

Medietilsynet

Kun pr. epost: innspill@medietilsynet.no

Oslo, 24. mars 2021

INNSPILL TIL MEDIETILSYNETS KARTLEGGING AV HVORDAN NRK BIDRAR TIL MEDIEMANGFOLDET

Vi viser til Medietilsynets kunngjøring av 4. mars 2021, hvor tilsynet ber om innspill til arbeidet med kartlegging av hvordan NRK bidrar til mediemangfoldet.

På vegne av Bauer Media AS takker vi for muligheten til å gi innspill, og gir i dette brevet våre innspill til tilsynets utredning.

Våre hovedpunkter, som begrunnes i det følgende, er:

- Det er nødvendig å tenke nytt om NRK-plakaten dersom mangfold i radiolandskapet skal beholdes.
- NRK bør ha som hovedansvar å styrke tilbudet på radio, der det ellers ikke er dekket av kommersiell radio. I grove trekk vil det være naturlig at NRK har et hovedansvar for kultur- og samfunnsgrupper som ellers er tilgodesett med offentlige midler.
- Vi er kritiske til NRKs omfattende bruk av egenreklame på tv for radio og podkaster.

1. OM BAUER MEDIA

Bauer Media AS driver de riksdekkende reklamefinansierte radiokanalene Radio Norge (tidligere Kanal24), Radio 1, Radio Rock, Radio Topp 40, Radio Vinyl, Radio Norsk Pop, P24-7 MIX, B.I.G. og KISS. Alle kanalene er tilgjengelig nasjonalt på DAB. I tillegg produseres det over 20 radiokanaler som distribueres via strømming (IP) og i skrivende stund over 40 podkaster. Bauer Media har totalt rundt 2 millioner ukentlige lyttere i Norge, hvor ca. 1,7 millioner er på DAB.

Bauer Media AS har ca. 40 ansatte i Trondheim og Oslo, samt tilknyttede frilansere.

Bauer Media AS er en direkte videreføring av Radio 1 Norge AS, som ble stiftet 16. oktober 1990, og Kanal24 AS som ble stiftet av norske regionalaviser for å søke landsdekkende konsesjon i 2002. Selskapet har senere skiftet navn – først til SBS Radio Norge AS og senere til Bauer Media AS. Selskapet har i samme organisasjon drevet uavbrutt kommersiell radio i Norge i mer enn 30 år, under skiftende rammebetingelser.

Bauer Media AS' radiokanaler er en vesentlig bidragsyter til norsk kultur og mediemangfold. Det spilles variert musikk, gis kontinuerlig nyheter og benyttes dyktige programledere. Bauer Media tilbyr underholdning, aktualitet og informasjon til et bredt folkelig grunnlag gjennom levende historier og populærkultur.

2. BAKGRUNN

I oppdragsbrevet fra departementet til tilsynet er det lagt til grunn at rapporten i det minste bør vurdere:

- *Hvordan NRKs tilbud, sammenlignet med tilbudet til andre aktører, bidrar til innholds- og bruksmangfold, herunder hvordan NRK oppfyller sitt særskilte ansvar for å dekke tematiske og geografiske blindsoner. For å belyse dette, skal det gjøres en empirisk basert komparativ analyse av NRK og andre aktørers innholdstilbud, særlig digitalt. Videre skal det gjøres empiriske analyser av mediebruk for å belyse i hvilken grad NRK brukes av store deler av befolkningen på tvers av demografiske og sosiale skillelinjer, og i hvilken grad NRK brukes av grupper som ellers har en ensidig eller begrenset mediebruk.*
- *Hvordan NRK gjennom samarbeid med andre aktører bidrar til mediemangfoldet, herunder en beskrivelse av tiltak og samarbeid NRK har med andre nasjonale og lokale/regionale medieaktører.*
- *Eventuelle konkurransemessige virkninger av et utvalg av NRKs tjenester, særlig det digitale nyhets- og aktualitetstilbudet, og om NRKs tilstedeværelse i markedet påvirker konkurransen på en slik måte at det samlede tilbudet til publikum blir svekket. Det skal i det minste gjøres en empirisk basert konkurranseanalyse av NRKs nasjonale, og et utvalg regionale, digitale nyhets- og aktualitetstjenester. Medietilsynet skal også vurdere behovet for å gjøre konkurranseanalyser av andre av NRKs tjenester og sammenlignbare innholdstilbud.*

Å svare på hvordan NRK bidrar til mediemangfoldet henger nøye sammen med hvordan de kan bidra til mediemangfoldet slik vi ser det. Vi har lagt vekt på radiodelen av NRKs rolle i mediemangfoldet.

Bauer Media vil i dette innspillet søke å holde seg tematisk til disse bestillingene fra departementet i punktene 3-5 nedenfor.

3. ER DET SÆRSKILTE INNHOLDSTILBUD OG TJENESTER I NRK SOM BØR ANALYSERES NÆRMERE, I SÅ FALL HVORFOR

NRK har en helt dominerende rolle på radio. Det gjelder markedsandel, antall kanaler, antall ansatte, at de er finansiert over statsbudsjettet og bruker tv-sendingene sine til å reklamere for egne radio og podkastprodukter.

NRK radios dominerende rolle er unikt sammenliknet med tv, nett og avis. Det bidrar ikke til mediemangfold. NRK bidrar trolig positivt på radiosiden til mediemangfoldet på lokalt plan. På riksplan er situasjonen motsatt. NRK har satt sammen sine største radiokanaler på en måte som ikke bidrar til mediemangfold. NRK har lagt seg helt opp til de kommersielle kanalene. NRKs radioprogrammer med innhold er i hovedsak erstattet med programflater med musikk og underholdning du hører på de kommersielle kanalene.

NRKs radiotilbud, som i økende grad blir kritisert for å gå i konkurranse med kommersiell radio, bør analyseres spesielt.

Å bruke offentlige ressurser og egen markedsrett på fremme riksdekkende populærprodukter som f.eks. NRK Mp3 er ødeleggende for det totale radiotilbudet og mediemangfoldet. Det svekker de riksdekkende kommersielle kanalene, og befester den dominerende rollen NRK har utenfor kjerneoppgavene.

NRKs rolle som folkeopplyser og kulturbærer, sett i lys av utviklingen NRKs radiokanaler har gått i, bør analyseres nærmere. Årsaken er at det er i samfunnets interesse at offentlige midler brukes på et tydelig og forpliktende samfunnsoppdrag.

NRK-plakaten må etter vårt syn oppdateres og gjøres langt mer spesifikk på hva som er NRKs oppgaver, og det må legges tydelige begrensninger på hva som ikke er en offentlig finansiert kringkasters rolle.

Det må videre analyseres om NRK med sine 16 statlig finansierte riksdekkende radiokanaler skal være en garantist og ha et hovedansvar som kulturbærer. Det gjelder innenfor områdene norsk musikk, kultur, lokale sendinger, samfunnsdebatt, språklige minoriteter og nyheter.

4. ER DET SPESIELLE MÅLGRUPPER ELLER INNHOLD SOM NRK BØR HA ET SÆRSKILT ANSVAR FOR Å TA HAND OM, I SÅ FALL HVORFOR

NRK bør ha som hovedansvar å styrke tilbudet på radio, der det ellers ikke er dekket av kommersiell radio. I grove trekk vil det være naturlig at NRK har et hovedansvar for kultur- og samfunnsgrupper som ellers er tilgodesett med offentlige midler, som;

- Norsk kultur, samtidsmusikk, litteratur,
- Sterke nyhetstilbud også på kringkastet radio, distrikt-/lokale sendinger.
- Kulturelle nisjer, som samtidsmusikk, jazz, klassisk, folkedans osv.
- Folkelig kultur uten kommersielt potensial
- Barn

Vi mener det bør innføres tydeligere føringer på hva NRK skal levere, ved å definere segmenter som skal ha et særskilt tilbud eller tydeligere krav til spesifikt innhold. F.eks. klassisk musikk, jazz og litteratur, en fullverdig radiokanal for norske nyheter på norsk. Det bør også vurderes å definere segmenter som NRK ikke kan lage målrettede tilbud for, f.eks. radiokanaler med hovedfokus på populærmusikk.

Bauer Media mener samfunnsoppdraget er viktig, og vi skulle gjerne vært med å dele det oppdraget på en annen måte enn i dag. Det forutsetter at myndighetene ser samfunnsoppdraget i et større bilde, der de offentlige ressursene følger produksjonen og ikke er monopolisert til NRK. Bauer Media mener at vi vil være konkurransedyktige på innhold, kvalitet og pris for oppnåelse av generelle og særskilte mediepolitiske mål.

5. ER DET SIDER VED DRIFTEN I NRK SOM VIRKER NEGATIVT INN PÅ KONKURRANSESITUASJONEN I DET NORSKE MEDIEMARKEDET, I SÅ FALL HVORFOR

NRKs redaksjonelle profil på radio har i stor grad flyttet seg fra programmer med talt innhold, over til lange flater med musikk og underholdning.

Slik har de gått inn i skarp konkurranse med det tilbudet selvfinansierte radiokanaler alltid har levert lytterne. Det undergraver de private radiokanalene betydelig med tanke på å få et sunt lyttergrunnlag og muligheter til finansiering. Utviklingen har skjedd i løpet av de siste årene og akselerert den siste tiden. NRKs musikkkanaler stikker seg i så måte veldig tydelig fram.

Vi er videre kritiske til NRKs omfattende bruk av egenreklame på tv for radio og podkaster. Denne egnereklamen blir ekstra sterk ettersom kanalene ellers stort sett er reklamefrie. Det må lages tydelige retningslinjer som begrenser krysspromotering på tvers av plattformer for å sikre at de private mediene i det minste har samme mulighet til å konkurrere om lytternes tid.

6. KONKRETE FORSLAG OG AVSLUTNING

Bauer Media vil fremhevet at økonomien, mediebildet og konkurransebildet til norsk medier, herunder nasjonal radiokringkasting har endret seg i meget stor grad. Verden har forandret seg, og det bør også NRKs samfunnsoppdraget oppdateres, slik at det reflektere dagens situasjon.

Vi har forslått følgende mulige områder, men dette er ikke en uttømmende liste;

- NRK-plakaten må etter vårt synt oppdateres og gjøres langt mer spesifikk på hva som er NRKs oppgaver, og det må legges tydelige begrensinger på hva som ikke er en offentlig finansiert kringkasters rolle. NRK bør ha som hovedansvar å stryke tilbudet på radio, der det ellers ikke er dekket av kommersiell radio
- Det må lages tydelige retningslinjer som begrenser krysspromotering på tvers av plattformer.

Bauer Media møter gjerne Medietilsynet til en oppfølgende samtale dersom det er behov for ytterligere informasjon.

For BAUER MEDIA AS
Med vennlig hilsen

Jim Receveur
Administrerende direktør