



**MEDIA GROUP**

Ku2019/01489/MD

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](http://www.bauermedia.se)

2019-11-25

## Remissvar *En moderniserad radio- och tv-lag* (2019:39)

### Sammanfattning

Bauer Media Group (Bauer Media) har beretts tillfälle att inkomma med synpunkter på betänkandet *En moderniserad radio- och tv-lag* i 2018 års AV-utredning (SOU 2019:39). Med anledning av detta lämnar vi följande synpunkter:

- Bauer Media välkomnar utredningens utgångspunkt att anpassa radio- och tv-lagen till ett modernt medielandskap.
- Bauer Media välkomnar att beställradio från Sveriges Radio föreslås underställas Granskningsnämnden. Däremot vill Bauer Media i sammanhanget framhålla att det är otydligt huruvida Sveriges Radio över huvud taget har i uppdrag att bedriva beställradioverksamhet. Detta, avsaknaden av ett tydligt uppdrag kring beställradioverksamhet för Sveriges Radio, är ett större problem än bristen på granskning.
- Bauer Media tillstyrker förslaget att tillsätta en ny utredning om beställradio och anser att denna bör tillsättas skyndsamt. Utredningen bör få i uppdrag att se över svensk rättspraxis på beställradioområdet samt undersöka om radio- och tv-lagens regler för kommersiella meddelanden verkligen är utformade så att svenska medieföretag över tid kan behålla sin konkurrenskraft.
- Bauer Media avstyrker förslagen om införande av sanktioner vid brott mot sändningsvillkoren för kommersiell radio samt tillståndsvillkor kring ägande eller förfogande, och ställer sig frågande till syftet bakom detta.



MEDIA GROUP

2/4

- Bauer Media avvisar utredningens förslag om begränsningar i egenreklamen eftersom dessa kan befaras inskränka möjligheten till så kallad cross promotion. På denna punkt efterfrågar Bauer Media skrivningar som tydliggör att möjligheterna till cross promotion i kommersiell radio inte inskränks.

## 1. Övergripande synpunkter

Bauer Media välkomnar utredningens ansats. Medielandskapet har genomgått omfattande förändringar under de gångna nio åren och därför är det motiverat att modernisera radio- och TV-lagen. Bauer Media ser positivt på att utredningen föreslår ett samlat och uppdaterat regelverk för sponsring och reklam.

## 2. Beställradio

Sveriges Radio har idag en omfattande verksamhet inom podcastproduktion, eller det som utredningen kallar beställradio. Därför är det angeläget att verksamheten kan granskas och följas upp på samma sätt som verksamheten inom traditionell radio. Bauer Media tillstyrker förslagen att i radio- och tv-lagen införa en definition av begreppet beställradio samt att uppdraget för Granskningsnämnden för radio och tv utvidgas till att även omfatta beställradio från public service.

Samtidigt understryker Bauer Media att det är otydligt huruvida Sveriges Radio i själva verket över huvud taget har ett uppdrag att bedriva beställradioverksamhet. Detta, avsaknaden av ett tydligt uppdrag kring beställradioverksamhet för Sveriges Radio, är ett större problem än bristen på granskning. Denna frågeställning ligger utanför utredningens uppdrag, men Bauer Media vill i sammanhanget framföra att vi ställer oss mycket undrande till att public service lägger omfattande resurser på att producera beställradio trots att det finns ett mycket rikt utbud av podcasts som produceras helt utan skattefinansiering.



MEDIA GROUP

3/4

Utredningen föreslår att beställradio som inte produceras av public service inte ska omfattas av radio- och tv-lagens bestämmelser, eftersom det bara var public service som ingick i utredningens uppdrag. Bauer Media delar utredningens uppfattning att en separat utredning bör se över frågor som rör tillhandahållanden av beställradio från kommersiella aktörer.

Bauer Media anser att en sådan utredning bör tillsättas skyndsamt. I likhet med vad utredningen skriver så bör en ny utredning titta på ljudmarknaden i sin helhet, hur den ska definieras och demokratibestämmelsens räckvidd. Givet den ökande konkurrensen från internationella aktörer, menar Bauer Media att utredningen samtidigt bör undersöka om radio- och tv-lagens regler för kommersiella meddelanden verkligen är utformade så att svenska medieföretag över tid kan behålla sin konkurrenskraft. Utredningen bör få i uppdrag att se över om svensk rättspraxis skiljer sig från jämförbara länder på ett för svenska medieföretag ofördelaktigt sätt.

### 3. Brott mot sändningskraven

Utredningen föreslår att brott mot sändningskraven ska sanktioneras. Bauer Media menar att det av utredningen inte framgår i vilka faktiska situationer som bristen på sanktioner varit ett problem. Tillstånd för analog radio köps vid auktion och tillståndshavarna har regelmässigt både byggt ut och sänt i den omfattning som tillstånden medgett. Bauer Medias erfarenhet är att det snarare varit problem att få utnyttja tilldelade frekvensresurser på ett för koncernen optimalt sätt. Bauer Media avstyrker förslaget eftersom det inte är tydligt vilket problem som ska åtgärdas.

Likaledes menar Bauer Media att det är otydligt vilket syfte som uppfylls genom ett införande av sanktioner vid brott mot tillståndsvillkor kring ägande eller förfogande. Bauer Media avstyrker därför förslaget.

### 4. Egenreklam

Bauer Media ställer sig frågande till hur förslaget att egenreklam ska omfattas av förbud mot otillbörligt gynnande av andras kommersiella intressen är tänkt att påverka



MEDIA GROUP

4/4

så kallad cross promotion. Omfattningen av förslaget framgår inte, och därför inte heller behovet av ett förbud.

För Bauer Media, som inom ramen för sin koncern bedriver både radioverksamhet och beställradioverksamhet, är det viktigt att även framgent ha möjlighet att exempelvis uppmärksamma lyssnare i en sändning i en given radiokanal om andra radioprogram eller podcaster. Det vore olyckligt ifall denna möjlighet påverkas av förslaget och därför är det även angeläget att regeringen förtydligar detta samband.

Bauer Media avvisar därför utredningens förslag om begränsningar i egenreklamen eftersom dessa kan befaras inskränka möjligheten till så kallad cross promotion. På denna punkt efterfrågar Bauer Media skrivningar som tydliggör att möjligheterna till cross promotion i kommersiell radio inte inskränks.

Med vänliga hälsningar,

Staffan Rosell, *VD Bauer Media*