

MittMedia AB:s remissyttrande rörande SOU 2018:50 (slutbetänkandet "Ett oberoende public service för alla – nya möjligheter och ökat ansvar", Ku2018/01387/MF)

Kontaktpersoner: Per Bowallius, verkställande direktör, per.bowallius@mittmedia.se, och Carl-Johan Bergman, redaktionell chef, carl-johan.bergman@mittmedia.se.

MittMedia har getts tillfälle att yttra sig över den parlamentariska public service-kommitténs slutbetänkande. MittMedia anser att kommittén tillämpat ett inkluderande och transparent arbetssätt och fört en god dialog med de olika aktörerna i den svenska mediebranschen. Vi beklagar dock att public service-kommittén uppenbarligen inte ansett sig haft möjlighet att lämna fler förslag med avsikt att ännu tydligare renodla public service-bolagens uppgifter och skapa bättre förutsättningar för att förhindra marknadsstörande aktiviteter från nämnda bolag.

Utifrån ovanstående tillstyrker MittMedia:

- kommitténs övergripande slutsatser att public service-bolagens olika verksamheter bör fokusera på ljud och rörlig bild, även om vi ser svårigheter med att fokus ligger på kanalbegränsning snarare än innehållsbegränsning.
- kommitténs slutsatser om behovet av god public service-närvaro i hela landet samt vikten av dialog mellan denna skattefinansierade verksamhet och de kommersiella medieaktörerna som agerar på en öppen marknad.
- förslaget om begränsningar för public service-bolagens närvaro i sociala medier och på globala distributionsplattformar.
- förslaget om förändringar rörande förhandsprövning och möjligheterna för andra än public service-bolagen att begära förhandsprövning.

MittMedia avstyrker dock:

- förslaget rörande tillståndsperiodens längd.
- förslaget om att uppföljning hos Granskningsnämnden endast ska ske vartannat år.
- uppräknigen av anslagen till public service-bolagens verksamhet.

När det gäller innehållsuppdraget, analysen kring de digitala plattformarna, förändringarna rörande tillståndsperiodens längd samt förslagen om förhandsgranskning vill vi utveckla våra ställningstaganden (se nästa sida).

Innehållsuppdraget

MittMedia välkomnar att kommittén uppmärksammar public service-bolagens folkbildande uppdrag och behovet av lokal närvaro i hela landet. Man får dock inte glömma bort att det är de svenska lokalmedierna som är grunden för medieinfrastrukturen ute i landet och att public service-bolagens verksamhet utanför storstadsområdena bör präglas av ett arbetssätt inriktat mot att komplettera, alternativt samverka med, lokalmedierna. MittMedia välkomnar kommitténs ställningstagande rörande behovet av att public service-bolagen fokuserar på rörlig bild och ljud, men vi saknar tydligare ramar rörande själva innehållsuppdraget. Ett smalare, men skarpere, public service är något vi tror att både public service-bolagen och övriga aktörer inom mediebranschen skulle gynnas av. Vi tror också att ett tydligare uppdrag rörande innehåll bidrar till att skapa en mer agil organisation hos public service-bolagen, något som är nödvändigt sett till att medievanorna hos konsumenterna ständigt förändras.

Digitala plattformar

Den svenska mediebranschen är sen flera år satt under starkt tryck när det gäller intäkter. Sedan 2013 är det årliga tappet i snitt varit 6,6 procent, enligt en studie utförd av PwC. Amerikanska plattformsbolagen Google och Facebook har under samma period en mycket aggressiv tillväxt i Sverige. Bedömare uppskattar att enbart Google står för en fjärdedel av annonsomsättningen i Sverige idag. Facebook och Google har fått massiv kritik för att de utnyttjar innehållet som mediebolag producerar för att bygga sin affär. De amerikanska bolagen är den största konkurrenten i dag för svenska mediebolag. Samtidigt lägger de svenska public service-bolagen mycket resurser i Facebook och andra sociala plattformar. Sveriges Radio går till och med så långt att de ser sociala medier som ett av de tre ben som bolaget står på. De skänker därmed gratisinnehåll till amerikanska plattformsbolag som har en affärsidé som är direkt konkurrerande till svenska mediebolag som inte är i huvudsak skattefinansierade liksom SVT, UR och SR.

Svenska mediebolag kan idag inte längre anses vara knutna till ett visst medium. Tiden då man kunde prata om Aftonbladet som en "kvällstidning" eller Gefle Dagblad som en "morgontidning" är sedan länge förbi. Den digitala distributionen har suddat bort gränserna mellan medieslag och kvar finns endast uppdelningar som bygger på historiska skäl. Public service-utredningens begränsning som anger att SVT:s huvuduppdrag är "rörlig bild" och SR:s huvuduppdrag är ljud känns konstruerad. SVT och SR är sedan länge multimediala företag som använder text, ljud, bild och rörlig bild gränslöst i sina digitala kanaler. Därmed är de också tydligare konkurrenter idag till mediebolag som måste ta betalt av användarna. Svenska mediebolag, liksom MittMedia, går mot en ökad andel direkta läsartäkter. De senaste åren har läsaraffären växt starkt och har på riktigt kunnat visa sig bidra till att bära den kvalitetsjournalistik som man vill kunna fortsätta producera. Samtidigt spelar annonser en fortsatt viktig roll för att finansiera lokaljournalistik.

Användaren har därmed att välja mellan en produkt där det krävs att du betalar för att få ta del av innehållet – ett innehåll som dessutom behöver annonser för att kunna finansieras. Ett klick bort, bråkdelar av sekunder bort, finns produkter från public service som är direkt tillgängliga utan annonser. Dessutom väljer man att marknadsföra sig som ett reklamfritt alternativ för att ytterligare polarisera mot de kommersiellas villkor. Konkurrenssituationen blir mycket mer påtaglig i dag, i en digital värld, när produkterna lever sida vid sida men med vitt skilda finansieringsvillkor. Svenska lokalmedier har hittills kunnat hantera konkurrensen genom att göra bättre produkter än public service och har en större digital publik lokalt. Riskerna finns att de ojämlika villkoren gör att man i lokalmedia hamnar i negativ spiral som innebär att den höga kvaliteten inte kan upprätthållas.

Det är rimligare att någon form av innehållsbegränsning diskuteras för public service snarare än den konstruerade kanalfokuseringen som utredningen föreslår och som blir svår att leva upp till i praktiken. Innehållsbegränsningen kan grundas på att public service bör producera och distribuera innehåll där kommersiella alternativ saknas.

Tillståndsperiodens längd

MittMedia ifrågasatte redan i remissvaret till public service-kommitténs delbetänkande förslaget att förlänga tillståndsperioden för public service-bolagen. Precis som de privata mediebolagen står public service inför stora utmaningar rörande den digitala transformationen och allmänhetens förändrade medievanor. Alla mediebolag måste – oavsett om man finansieras av det offentliga eller via prenumerationer och annonser – skapa flexibla organisationer och vara beredda att anpassa och förändra sina arbetsätt. Längden på tillståndsperioden för public service-bolagen bör därför inte förlängas, utan i stället sänkas till två eller tre år, då detta driver på förändringsarbetet i bolagen och skapar mer för ändamålet anpassade organisationer.

Kommittén föreslår i sitt slutbetänkande inte enbart förlängd tillståndperiod utan även att definitionen av vad som ska betraktas som public service-bolagens kärnverksamhet utvidgas, samt att samma innehållsvillkor som gäller för sändningarna i marknätet från 2023 ska gälla för programverksamhet som bedrivs på internet.

Förhandsgranskning

MittMedia har tillsammans med andra kommersiella aktörer på mediemarknaden krävt en nyordning som innebär att public service-bolagen inte längre ensamt får avgöra vilka nya programsatsningar eller produkter som ska förhandsprövas mot övriga mediemarknaden ur ett konkurrensstörande perspektiv. Därför är det positivt att kommittén nu föreslår att även utomstående intressenter kan ta upp frågor om förhandsprövning samt att försöksperioderna kortas tidsmässigt. Samtidigt föreslås att förhandsprövningen begränsas till den kompletterande verksamheten, det vill säga inte omfattar public service-bolagens kärnverksamhet.

Vi anser att de föreslagna ändringarna av reglerna kring förhandsprövning, sett till hur den förlängda tillståndsperioden regleras, framstår som motsägelsefulla och riskerar att skapa ytterligare osäkerhet på marknaden. Å ena sidan har kommittén tagit till sig kritiken från de kommersiella mediebolagens sida om risken för snedvriden konkurrens när det gäller utveckling av nya digitala produkter på marknaden genom att skärpa förhandsprövningen. Å andra sidan lämnas det öppet för att mer av den digitala utvecklingen inom public service-bolagen – av produkter, tjänster eller innehåll – definieras som en del av bolagens kärnverksamhet och därmed fredas från granskning. Detta samtidigt som tillståndsperioden förlängs.

Sammantaget menar därför MittMedia att effekterna på det här området nog behöver övervägas och en möjlighet till omprövning bör finnas under tillståndsperioden.