag, tydliga motiv och klara gränser – något som blir än viktigare i och med Kommitténs förslag om skattefinansiering.

Att medborgare framöver kommer att åläggas en public service-skatt höjer kraven på programutbudet. Syftet med public service måste vara att tillföra ett mervärde i förhållande till mediemarknaden i sin helhet. Gränsen för public service verksamhet bör därför gå vid dess demokratiska uppdrag – att erbjuda medborgarna ett programutbud som fokuserar på nyheter, granskande journalistik, dokumentärt material, kultur samt program på invandrar- och minoritetsspråk.

Fortsätter public service-bolagen att producera, köpa in och sända material som kommersiella aktörer redan tillhandahåller riskeras mediemångfalden, vilket utarmar medielandskapet. Att public service, finansierat genom skatter, ska konkurrera med kommersiella aktörer på områden där det finns en kommersiell bärkraft framstår som orimligt och orättfärdigt.

6. Skattefinansiering förutsätter ekonomisk insyn

Kommitténs förslag om en skattefinansierad public service förstärker behovet av insyn i, och uppföljning av, public service-bolagens verksamhet. Vidare bör granskningen av hur väl public service utför sitt uppdrag skärpas.

I dagens modell är det mycket svårt för en utomstående att förstå hur public service-bolagen använder de medel de förfogar över. När public service finansieras direkt genom skattemedel blir det än viktigare att medborgarna får insyn i hur medlen används, vad gäller produktion, distribution, annonsering och andra utgifter kopplade till bolagens verksamhet.

Public service-bolagen bör åläggas samma krav på öppen redovisning av hur skattemedel används som gäller för statliga verk och myndigheter.

Bauer Media anser att det är en svaghet i Kommitténs betänkande att dessa frågor inte kommenteras.



MEDIA GROUP

6/6

Med vänliga hälsningar,

Staffan Rosell, *VD Bauer Media*