

Till: Ku.remissvar@regeringskansliet.se
CC: ku.md@regeringskansliet.se
Diarienummer; Ku2026/00629

EXTRA MEDEL TILL PUBLIC SERVICE

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

Viaplay tackar för möjligheten att komma med synpunkter på promemorian **"Förslag på extra medelstilldelning till Sveriges Radio AB och Sveriges Television AB för ökade kostnader i marknätet"**(Ku2026/00629).

Ärendet

Betal-tv-operatören Boxer lämnade den 1 januari 2025 marknätet, och eftersom Boxer betalade alla krypterade kanalers distribution i nätet lämnade också dessa. Som en följd av detta lämnade ett år senare även fri-tv-kanalen TV4 marknätet. Då alla kommersiella tv-kanaler lämnat marknätet är fem av marknätets sex multiplexer tomma. Kostnaderna för nätet vill Teracom fördela på de kvarvarande tv- och radiokanalerna från SVT i mux 1 och SR som sänder analog och digital radio.

Skälet till att Teracom tycker sig kunna kompensera bortfallet av kommersiell tv genom att höja kostnaderna för public service, är att public service enligt sina sändningstillstånd för åren 2026-33 måste sända rikstäckande radio och tv i marknätet, samt att de är anslagsfinansierade.

Regeringens fråga är om bolagen ska få allt de begär för att betala de extra pengar som Teracom begär, eller ska de få sjuttiofem procent, hälften eller en fjärdedel av det som begärs. Regeringen menar att de extra kostnaderna är sådana extraordinarie kostnader som går att ge kompensation för. Summorna är förhandlade och fastlagda för 2026 men inte för 2027 och vad gäller åren därefter menar regeringen att man bör invänta vad Distributionsutredningen kommer fram till.

Viaplays synpunkter

Viaplay tar inte ställning till alternativen, men vill redogöra för vad regeringen bör beakta när den tar beslut som påverkar marknätet möjligheter att fungera som en långsiktigt hållbar medieplattform:

1. Marknätet behövs, det är en förutsättning för att svensk radio ska kunna konkurrera med övriga medier och plattformar. Online konkurrerar svensk radio med all världens innehåll och de svenska radiokanalernas linjära lyssnande online är marginellt. Detta gäller såväl för public service som för kommersiell radio.
2. Marknätet är viktigt som en operatörsoberoende plattform där demokratiskt förankrad tillståndsgivning fungerar som "gatekeeper". På andra plattformar styrs utbudet av företag som i första hand tar hänsyn till sina egna kommersiella intressen.
3. Marknätet är viktigt för svensk beredskap genom god säkerhet, hög tillgänglighet, ett tillståndsgivet och reglerat utbud samt genom att plattformen inte går att manipulera. Det finns ingen lika säker och tillgänglig nationell infrastruktur.
4. Oavsett vilken kompensation regeringen väljer att ge SVT och SR, utgår Viaplay från att detta inte innebär några extra kostnader för kommersiell radio. Public service måste finnas i marknätet och är offentligt finansierat, medan kommersiell radio saknar marginaler att ta extra kostnader.
5. Likaså utgår Viaplay från att sättet som regeringen väljer att finansiera marknätet blir konkurrensneutralt. Det vill säga om marknätet helt eller delvis finansieras med offentliga som en följd av att plattformen har en viktig roll i totalförsvaret, så kommer detta även andra tillståndsgivna kanaler till del. Public service och kommersiell radio/tv ingår i ett gemensamt mediesystem och det är detta system som utgör Sveriges medieberedskap.
6. Marknätets grundläggande utmaning är det begränsade utbudet för olika målgrupper. För att kunna konkurrera med andra distributionsplattformar behöver marknätet erbjuda ett bredare och mer attraktivt utbud. Det finns en stor risk att tittare och lyssnare över tid överger marknätet, att utrustning som hushållen behöver för mottagning glöms bort eller monteras ner. Om alltför få personer använder marknätet så förlorar det sin funktion som beredskapsplattform.

7. För radio innebär det en utbyggnad av digital marksänd radio eftersom de sju nationella kanaler som idag sänds analogt är otillräckligt. Om marknätets tre multiplexer byggs ut kan det ge plats för minst 40 nationella radiokanaler. Att SR breddar sitt digitala radioutbud och bygger ut sin multiplex är en självklarhet om marknätet ska vara relevant under den innevarande tillståndspanen.
8. Även utbudet av marksänd tv behöver breddas, något regeringen bör skapa förutsättningar för.
9. Viaplay kan inte låta bli att förvånas över att Teracom begär kompensation för sina tappade kunder i marknätet, och att SVT och SR i sin tur begär extra medel för att kompensera Teracom. SR satsar betydande belopp på att producera och distribuera program som poddar, men trots detta står utbudet online för en mycket liten del av SR:s samlade lyssnande. Investeringarna online gör SR utan att ha ett tydligt uppdrag och utan att tydligt ange vad det kostar. Den ekonomiska smärttåligheten för online-projekt verkar vara hög, vilket tyder på att det även inom marknätet bör finnas utrymme för vissa merkostnader, speciellt beträffande kostnader som är direkt kopplade till kärnuppdraget. Viaplay föreslår att regeringen i sina uppföljningar av sändningstillstånden tydligare styr SR och SVT mot att prioritera investeringar som är direkt kopplade till bolagens kärnuppdrag.
10. Även Teracom har investerat betydande belopp på verksamheter utanför marknätet och har historiskt absorberat stora förluster när bolaget misslyckats. Att alla kommersiella tv-kanaler lämnat marknätet är en följd av att Teracom sålde Boxer till en bredbandsoperatör som, vilket kunde antas före affären, köpte Boxer för att tömma bolaget på marknätskunder. Det är ett både affärsmässigt och mediepolitiskt misslyckande och inte helt uppenbart varför Teracom ska kompenseras fullt ut. Distributionen i marknätet är avreglerad och public service bör ha ett gott förhandlingsläge eftersom Teracom är beroende av de radio- och tv-kunder man har kvar. Viaplay föreslår att regeringen styr Teracom bättre så att bolagets investeringar prioriteras till kärnuppdraget: utsändning av radio och tv.
11. Marksänd radio är en central del av SR kärnuppdrag, och digitaliseringen av markbundna sändningar bör därför ingå i bolagets ordinarie ansvar och finansiering. Mot den bakgrunden är det svårförklarligt att SR investerar betydande belopp i onlinetjänster men efterfrågar politiska beslut och extra medel för att digitalisera sina sändningar. Om SR ändå får ytterligare finansiering för att kompensera för Teracom's minskade kundunderlag bör regeringen ställa tydliga krav på att bolaget bygger ut digital marksänd radio i minst samma takt som den kommersiella radion.

12. Broadcast radio och tv upplever sedan länge en nedåtgående trend, men broadcast lockar varje dag miljoner tittare och lyssnare och har en viktig roll i alla länders nationella mediesystem. Radio och tv över broadcast-plattformar har åtminstone ett tjugotal år kvar innan all distribution går via nätet, en tid som bör ägnas åt att lösa de problem som en sådan utveckling kan medföra. Men ska marknätet vara en relevant plattform under dessa år måste regeringen skapa förutsättningar för att åtgärda marknätets grundläggande problem, det vill säga bristen på innehåll.

Stockholm 2026-09-30



Christer Modig
Senior Vice President Viaplay Group Radio