

BAUER MEDIA GROUP  
VD  
Staffan Rosell  
0708-821 353  
[staffan.rosell@bauermedia.se](mailto:staffan.rosell@bauermedia.se)

REMISSVAR

Datum  
2016-10-12

Kulturdepartementet  
Enheten för medier och film  
103 33 Stockholm

## Remissvar: Vissa frågor om kommersiell radio (Ds 2016:23)

Bauer Media Group har beretts tillfälle att yttra sig i rubricerat ärende och lämnar härmed följande synpunkter.

### Övergripande kommentarer kring promemorians syfte och målsättningar

Promemorian betonar att målet med Ds 2016:23 är att åstadkomma större konkurrens och mångfald på radioområdet och ge bättre förutsättningar för en livskraftig kommersiell radio. Detta i syfte att ”främja yttrandefrihet och mångfald (sid 16-17)”. Promemorian slår vidare fast att målet också är att skapa en bättre balans mellan public service radio och kommersiell radio.

Bauer Media Group välkomnar de målsättningar som stipuleras i kulturdepartementets promemoria och delar, i mångt och mycket, den bild som kulturdepartementet målar upp av radiobranschen.

Den kommersiella radions ställning i Sverige är dessvärre svagare än i många jämförbara länder. Branschen har ända sedan den etablerades för drygt 20 år sedan brottats med lönsamhetsproblem. De kommersiella aktörernas marknadsandel av det totala radiolyssnandet uppgår till 25 procent, att jämföra med Sveriges Radios andel som uppgår till 75 procent. Detta är ett resultat av låga annonsintäkter som en följd av att få lyssnare har möjlighet att ta del av de kommersiella aktörernas utbud. Detta beror i sin tur primärt på det begränsade antalet sändningstillstånd på den svenska radiomarknaden men också på utformningen av nuvarande sändningsområden.

Den kommersiella radions svaga ställning jämfört med Sveriges Radios är ett problem inte bara för de kommersiella radiobolagen utan framför allt för lyssnarna. Dagens situation gynnar varken mångfalden eller yttrandefriheten, vilket också framhålls i promemorian. På många orter i Sverige finns idag enbart två kommersiella kanaler, på vissa platser saknas helt alternativ till Sveriges Radio. Detta får till följd att invånarna i storstadsregionerna erbjuds ett helt annat utbud än personer som bor på landsbygden. Detta motverkar en breddning av den kommersiella radions utbud till nya typer av innehåll men hämmar också konkurrensen. Detta rimmar illa med förordning 2010:1062 som anger att Myndigheten för press, radio och tv ska ”främja möjligheterna till mångfald”.

Det faktum att nuvarande analoga sändningstillstånd för kommersiell radio enligt gällande lagstiftning löper ut den 31 juli 2018 kommer att medföra den största förändringen i det svenska radiolandskapet sedan den kommersiella radion etablerades 1993. För första gången sedan kommersiell radio började

BAUER MEDIA GROUP  
VD  
Staffan Rosell  
0708-821 353  
[staffan.rosell@bauermedia.se](mailto:staffan.rosell@bauermedia.se)

REMISSVAR

Datum  
2016-10-12

sändas i Sverige kommer samtliga tillstånd att utlysas på nytt vid ett och samma tillfälle. Detta medför såväl hot som möjligheter. Därför är det djupt olyckligt att forcera fram förändringar.

Bauer Media Group anser att det absolut bästa för den svenska radiomarknaden och radiolyssnarna vore att nuvarande tillstånd förlängdes samt att tilldelningen av nya tillstånd föregås av en gedigen omkoordinering av FM-bandet. Syftet med denna omkoordinering ska vara att uppnå en mer ändamålsenlig och effektiv frekvensanvändning som möjliggör största möjliga radioutbud på varje given plats i Sverige.

Frågan om hur FM-bandet bör nyttjas hänger vidare nära samman med frågan om utbyggnaden av – och övergången till - marksänd digital radio. I denna fråga har regeringen meddelat att utvecklingen av digitalradio i Norge är av största intresse för den fortsatta planeringen för marksänd digital radio i Sverige. Utbyggnaden av digitalradio i Norge har nu kommit så långt att nedsläckningen av FM-nätet planeras under 2017. Det vore önskvärt att Sverige inväntade erfarenheterna av den norska övergången innan långtgående förändringar av den kommersiella radions villkor på FM genomförs.

Mot bakgrund av ovanstående är Bauer Medias Groups förstahandsyrkande att nuvarande tillstånd förlängs i två år.

## **Storleken på sändningsområdena och antalet tillgängliga sändningstillstånd**

I promemorian framgår att regeringen vill se större och färre sändningsområden. Enligt förslaget (sid 9) ska det inte längre vara nödvändigt att sändningsområdena utformas så att ett stort antal tillstånd kan ges. Vidare konstateras (sid 15) att detta kan ”innebära att den totala mängden tillgängliga tillstånd minskar jämför med idag”.

Enligt Bauer Media Group bör det övergripande målet med reformeringen av sändningsområden och sändningstillstånd vara att säkerställa största möjliga mångfald i utbudet för största möjliga antal lyssnare. Det innebär sannolikt större sändningsområden och möjligen även färre sändningstillstånd än idag.

Vi delar kulturdepartementets åsikt att MPRT, i utformningen av de nya sändningsområdena, inte primärt bör vara bundna av lokala intresseområden. Det är sunt att det övergripande målet för MPRT istället blir att skapa sändningsområden som faktiskt leder till att den kommersiella radion blir livskraftig. Vårt förslag är att låta sändningsområdena för SR P4 utgöra förebild för omstruktureringen.

Den sammanläggning av sändningsområdena i Dalarna som genomfördes för några år sedan och motsvarande sammanläggning i Gästrikland och Hälsingland visar att detta är fullt genomförbart och praktiskt hanterbart. Genom dessa tämligen enkla förändringar fördubblades utbudet av kommersiella radiokanaler för lyssnare i Dalarna och Gävleborg.

Ur lyssnarnas perspektiv är det viktigt att fler människor får tillgång till ett större utbud av kommersiell radio samtidigt som ingen ska få ett sämre utbud. Målsättningen bör vara *minst* fyra, men gärna fler, sändningstillstånd i varje sändningsområde.

Bauer Media Group har noterat att både Post- och Telestyrelsen (PTS) och Kulturdepartementet utvärderar möjligheten att skapa tre till fyra nationella nätverk för kommersiell radio. Trots att något sådant förslag inte uttryckligen presenteras i promemorian vill Bauer Media Group här klargöra att vår uppfattning är att ett sådant förslag inte skulle gagna vare sig den kommersiella radions eller lyssnarnas intressen.

Tre-fyra nationella tillstånd, eventuellt kompletterade med några lokala tillstånd, skulle medföra en mycket stel marknad för radioaktörer och därtill höga trösklar för nya aktörer.

Det är sant att den idé om många små unika kommersiella radiostationer med lokalt utbud, som präglade det politiska beslutsfattandet i början på 1990-talet, visat sig inte fungera. Det goda med dagens regelverk är dock att det möjliggjort en organisk framväxt av nätverk med nationell, eller nära nationell, täckning. Dessa nätverk bygger på en väv av affärsmässiga avtal mellan en rad olika innehavare av tillstånd. Nätverken har utvecklats och förändrats över tid allt efter hur marknadsförutsättningar förändrats. Denna flexibilitet i systemet har varit, och är, fundamental för den kommersiella radions överlevnad och utveckling.

En koncentration av antalet sändningstillstånd till tre-fyra nationella tillstånd kombinerat med bestämmelsen om att koncessionsavgift för åtta år ska betalas direkt kommer att leda till att endast mycket få, ekonomiskt starka aktörer kommer att kunna delta i anbudsgivningen.

Skulle idén om några få nationella tillstånd kombineras med förslaget om att begränsa möjligheterna för en aktör att inneha mer än ett sändningstillstånd per sändningsområde skulle resultatet bli en mycket stel och oflexibel marknad.

Det system vi har idag som möjliggör att nationella nätverk formas och utvecklas i takt med lyssnarnas och marknadens utveckling är av mycket stort värde och bör därför värnas.

- Bauer Media Group välkomnar större sändningsområden och färre sändningstillstånd under förutsättning att detta leder till ett större utbud av kommersiell radio för alla lyssnare. Sändningsområdena bör dock inte bli större än dagens P4-områden.
- Bauer Media Group förordar att det i författningstext eller på annat lämpligt sätt inkluderas en instruktion till MPRT om att myndigheten ska tillse att det i varje sändningsområde ska finnas minst fyra sändningstillstånd.

## **Antal sändningstillstånd som tillståndshavare får inneha inom ett angivet sändningsområde**

Nuvarande lagtext i radio- och tv-lagen (2010:696) 13 kap 5§ lyder ”Ingen får ha mer än ett tillstånd att sända analog kommersiell radio inom ett sändningsområde, om det inte finns särskilda skäl till det”. I nya lagtexten skulle denna paragraf ändras till ”En tillståndshavare får inte föfoga över mer än ett tillstånd att sända analog kommersiell radio inom ett sändningsområde, om det finns skäl att anta

att det kan inverka menligt på konkurrensen". Vidare förklaras i promemorian (sid 29) att denna nya formulering ska tolkas som "att det är möjligt att förfoga över flera tillstånd i ett sändningsområde".

I kulturdepartementets promemoria framställs nätverkssamarbetena, exempelvis det rådande samarbetet mellan Bauer Media Group och NRJ, som en negativ företeelse. Ett av syftena med kulturdepartementets nya förslag är att förhindra denna typ av samarbeten.

Bauer Media Group menar i motsats till kulturdepartementet att dessa samarbeten varit en förutsättning för att kunna skapa en fungerande kommersiell radiomarknad i Sverige. Vidare är det Bauer Media Groups uppfattning att det rådande regelverket på detta område fungerar väl. Under årens lopp har en praxis utvecklats som är väl känd av marknadens aktörer. Detta skapar förutsägbarhet och bidrar till att skapa rimliga planeringsförutsättningar för radiomarknadens aktörer.

Den första tiden av kommersiell radio i Sverige efter införandet 1993 präglades av fragmentering, instabilitet och bristande professionalism. Allt för många och allt för små aktörer ledde till stora lönsamhetsproblem i branschen. Gradvis har situationen förbättrats som en följd av konsolidering baserad på tillskapandet av nätverk och olika typer av samarbeten mellan innehavare av sändningstillstånd. Att genom lagstiftning omöjliggöra denna typ av organisk utveckling av livskraftiga konstruktioner på marknaden förefaller djupt olämpligt. Det kan inte heller anses ligga i linje med det övergripande strävandet om att stärka den kommersiella radion.

Det relativt begränsade antalet aktörer på radiomarknaden är naturligt givet marknadens begränsade omfattning. Den kommersiella radiomarknaden i Sverige omsätter omkring 750 miljoner kronor per år. Det kan jämföras med TV-marknadens omsättning på 6 miljarder, eller med omsättningen för ICA Maxi Haninge som årligen omsätter 780 miljoner.

Den kommersiella radions överlevnad har hittills byggt på den typ av samarbeten som kulturdepartementet nu tycks vilja stoppa. Situationen på den svenska radiomarknaden påminner i detta avseende också om radiomarknaderna i Norge, Danmark och Finland som också kännetecknas av att ett mindre antal bolag lyckats nå lönsamhet genom konsolidering och samarbeten.

I promemorian menar kulturdepartementet att det är en yttrandefrihetsfråga att fler aktörer (och därmed fler ägare) kommer in på den svenska radiomarknaden. Bauer Media Group är av mening att det avgörande är att öka utbudet för lyssnarna. En uppsplittring av ägandet och förbud mot samarbeten leder i sig inte till ökad mångfald.

Den nya lagtextens formulering i 13 kap. 5§ "inverka menligt på konkurrensen" är i sak olycklig, därtill är den oklar. Formuleringen har till syfte att klargöra när en tillståndshavare inte får inneha mer än ett tillstånd. I promemorian (sid 55) klargörs att det blir upp till MPRT att tolka dess innebörd, det vill säga avgöra när sådana omständigheter föreligger. Bauer Media Group ser en betydande risk att bedömningar kan bli godtyckliga vilket skulle kunna få omfattande konsekvenser för enskilda tillståndshavare men även för branschen som helhet. Att skapa osäkerhet kring vilka samarbeten och ägarrelationer som kommer att accepteras kommer att verka starkt avskräckande på nya aktörer som överväger att förvärva sändningstillstånd och minska de nuvarande aktörernas investeringsvilja. Dessutom kommer det att skada de värden som är uppbyggda i de företag som är verksamma på radiomarknaden idag.

I sammanhanget är det också viktigt att notera att bolag som är aktiva på radiomarknaden omfattas av samma konkurrensrättsliga regelverk som alla andra företag i Sverige. Det förefaller mycket olämpligt att skapa ett ingripande och samtidigt otydligt konkurrensrättsligt regelverk på den lilla marknaden för kommersiell radio.

Enligt Bauer Media Group mening är det mot bakgrund av ovanstående nödvändigt att skapa garantier för att MPRT:s tillämpning av denna paragraf, om den skulle bli gällande, blir restriktiv samt att den förses med tydliga tolkningsinstruktioner. Endast i undantagsfall bör en aktör nekas att förvärva tillstånd.

- Bauer Media Group är av meningen att de kommersiella radioaktörerna måste kunna inneha mer än ett sändningstillstånd per sändningsområde för att kunna uppnå lönsamhet i verksamheten.
- Bauer Media Group delar inte kulturdepartementets uppfattning att nätverkssamarbetena skulle vara en negativ företeelse. Istället är de en förutsättning för att kunna bedriva kommersiell radio i Sverige. Nuvarande reglering av ägande och samarbeten fungerar väl och förändringar av dessa regler bör därför undvikas.

## Tidplanen och tilldelningsförfarandet

Kulturdepartementets förslag till ny lagstiftning föreslås träda i kraft den 1 juli 2017. Detta skulle innebära att tilldelningsförfarandet för de tillstånd som ska gälla från den 1 augusti 2018 tidigast kan inledas under hösten 2017. Bauer Media Group menar att denna tidplan är allt för sammanpressad. För att säkerställa en ordnad omställning från dagens fördelning av sändningstillstånd till den fördelning som kommer att gälla efter den nya tilldelningen måste befintliga tillståndsinnehavare ges minst ett år efter att tilldelningsprocessen avslutats att anpassa verksamheten. Därutöver måste själva omställningen ske succesivt under en period om förslagsvis ett år räknat från det att de nya tillstånden ska börja gälla.

Den nya fördelning av sändningstillstånd som kommer att gälla kan antas innebära omfattande förändringar i företagets verksamheter. Omställningen kommer att innefatta sådant som att starta och lägga ner kontor, anpassa personalstyrkan med såväl uppsägningar som nyrekryteringar. Av särskild vikt är att företagets möjligheter att skaffa sig annonsintäkter inte försämras mer än nödvändigt. En kortare övergångsperiod än ett år skulle leda till stora problem att säkra annonsintäkter men också praktiska problem att faktiskt upprätthålla sändningar.

I samband med att den nya tilldelningen av tillstånd ska verkställas måste en serie tekniska åtgärder vidtas. Dessa åtgärder kommer att bli omfattande om sändningsområden med ny geografisk utformning ska börja tillämpas. Nya sändare ska monteras och utsändningstjänster ska upphandlas. Om den nya tilldelningen ska börja tillämpas i samma sekund över hela landet den 1 augusti 2018 innebär det i praktiken att en helt ny parallell infrastruktur av sändare ska monteras upp. Sannolikt ska detta ske på en hel del platser där det idag saknas sändningsutrustning. Detta är ett synnerligen omfattande och kostsamt projekt som därtill fordrar teknisk kompetens i en utsträckning som svårligen kan uppåddas.

BAUER MEDIA GROUP  
VD  
Staffan Rosell  
0708-821 353  
[staffan.rosell@bauermedia.se](mailto:staffan.rosell@bauermedia.se)

REMISSVAR

Datum  
2016-10-12

Det rimliga är att göra övergången successivt, ett sändningsområde åt gången, ungefär på samma sätt som övergången från analog till digital tv genomfördes. Om vi antar att de nya sändningsområdena kommer att motsvara dagens P4-områden är det rimligt att tänka sig att 1–2 sändningsområden per månad ställs om till den nya tilldelningens ordning. Då kan befintlig utrustning anpassas och återanvändas samtidigt som teknisk kompetens flyttas runt i landet under omställningsperioden. Alternativet, en momentan omställning kl. 00.00 den 1 augusti 2018 kommer att innebära ett omfattande resursslöseri och en teknisk utmaning av sådan omfattning att omfattande störningar och långvariga sändningsuppehåll måste anses ofrånkomliga.

I Radio- och tv-lagen (2010:696), kap. 13 återfinns bestämmelser om hur sändningstillstånd ska tilldelas en sökande. Bestämmelserna är mycket översiktliga och ger knapphändig vägledning kring hur förfarandet kommer att organiseras i samband med den tilldelning som ska ske inför augusti 2018. Detaljerna i detta förfarande kommer att ha mycket stor betydelse för olika aktörers agerande i anbudsgivningen. Att åstadkomma klarhet i processen är av största vikt. De exakta formerna för förfarandet bör kommuniceras till marknadens aktörer med god framförhållning så att aktörerna får rimliga möjligheter att räkna på olika möjliga utfall och utifrån detta forma sina strategier för hur anbud ska utformas och läggas. Ovanstående pekar på att tidplanen är för sammanpressad.

Den pågående översynen av den kommersiella radion innebär en unik möjlighet att skapa en väl fungerande marknad. Det förefaller därför viktigare att det blir rätt och bra än att förändringarna genomförs snabbt.

- Bauer Media Group föreslår att nuvarande tillstånd temporärt förlängs bortom den 31 juli 2018 i det fall tilldelningsförfarandet inte kan genomföras senast den 31 juli 2017.
- Bauer Media Group anser vidare att omställningen från den befintliga tilldelningen till den nya tilldelningen måste göras succesivt under en övergångsperiod om cirka ett år räknat från den 1 augusti 2018 eller det senare datum då de nya tillstånden är tänkta att ersätta de befintliga.

Slutligen vill Bauer Media Group framhålla att, oavsett vilka förändringar som nu kan bli verklighet för den kommersiella radion i FM-nätet, kvarstår behovet av att snarast återuppta arbetet för att åstadkomma en övergång till marksänd digital radio.

Staffan Rosell  
VD, Bauer Media Group