



Till: Ku.remissvar@regeringskansliet.se
CC: ku.md@regeringskansliet.se
Diarienummer; Ku2025/01252

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

Viaplay tackar för möjligheten att komma med synpunkter på delbetänkandet **"Distribution av radio och tv i det nya medielandskapet"**, **SOU 2025:116**. Viaplay kommer med synpunkter på kapitel 11 om framhävande av innehåll av allmänintresse och kapitel 12 om analog radiomottagning i fordon.

11. Framhävande av innehåll av allmänintresse som tillhandahålls över internet

Utredningen menar att det finns ett behov av att framhäva innehåll av allmänintresse och, att public service-företagens hela programutbud är av allmänintresse och ska framhävas.

Viaplay avstyrker förslaget. Det finns inte något behov av att tvinga medietjänster att framhäva hela public service-utbudet.

Viaplay noterar att utredningens förslag i stor utsträckning motiveras av en önskan att säkerställa public service-bolagens räckvidd och synlighet i ett fragmenterat och digitaliserat medielandskap. I takt med att publikens konsumtion i allt högre grad sker via globala plattformar och algoritmstyrda gränssnitt, minskar den naturliga exponeringen av traditionella public service-tjänster.

Detta är i grunden ett distributionsproblem kopplat till förändrade användarbeteenden, snarare än ett problem med bristande tillgång till innehåll av allmänintresse. Att lösa detta genom att ålägga vissa aktörer att framhäva ett helt utbud av offentligt finansierat innehåll innebär dock att man flyttar kostnaden och ansvaret för public service-bolagens räckvidd till deras kommersiella konkurrenter. En sådan ordning riskerar att snedvrider konkurrensen utan att på ett proportionerligt sätt uppnå de mediepolitiska målen.

För det första har public service redan en stark ställning i medielandskapet, de är välfinansierade företag som ägnar stora resurser till att marknadsföra sig och sitt innehåll. De uppger själva att deras tjänster på internet är de mest välkända och välanvända i Sverige.

För det andra går det inte att hävda att hela programutbudet är av sådant allmänintresse att det bör framhåvas. Viaplay menar att AV-direktivets mål om "mediepluralism, yttrandefrihet och kulturell mångfald" omöjlig kan tolkas som det samlade utbudet från offentligt finansierad public service. Den tolkningen kan i stället sägas strida mot alla målen, inte minst det första om mediepluralism.

Utredningens citat kring syftet med public service har ingen omedelbar relevans för en majoritet av bolagens program. Detta illustreras tydligt av innehållets sammansättning. Public service-bolagen sänder i dag en omfattande mängd underhållningsprogram, såsom *Teres i kassan*, *Doobidoo*, *Gift vid första ögonkastet*, *Dolph & The Lundgren* och andra reality- och livsstilsformat. Av radiokanalerna är P3 och P4 inriktade på att konkurrera med kommersiell radio genom att mixa lättsamt prat med standardiserade spellistor. Alla dessa program ska i första hand underhålla för att hålla tittar- och lyssnarsiffror uppe, något som public service-bolagen sagt är viktigt eftersom en stor publik gör bolagen relevanta. Det är exakt samma syfte som ett kommersiellt programföretag har för att sända motsvarande program. Programmen som skulle kunna falla inom definitionen allmänintresse är betydligt före än hela utbudet.

Att kräva att allt public service- innehåll ska framhåvas i digitala gränssnitt innebär i praktiken att staten väljer att prioritera vissa kommersiellt gångbara underhållningsformat framför andra. Detta riskerar att tränga undan motsvarande innehåll från kommersiella aktörer, som är beroende av reklamintäkter och abonnemang för sin finansiering. Ett sådant framhävande skulle därmed inte stärka mediepluralismen, utan tvärtom minska utrymmet för alternativa röster och aktörer på marknaden.

För det tredje menar utredningen att innehåll från andra medieföretag kan komma att framhåvas, men att det då handlar om enskilda program och att ribban för att omfattas av regleringen ska vara hög och regelbundet omprövas. Detta skapar stora konkurrensproblem på marknaden. Det är redan idag svårt för ett medieföretag att konkurrera med public service eftersom bolagen är välfinansierade och dessutom har fördelen av att vara reklamfria eller tillgängliga utan abonnemang. Om bara enskilda

delar av fristående aktörers utbud får framhävas, medan public service hela utbud, högt som lågt, ska framhävas, innebär det att konkurrensen ytterligare snedvrids.

Regleringen skulle i praktiken endast omfatta svenske registrerade aktörer. Globala plattformar som Netflix, YouTube och Spotify omfattas inte, och behöver därmed inte ge motsvarande framhävande av public service-innehåll. Resultatet blir en asymmetrisk reglering som ger internationella aktörer en konkurrensfördel och riskerar att försvaga svenska kommersiella aktörer som investerar i svenskt innehåll.

I den typ av gränssnitt som exempelvis Spotify använder, presenteras inte samlade playtjänster. Istället presenteras program/poddar och spellistor i sina respektive genrer. Skulle Sveriges Radios poddar och spellistor presenteras på ett mer framträdande sätt än konkurrerande företags, så menar Viaplay att det skulle snedvrیدا konkurrensen på ett allvarligt sätt. Det skulle bli ännu svårare för fristående aktörer att etablera sig och konkurrera med det offentligt finansierade Sveriges Radio än det redan är.

Ska svenskt innehåll av allmänintresse framhävas, bör det ske efter en prövning av program för program och gälla lika för public service och fristående aktörer.

En ytterligare aspekt av distribution över internet som Viaplay vill uppmärksamma är riskerna kopplade till illegala IPTV-tjänster. I en sådan tjänst kan SVT ingå och därmed riskera att manipuleras i det fall distributören vid något tillfälle väljer att gå främmande makts ärenden.

12. Analog radiomottagning i fordon

Utredningen föreslår att det i fordonsförordningen förs in en bestämmelse att det i nya bilar och bussar ska finnas en analog radiomottagare.

Viaplay motsätter sig inte förslaget, men anser att det bör kompletteras.

Analog radio kan fortsatt fylla en funktion i fordon, och en reglering som säkerställer tillgång till radiomottagning är i grunden välkommen. Regleringen bör dock ta hänsyn till radions utveckling mot digital distribution.

Enligt gällande EU-regler ska nya bilar sedan 2021 vara utrustade med en digital radiomottagare. I praktiken avses DAB+, som är den europeiska standarden för marksänd digital radio. I Sverige möjliggör de tillståndsgivna multiplexerna ett 40-tal

nationella kanaler, att jämföra med analog radio där inte mer än fyra public service-kanaler och nästan lika många kommersiella finns på de flesta orter. En digitalisering är nödvändig för att broadcast-radio långsiktigt ska kunna konkurrera med globala plattformar.

Samtidigt skulle kravet på en digital mottagare enligt EU-reglerna kunna uppfyllas även med annan teknik än den som dagens tillståndsgivning av marksänd radio handlar om. Om lagstiftaren väljer att säkerställa fortsatt tillgång till FM-radio i fordon, bör motsvarande krav även omfatta digital marksänd radio enligt standarden DAB+. FM kan samtidigt fortsätta att fungera som ett komplement till digitala sändningar, särskilt i beredskapssyfte och i befolkningsglesa områden, där det fortsatt är ett kostnadseffektivt sätt att nå ut till befolkningen.

En reglering som ställer krav på både FM- och DAB+-mottagare skulle spegla den tekniska utvecklingen och skapa förutsättningar för en långsiktigt hållbar radiodistribution som gynnar, public service, svenska kommersiella aktörer och svenska radiolyssnare.

Stockholm 2026-05-15



Christer Modig
SVP Viaplay Group Radio