

2017-08-14

Diarienummer: Ä 2016-2082

Kulturdepartementet (KU)

## Remissvar Medieutredningens slutbetänkande SOU 2016:80 En gränsöverskridande mediepolitik (Ku2016/02492/MF)

Tillväxtverket arbetar för att stärka företagens konkurrenskraft. Det gör myndigheten genom att skapa bättre förutsättningar för företagande och attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas.

Digitalisering och kompetensförsörjning hör till de generella områden Tillväxtverket har prioriterat under 2017. Tillväxtverket arbetar också med specifika områden. Vi förbättrar förutsättningarna för företag inom de så kallade kulturella och kreativa näringarna. Medieföretag ingår i denna sektor. Remissvaret är skrivet utifrån dessa utgångspunkter.

### Otillräckliga förslag – ytterligare utredning behövs

Enligt utredaren har ”digitaliseringen omkullkastat grundläggande förutsättningar för den del av näringslivet som på olika sätt är kopplad till medielandskapet.” (s 289) Utredningen beskriver initierat processerna i denna utveckling och dess konsekvenser för medieföretag i kapitel 3. Utredaren skriver i kapitlets avslutning: ”Utan ett strukturerat innovationsarbete med utgångspunkt i användarnas behov, utan ny kompetenstillförsel, framgångsrik dataanalys och en interaktionsdesign i framkant torde många även tidigare framgångsrika medieföretag gå svåra år till mötes.” (s 233)

Utredningen lämnar emellertid inga förslag för hur utmaningarna – eller möjligheterna – kan mötas ur näringspolitiskt perspektiv. Utredningens utgångspunkt har varit medborgar- och demokratiperspektiv. De senare perspektiven är mycket viktiga för Tillväxtverket, då vi liksom andra statliga myndigheter har den statliga värdegrunden djupt inpräntad i vår verksamhetsutövning. Vi anser emellertid att utredningens förslag är otillräckliga för att främja en hållbar utveckling av det svenska medielandskapet, eftersom utredningen varit avgränsad till att föreslå åtgärder enbart för att möta medborgar- och demokratiperspektiv. Vi instämmer i utredarens markeringar om att en bredare ansats från regeringens sida hade varit önskvärd.

Tillväxtverket föreslår att regeringen vidare utreder hur kultur- respektive näringspolitiska åtgärder kan samverka inom regeringens mediepolitik i syfte att uppnå stärkt konkurrenskraft för en mångfald oberoende medieföretag. Särskilt rörande digitala förutsättningar och mediekonvergens samt kring innehållsinnovation i den kulturella och kreativa sektorn.

### En stor mängd mindre företag finns också på mediemarknaden

Tillväxtverket vill knyta ytterligare fakta till utredningens underlag i Kapitel 3 –

Strukturella förskjutningar i mediemarknaden, för fortsatt analys. De fakta vi har pekar på att medielandskapet också utvecklats till att bestå av en större mängd små företag, vid sidan av de större aktörer som utredningen huvudsakligen belyser.

Tillväxtverket har i en studie visat att de kulturella och kreativa företagen i Sverige år 2014 kan antas ha utgjort omkring en tiondel av alla företag i landet, cirka 39 000 st. En stor majoritet var fåpersonsbolag. När vi betraktar företagen i studien utifrån deras företagskoder i Svensk näringsgrensindelning (SNI), så ser vi att

- 17% av företagen i studien finns i branschgrupperingen Planering/sändning av program
- 14% finns i gruppen med bl a fotoverksamhet
- 9 % finns i gruppen med bl a TV-verksamhet
- 6% finns i Förlagsverksamhet
- 4% finns i Grafisk produktion

Vi kan således formulera tesen att så många som omkring vart tjugonde företag i Sverige kan vara verksamt på eller nära mediemarknaden. Därutöver finns 13% ytterligare företag inom Reklamverksamhet, vilkas verksamhet vanligen driver intäkter till medieföretagen och bidrar till det icke-redaktionella innehållet i medier.

Vi menar att fortsatt analys om nya mediepolitiska insatser bör beakta detta. Det är exempelvis troligt att den funktion i medieekologin som utredningen benämner "medieborgare" (och definierar på s 47) också skulle kunna vara en egenföretagare.

## Ja till innovations- och utvecklingsstöd, men blir det effektivt?

Tillväxtverket välkomnar förslaget i avsnitt 7.3.7 Innovations- och utvecklingsstöd. Unik kvalitet, liksom förnyelseförmåga, hör till de främsta konkurrensmedlen för företag inom alla branscher. Detta gäller även allmänna nyhetsmedier som är eller ingår i ett företag.

Vi är samtidigt frågande till om stödets utformning kommer ge effektiv användning av statliga medel i förhållande till dess syfte. Utvecklingsstödet grundläggande ramverk, det vill säga mediestödet, föreslås ha ett annat syfte än affärsutveckling, varför vi tror det kan uppstå målkonflikter i hanteringen. Det kan också antas att den föreslagna mediestödsnämndens främsta kompetenser kommer vara av annan art än att bedöma marknadspotential för digitala innovationer eller nya affärsmodeller.

## Förklaring saknas till inriktning för näringspolitiska stöd

Utredningen skriver i sammanfattning av Kapitel 8 – Mediepolitiska idéskisser (sid 24): "medieindustrin bör ges näringspolitiska stöd av den art som kommer andra industrisegment till gagn." Tillväxtverket hittar emellertid inget resonemang eller förslag om detta i Kapitel 8 (s 389ff). Tillväxtverket skulle gärna tagit ställning.

Beslut i detta ärende har fattats av generaldirektör Gunilla Nordlöf.  
Klas Rabe har varit föredragande.

Gunilla Nordlöf

Klas Rabe