



Mediemangfold i radiomarkedet

Medietilsynet – 20. November 2017

• Disposisjon

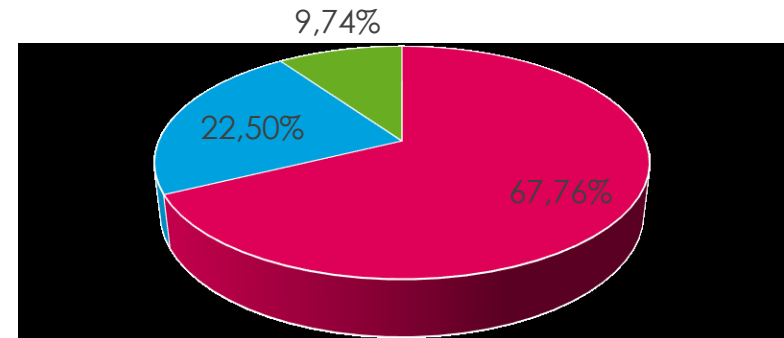
- Nødvendig initiativ fra Medietilsynet og departementet
- NRKs rolle i det norske radiomarkedet
- Valg av datagrunnlag
- Oppsummering



Nødvendig initiativ

- NRK har fått en stadig sterkere markedsposisjon i det riksdekkende radiomarkedet
- Radio er den mediesektoren hvor NRK har sterkest markedsposisjon
- NRKs markedsandel på radio er opp mot 70 %, mens den er 38 % på TV og sannsynligvis enda mindre på digitale flater.
- Kommersiell radio har betalt lisens og ingen støtteordninger slik aviser og TV har hatt.
- Viktig at Medietilsynet i sitt videre arbeid går grundig inn i situasjonen rundt NRKs rolle i det norske radiomarkedet

Markedsandel riksdekkende radio 2016



■ NRK totalt ■ MTG Radio ■ Bauer ■

NRKs rolle i det norske radiomarkedet

- Den bransjen hvor NRKs rolle er mest dominerende
- DAB-tall ikke representative på grunn av opplegget for slukkeprosess (NRK slukker først)
- NRK bruker egne kanaler for krysspromotering og egenreklame
- Liten grad av politisk styring av NRKs utvikling
- NRK bruker store midler på egenreklame
- NRK driver stor kommersiell virksomhet gjennom sponsorbudsjettet
- Manglende transparens rundt verdien av NRKs sponsor og egenreklamepraksis
- Parallel situasjon i Storbritannia, hvor BBCs rolle nå har medført sterkt ønske om endring

NRK-plakaten:

NRKs allmennkringkastingstilbud på radio, fjernsyn og tekst-tv skal være reklamefritt og skal ikke inneholde spesielle salgsmende henvisninger til konsernets kommer sielle tjenester og produkter.

Valg av datagrunnlag

- Aktørbilde må være NRK og de to kommersielle aktørene MTG og Bauer.
- Utvikling av lyttertall og markedsandeler
- Innsikt i NRKs aktivum og verdsettelse av egenpromotering og sponsing
- Gjennomgang av NRK-plakaten og mediepolitiske målsettinger satt av Stortinget
- Gjennomgang av musikkprofilen
- Gjennomgang av målgruppesatsingen til NRK (herunder dobbeltdekning mot enkelte grupper, eksempelvis P3 og MP3)

Oppsummering

- NRKs markedsposisjon er størst i radiomarkedet. Radio bør derfor få en sentral plass i medietilsynets videre arbeid.
- Medietilsynet bør søke innsikt i en rekke forhold som er med å forsterke NRKs markedsposisjon i radiomarkedet, herunder bruk av egenpromotering, sponsormidler, målgruppesatsning og valgt musikkprofil.
- Bauer Media vil være konstruktiv i prosessen, og stiller oss til disposisjon for informasjonsutveksling og dialogmøter underveis dersom tilsynet ønsker dette i tillegg til vårt skriftlige svar.