

Statusrapport nr. 4/2014
Slukkevilkår for
digitalradioovergang



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

INNHOLDSFORTEGNELSE:

1	Innledning.....	3
2	Slukkevilkår 1 – NRK må ha en dekning tilsvarende P1-dekning (absolutt vilkår)	3
3	Slukkevilkår 2 – De kommersielle blokkene må ha minst 90 prosent befolkningsdekning (absolutt vilkår)	5
3.1	Riksblokka.....	5
3.2	Riksblokk II.....	6
4	Slukkevilkår 3 – Det digitale radiotilbudet må representere en merverdi for lytterne (absolutt vilkår)	7
4.1	Innledning.....	7
4.2	Innholdsmessig merverdi	7
4.2.1	Innholdstilbud – Riks- og Regionblokka	7
4.2.2	Lokalradioblokka	8
4.2.3	Kort om forholdet mellom FM og DAB.....	9
4.3	Teknologisk merverdi	9
4.3.1	Produktmarkedet	9
4.3.2	Nærmere om mottakernes teknologiske merverdi	10
5	Slukkevilkår 4 – Det må finnes rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil	10
5.1	Innledning.....	10
5.2	Rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil	11
5.2.1	Kort om produktutvalg.....	11
5.2.2	Adaptore og radioer	12
5.2.2.1	Enkle adaptore (Alt-i-ett-adaptore).....	12
5.2.2.2	Avansert adapter (skjult adapter)	12
5.2.2.3	Bytte av radio (ny bilradio)	13
5.2.2.4	Utviklingstendenser i adaptermarkedet	13
5.2.3	Nærmere om antenneproblematikken	13
5.2.4	Kort om nybilmarkedet	13
5.2.5	Utfordringer for bilbransjen	17
5.3	Minst halvparten av alle landets kommuner og alle fylker må ha et tilbud om ettermontering på plass i 2015	17
5.3.1	Innledning.....	17
5.3.2	Tilgang til ettermontering av DAB+ adapter/radio	18

6	Slukkevilkår 5 – Minst halvparten av lytterne må lytte daglig til en digital radioplattform	19
6.1	Daglig radiolytting på digital plattform	19
6.2	Salgsstatistikk fra Elektronikkbransjen.....	20
7	Medietilsynets informasjonsoppdrag	22
7.1	Innledning.....	22
7.2	Øke kjennskap til teknologiskiftet	22
7.3	Forbrukeren skal ha lett tilgang til utfyllende og nøytral informasjon	22
7.4	Samarbeid med bransjeaktører	23
7.5	Ressursbruk	23

Statusrapport nr. 4/2014 – Slukkevilkår – digital radio

1 Innledning

Medietilsynet har gjennom mandat fra Kulturdepartementet 17. februar 2011 fått i oppdrag å utarbeide en årlig statusrapport til Kulturdepartementet vedrørende innfrielsen av slukkevilkårene som er beskrevet i Meld. St. 8 (2010-2011) om digitalisering av radiomediet. Medietilsynet legger med dette frem sin fjerde, og nest siste, statusrapport.

Årets rapport er lagt opp etter samme prinsipp som de tre foregående rapportene, og beskriver status innen hvert av de fem fastsatte slukkevilkårene. Også i år består rapporten for en stor del av opplysninger som er innhentet fra berørte aktører og andre relevante parter, eksempelvis Norkring, NRK, Digitalradio Norge, Bilimportørenes Landsforening og Elektronikkbransjen. Det gis også en kort orientering om tiltak som er iverksatt på bakgrunn av informasjonsoppdraget tilsynet er gitt gjennom stortingsmeldingen¹ og tildelingsbrev².

I forbindelse med årets rapport har Medietilsynet gjennomført en kartlegging av markedet for DAB+ adaptere og -radioer til bil. Se nærmere under pkt. 5.2.

Ettersom Kulturdepartementet i desember 2013 kom med en presisering av hva som ligger i kravet om rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil, har tilsynet knyttet noen kommentarer til denne presiseringen i pkt. 5.3.

2 Slukkevilkår 1 – NRK må ha en dekning tilsvarende P1-dekning (absolutt vilkår)

Som det fremgår av Statusrapport nr. 1/2011 vil Medietilsynet frem til og med 2013 innrapportere de beregninger som mottas fra NRK og utbygger av nettet. I brev 29. januar 2014 redegjør NRK for dagens dekningsgrad³ og om planer for fremtidig utbygging av Regionblokka.

Det fremgår av NRKs redegjørelse at de har inngått en leieavtale med Norkring for et regionalt oppdelt DAB-nett frem til 2031. Utbyggingen er i full gang, og vil etter det opplyste være avsluttet i løpet av 2014. På dette tidspunkt skal Regionblokka ifølge NRK ha en beregnet

¹ Meld. St. 8 (2010-2011) Digitalisering av radiomediet

² Brev 20. januar 2014 fra Kulturdepartementet til Medietilsynet (Medietilsynet – statsbudsjettet 2014 – endelig tildelingsbrev)

³ Med dekningsgrad menes i denne rapporten befolkningsdekning, ikke geografisk dekning.

befolkningsdekning på 99,5 prosent, noe som innebærer at kravet om DAB-dekning tilsvarende dagens P1-dekning på FM vil bli innfridd innen 1. januar 2015.

Total befolkningsdekning i Regionblokka per 31. desember 2013 opplyses fra NRKs side å være beregnet til 98,8 prosent⁴ på landsbasis. Antall senderstasjoner var 621. Totalt antall sendere skal være 765 innen 2015.

Den fylkesvise befolkningsdekningen per 31. desember 2013 er ifølge NRK som følger:

Tabell 1: Fylkesvis dekning Regionblokka

Fylke	Pop. dekning	Dekning (i prosent)
Akershus	536418	99,95
Aust-Agder	106497	98,17
Buskerud	257309	99,82
Finnmark	71505	98,14
Hedmark	189502	99,38
Hordaland	474435	99,43
Møre og Romsdal	249905	99,45
Nord-Trøndelag	127520	96,90
Nordland	229377	97,13
Oppland	184159	99,41
Oslo	586344	99,99
Rogaland	423625	98,99
Sogn og Fjordane	102494	95,72
Sør-Trøndelag	280779	96,59
Telemark	165116	98,20
Troms	146510	93,63
Vest-Agder	167097	98,08
Vestfold	231272	99,97
Østfold	270977	99,74
Total dekning	4800841	98,80

Post- og teletilsynet har fått i oppdrag⁵ å yte teknisk assistanse for å verifisere oppnådd dekningsgrad per 1. januar 2015. Oppdraget skal løses i dialog med Medietilsynet. Det vil bli nærmere redegjort for Post- og teletilsynets dekningsvurderinger i Statusrapport nr. 5/2015.

⁴ NRKs beregninger er basert på dekning angitt ved feltstyrke 1,5 meter over bakken, RPC5: 54 dBuV/m.

⁵ Brev 4. november 2013 fra Samferdselsdepartementet til Post- og teletilsynet. Post- og teletilsynet skal ifølge oppdragsbrevet selv avgjøre om målingene best gjøres med teoretiske dekningsberegninger eller om det også bør gjennomføres målinger.

Total befolkningsdekning i Regionblokka var per 31. desember 2013 på 98,80 prosent.

Målet er å avslutte utbyggingen i løpet av 2014. Da skal Regionblokka ha en befolkningsdekning på 99,5 prosent. Slukkevilkåret om DAB-dekning tilsvarende dagens P1-dekning på FM forventes innfridd innen 1. januar 2015.

NRK har inngått leieavtale med Norkring for et regionalt oppdelt DAB-nett frem til 2031.

3 Slukkevilkår 2 – De kommersielle blokkene må ha minst 90 prosent befolkningsdekning (absolutt vilkår)

I likhet med det som er sagt innledningsvis til slukkevilkår 1, vil Medietilsynet også for de kommersielle blokkene rapportere inn anleggskonsesjonærens egne dekningsberegninger frem til og med 2013. Post- og teletilsynet vil også for de kommersielle blokkene bidra med å verifisere oppnådd dekningsgrad per 1. januar 2015, jf. redegjørelsen ovenfor under pkt. 2.

3.1 Riksblokka

Norkring redegjør i brev datert 30. januar 2014 for dekningsgrad og videre planer for utbygging av Riksblokka.

I redegjørelsen fremgår det at Norkring, i henhold til en avtale med Digitalradio Norge i april 2012, startet en videre utbygging av Riksblokka mot 90 prosent befolkningsdekning. Norkring har beregnet at befolkningsdekningen for Riksblokka per 31. desember 2013 var 90,8 prosent⁶. Ettersom det løpende blir gjennomført tilpasninger i sendernettene kan den beregnede dekning ifølge Norkring fortsatt bli justert, både totalt og fylkesvis.

Den fylkesvise dekningen⁷ per 31. desember 2013 var som følger:

⁶ Feltstyrke 54 dBuV/m (RPC5), 1,5 meter over bakken.

⁷ Norkring opplyser at beregningene er utført i henhold til kriteriene RPC5, analysemetode Best Server, med dekningsberegningsprogramvaren ChirPlus_BC, IRT-3D propagasjonsmodell som regner med refleksjoner. Beregningene er basert på 200 m raster, noe som er en tilfredsstillende avveining mellom beregningskapasitet (tid) og nøyaktighet. Beregningens nøyaktighet er videre bestemt av kvaliteten på inputdata og kartmateriale, og av godheten i selve propagasjonsmodellen. Beregningen tar hensyn til egeninterferens i nettet, men inkluderer ikke interferens fra utenlandske sendepunkter på samme frekvens.

Tabell 2: Fylkesvis dekning Riksblokka

Fylke	No.	Tot. Popul.	Pop. Dekning	Dekning (i prosent)
Akershus	2	536705	528873	98,5
Aust-Agder	9	108484	95563	88,1
Buskerud	6	257768	240816	93,4
Finnmark	19	72863	52834	72,5
Hedmark	4	190691	171584	90,0
Hordaland	12	477171	449544	94,2
Møre og Romsdal	14	251295	217785	86,7
Nord-Trøndelag	16	131595	110662	84,1
Nordland	17	236147	174017	73,7
Oppland	5	185258	154040	83,1
Oslo	3	586399	586344	100
Rogaland	11	427942	402906	94,1
Sogn og Fjordane	13	107076	74837	69,9
Sør-Trøndelag	15	290703	257160	88,5
Telemark	8	168150	142499	84,7
Troms	18	156483	111831	71,5
Vest-Agder	10	170370	148568	87,2
Vestfold	7	231343	227040	98,1
Østfold	1	271690	266441	98,1
Totaldekning		4858133	4413344	90,8

Dekningsgraden i Riksblokka var per 31. desember 2013 på 90,8 prosent (befolkningsdekning).

3.2 Riksblokk II

Utbyggingen av Riksblokk II er foreløpig ikke påbegynt. Norkring opplyser i sin redegjørelse at utbyggingen av Riksblokk II vil være etterspørselstyrt. På grunn av ressursituasjonen både internt og hos eksterne entrepenører, vil Norkrings hovedfokus frem mot 31. desember 2014 være utbygging av Riksblokka og Regionblokka.

Utbyggingen av Riksblokk II er ikke i gang. Fokuset frem mot 2014 vil være utbygging av Riksblokka og Regionblokka.

4 Slukkevilkår 3 – Det digitale radiotilbudet må representere en merverdi for lytterne (absolutt vilkår)

4.1 Innledning

Det er et absolutt slukkevilkår at det digitale radiotilbudet må representere en merverdi for lytterne før det kan fastsettes en slukkedato på riksplan for FM. Departementet har i stortingsmeldingen lagt føringer for hva begrepet “digital merverdi” innebærer i denne sammenheng. I tillegg til den rent *innholdsmessige merverdien* i form av flere kanaler og et bredere innholdstilbud, må forbrukerne også kunne forvente en *teknologisk merverdi* i form av et mer robust lydsignal og bedre mottakere med gode skjermfunksjoner, elektroniske programguider, nedlastningsmuligheter mv., jf. meldingens pkt. 6.3.2.

Medietilsynet forholder seg til den forståelsen av begrepet «digital merverdi» som er kommet til uttrykk gjennom stortingsmeldingen og rapporterer følgelig ut fra kriteriene om *innholdsmessig* og *teknologisk* merverdi.

4.2 Innholdsmessig merverdi

4.2.1 Innholdstilbud – Riks- og Regionblokka

Det samlede innholdstilbudet i Riksblokka og Regionblokka består av til sammen 22 kanaler.

NRK er i en prosess hvor de flytter over stadig flere kanaler fra DAB til DAB+. Nye kanaler som er blitt opprettet, både av NRK og kommersielle aktører, sendes hovedsakelig med DAB+. Allmennkringkasternes hovedkanaler vil etter planen sendes med DAB frem mot slukking. Etter slukking vil etter all sannsynlighet samtlige kanaler i DAB-nettene sendes med DAB+.

Tabell 3: Kanaloversikt per februar 2014 – Riks- og Regionblokka

Riksblokka	Regionblokka
NRK Sport*	NRK P1
NRK Jazz*	NRK P1+
NRK Klassisk	NRK P2
NRK P13*	NRK P3
P4	NRK Alltid Nyheter
Radio Norge	NRK mP3*
P5 Hits*	NRK Super/NRK Folkemusikk

	(deler døgnet) *
P6 Rock*	NRK Sámi*
Klem FM*	NRK Vær*
Energy NRJ Norge*	
Radio 1*	
Radio Rock	
* = DAB+	

4.2.2 Lokalradioblokka

Det er åpnet for prøvedrift i Lokalradioblokka frem til 31. desember 2016. Så langt har Medietilsynet utstedt anleggskonsesjoner i totalt 19 av de 37 regionene i Lokalradioblokka.⁸ I tre av regionene er det nå prøvesendinger «på lufta»: Region 3 Akershus, region 4 Solør/Hedmarken og region 17 Haugaland.

Ifølge søknader om innholdskonsesjon sender alle innholdstilbud i Lokalradioblokka med DAB+. Radio Haugaland har imidlertid nylig gitt ut en pressemelding hvor de opplyser at Radio Haugaland også vil bli sendt med vanlig DAB frem mot slukking.⁹

Tabell 4: Kanaloversikt per februar 2014 - Lokalradioblokka

Region 3 Akershus	Region 4 Solør/Hedmarken	Region 17 Haugaland
Podcastforlaget	SolørRadioen	Podcastforlaget
Voxlo Radio	Elverumsradioen	Radio Haugaland
Norea		Radio 102
Jazzabit		ScanSat
Nova		
Love Music		
Pop Radio		
Rock Klassiker		
ScanSat		
Radio Rox		
The Beat		
The Voice		
Ordentlig Radio		
Radio Metro		

⁸ Oversikt over hvilke regioner det er utstedt anleggskonsesjon for og til hvem fremgår av Medietilsynets nettsider: <http://www.medietilsynet.no/Digitalradio/Bransje/Lokalradio/>

⁹ <http://radioh.no/les.aspx?artikkel=89995>

Medietilsynet har gitt innholdskonsesjoner også til lokalradiostasjoner utover de som fremgår av tabell 4. Det kan dermed forventes at kanaltilfanget i Lokalradioblokka vil øke i tiden fremover.

4.2.3 Kort om forholdet mellom FM og DAB

På FM-båndet er det i dag tilgjengelig fem riksdekkende kanaler (NRK P1, NRK P2, NRK P3, P4 og Radio Norge) i tillegg til ulike analoge lokalradiostasjoner¹⁰. Videre har to av NRKs nisjekanaler, NRK mP3 og NRK Alltid Nyheter, begrenset dekning i deler av landet.¹¹

Oversikten over gjeldende kanaltilbud i DAB-nettene viser at lytterne gjennom dette tilbudet har tilgang til en rekke kanaler som per i dag ikke er tilgjengelig på FM-båndet. I likhet med hva vi har sett etter digitaliseringen av fjernsynsmediet, så oppstår det flere nisjekanaler som følge av radiodigitaliseringen, herunder kanaler rettet mot bestemte, smalere målgrupper.

4.3 Teknologisk merverdi

4.3.1 Produktmarkedet

I statusrapport nr. 3/2013 pkt. 4.2.1 hadde Medietilsynet en gjennomgang av produktmarkedet. Det vises i sin helhet til denne gjennomgangen også i foreliggende statusrapport.¹² Produkttilfanget innen de kategoriene som ble beskrevet i statusrapport nr. 3/13 gjør seg fortsatt gjeldende. Tilgangen på digitale radiomottakere hos elektronikkforhandlerne er god, og digital radio i form av DAB+ og/eller internettradio får fortsatt stadig større hylleplass i butikkene.

Denne trenden gjør seg nå også gjeldende med hensyn til salgstall. Elektronikkbransjen melder om en økning i salg av DAB+ radioer i 2013 med 140 prosent sammenlignet med 2012, se nærmere pkt. 6.2 i foreliggende rapport. Elektronikkbransjen har videre uttalt følgende i sin rapportering til Medietilsynet: «*Bransjen opplevde ekstra fokus på DAB i sammenheng med NRK sin lansering av den nye kanalen NRK P1+ som kun sendes på DAB. Vi opplever også blant våre butikkmedlemmer at kjennskapen til DAB hos forbrukerne er merkbart forbedret siste tiden.*»

¹⁰ Oversikt over tilgjengelig lokalradiostasjoner i FM-nettet er tilgjengelig her:

http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Kringkasting/140121_Lokalradiokonsesjoner.pdf

¹¹ NRK Alltid Nyheter er etablert med sendere i 14 byer, men NRK mP3 er å finne i 13 byer. De fleste senderne er små og har begrenset dekning.

¹² Statusrapport nr. 3/2013 er tilgjengelig her:

http://www.medietilsynet.no/Documents/Digitalradio/130320_slukkevilkar.pdf

4.3.2 Nærmere om mottakernes teknologiske merverdi

Når det gjelder digitale radiomottakeres teknologiske merverdi, og funksjoner som utpeker seg, er dette blant annet skjermfunksjoner der man mottar tilleggsinformasjon om hvilket program som sendes, eller hvilken musikk som spilles. Mange radioer har automatisk søk og lagring av de radiostasjoner som er tilgjengelig der du befinner deg. Mange bærbare digitalradioer har funksjonen klokkeradio med innsovnings- og vekkefunksjoner. Noen modeller har berøringsskjerm med ikon-styrt brukergrenseskritt. Kringkasterne kan sende korte presentasjoner til digitale mottakere som er compatible med «DAB Slideshow». Har man internett-radio får man i tillegg tilgang på radiostasjoner fra hele verden, men dette krever internetttilgang til radioen. Hører man på webradio på pc'en eller nettradio får man enkelt tilgang til tilleggstenester som «radio on demand» (podcast – nedlastbare radioprogram), og andre tekst- og/eller lyd- og bildetenester fra radiostasjonene.

Innholdstilbudet i Riks- og Regionblokka består av 22 ulike DAB/DAB+ kanaler (per februar 2014). I tillegg er det prøvesendinger i tre regioner i Lokalradioblokka, hvorav region 3 Akershus har 14 kanaler på lufta. Lytterne har tilgang til langt flere kanaler i DAB-nettene enn de har på FM.

Et bredt tilbud av ulike digitale radiomottakere, inklusive adaptere, er tilgjengelig i det norske markedet. De fleste mottakerne har ulike funksjonaliteter som ikke er tilgjengelig på FM-mottakere, som eksempelvis skjermfunksjoner, programrelatert tilleggsinformasjon, berøringsskjerm mv. Mottakernes funksjonaliteter varierer med prisen.

5 Slukkevilkår 4 – Det må finnes rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil

5.1 Innledning

Dersom slukking av FM-båndet skal skje i 2017, må det innen 2015 finnes rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil. Ifølge stortingsmeldingen punkt 6.3.4 vil krav til apparattilgang ikke være knyttet til hvor mange som faktisk har skaffet seg digitale radioapparater, men til tilgangen på apparat til en rimelig pris som gjør at utskifting av primærapparatene ikke representerer noen urimelig belastning.

Ifølge stortingsmeldingen skulle Kulturdepartementet i 2013 gjøre en vurdering av markedet for biladaptere med sikte på å presisere nærmere hva som ligger i kravet om teknisk tilfredsstillende og rimelige løsninger for radiomottak i bil, se stortingsmeldingens pkt. 6.3.4.

Gjennom en pressemelding offentliggjort 23. desember 2013, kom departementet med følgende presisering: «*Minst halvparten av landets kommuner og alle fylker må ha et tilbud om ettermontering på plass i 2015 for at det skal kunne bli slukking av FM-nettet i 2017.*»¹³

Sammen med slukkevilkårets krav om forbrukernes tilgang til rimelig og teknisk tilfredsstillende løsning for radiomottak i bil, forstår Medietilsynet at også kravet om tilgang til ettermontering av radio/adapterløsninger må være innfridd innen 1. januar 2015.

5.2 Rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil

For å kunne vurdere om det finnes rimelige og teknisk tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil, er det behov for kunnskap om markedssituasjonen og prisnivå når det gjelder adaptere og bilradioer.

Høsten 2013 kartla derfor Medietilsynet markedet for DAB+ adaptere og -radioer til biler, samt tilgang til DAB+ radioer i biler på nybilmarkedet. Kartleggingen viste at det foreligger et bredt spekter av DAB+ adaptere på det norske markedet. Det finnes også løsninger for i praksis alle biler som har FM-radio. Videre viste gjennomgangen av nybilmarkedet at stadig flere bilmerker og modeller tilbys med DAB+ radio enten som standard utstyr til bilen eller med mulighet for ettermontering.

I det følgende redegjøres det for funnene i Medietilsynets kartlegging fra høsten 2013.

5.2.1 Kort om produktutvalg

DAB+ adaptere og -radioer til bil er tilgjengelig både fra nettbutikker og faste utsalgssteder.

Nettbutikker har gjerne et bredere utvalg av radioer og adaptere enn faste utsalgssteder. Siden disse butikkene er nettbasert, vil produktene i prinsippet være tilgjengelig over hele landet.

Faste utsalgssteder har et snevrere utvalg, men som oftest har de adaptere eller radioer i alle de fire kategoriene skissert nedenfor.

¹³ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressesenter/pressemeldinger/2013/krav-om-bredt-tilbud-om-ettermontering-a.html?id=748565>

5.2.2 Adaptere og radioer

Medietilsynet har valgt å dele de tilgjengelige DAB-løsningene til bil inn i fire hovedkategorier; enkle adaptere, adaptere i mellomklasse, avanserte adaptere og bytte av radio (ny radio). Inndelingen samsvarer i høy grad med hva Digitalradio Norge og flere av aktørene i markedet operer med, og baserer seg blant annet på montering av adapteren og dens funksjoner. Likevel må det nevnes at produktene i de ulike gruppene har flere likhetstegn, og ofte foreligger det ikke klare skillelinjer mellom dem.

5.2.2.1 Enkle adaptere (*Alt-i-ett-adaptere*)

Med enkle adaptere menes adaptere som er enkle å montere og bruke (plug and play), samt at de er prisvennlige (finnes i prisspekteret 600 -1 200 kroner). De tilknyttes det eksisterende anlegget og får ofte strømforsyningen fra sigarettennen (12 V). Alle løsningene Medietilsynet har sett på, har i tillegg støtte for MP3-avspilling.

Denne typen adaptere kan ikke kobles til bilens ekstrasfunksjoner, som for eksempel rattstyring. Lyden overføres via FM-modulering. Adapterne har ikke støtte for sømløs overgang mellom FM og DAB. I dialog med bilbransjeorganisasjoner har Medietilsynet fått påpekt at disse løsningene kan utfordre trafikksikkerheten dersom adapteren monteres lavt og ved at man får to displayer å forholde seg til.

5.2.2.2 Avansert adapter (*skjult adapter*)

Denne gruppen kjennetegnes av at adapteren kobles til det eksisterende radioanlegget i bilen, og at adapteren monteres skjult eller delvis skjult. De skjulte løsningene monteres bak den eksisterende radioen og kobles mellom det originale ledningssystem og radioen. De delvis skjulte adapterne kobles på samme måte, men plasseres gjerne i hanskerom e.l. Denne plasseringen muliggjør bruk av noen av adapterens ekstrasfunksjoner, herunder MP3, USB mv.

Adapterne passer til alle typer biler, men det finnes også bilspesifikke løsninger. Ved bruk av denne typen adapterløsninger vil bilradioen ofte få tekststøtte, dvs. at radiokanalens navn og informasjon vises på FM-radioens skjerm. Prisen varierer fra 1 200 kroner og oppover. I tillegg kommer monteringskostnader som igjen vil være avhengig av bilmerke/modell, hvor mye som må gjøres osv.

Adapterne i denne kategorien leveres ofte med fjernkontroll. Enkelte bilbransjeorganisasjoner har påpekt at dette kan gå på bekostning av trafikksikkerheten ved at fjernkontrollen stjeler oppmerksomhet og krever handling fra føreren. Noen av løsningene vil også ha et separat DAB-display, noe som også kan utfordre trafikksikkerheten.

De fleste adapterne har støtte for kommunikasjon med multifunksjonsratt og/eller eksisterende FM-radio. Alle løsningene benytter FM-modulering. Det finnes bilspesifikke løsninger til de fleste bilmerker.

5.2.2.3 Bytte av radio (ny bilradio)

Dette alternativet innebærer at bilens FM-radio erstattes med en DAB+ radio. Slike radioer er tilgjengelig for alle bilmerker. Det er store prisvariasjoner på disse radioene, og de rimeligste starter på ca. 1 300 kroner. I tillegg kommer eventuell monteringskostnad.

Bytte av radio er en aktuell løsning for eldre biler, men sjelden for nyere biler. Årsaken er at biler av nyere dato som regel har radioenheten integrert i et dashborddesign som er proprietært fra leverandør. Dette innebærer at montering av DAB+ radio/multimediespiller til erstatning for en FM-radio, innebærer en større utfordring enn hva tilfellet er for eldre biler. Prisnivået kan derfor fort overstige 10 000 kroner.

5.2.2.4 Utviklingstendenser i adaptermarkedet

Medietilsynet registrerer at adaptermarkedet utvikler seg svært hurtig. Dette gir nye modeller/løsninger og større konkurranse, noe som igjen resulterer i lavere pris og større valgmulighet for forbrukerne. En modning av DAB-markedet i resten av Europa, og resten av verden for øvrig, vil også bidra til dette.

5.2.3 Nærmere om antenneproblematikken

DAB-radio sendes på andre frekvenser enn FM, og krever derfor en egen DAB-antenne. Alle adaptere fordrer derfor ettermontering av DAB-antenne.

Det finnes et bredt spekter av antenner. Den vanligste DAB-antennen er en såkalt klebeantenne som festes i frontruta. Det kan også sette opp ekstra takantenne eller erstatte den gamle med en FM/DAB-antenne. Prisen på de enkleste antennene ligger på 200 – 600 kroner. De fleste adapterløsninger og radioer selges med en tilpasset antenne. Ekstra takantenne, eller det å erstatte den gamle, vil bli dyrere og være avhengig av bilmerke og -modell. Monteringskostnader kan også komme i tillegg.

En utfordring ved å montere en antenne er at dette må gjøres riktig, og hvis det gjøres feil kan det føre til tap av dekning. Montering krever derfor kunnskap.

5.2.4 Kort om nybilmarkedet

For å få et godt bilde av tilgangen på DAB+ radio i biler, har Medietilsynet laget en oversikt over hvilke bilmerker og bilmodeller som leveres med DAB+ radio som standard, og i hvilke merker og modeller DAB+ radio eventuelt kan ettermonteres.

For å få opplysninger om dette har tilsynet kontaktet alle medlemmer av Bilimportørenes Landsforening (BIL). Tilsynet mottok ikke svar fra alle medlemmene i BIL. Tabellen under kan derfor ikke ses på som en fullstendig oversikt over hvilke merker og modeller som har DAB+ radio som standardutstyr mv., men tabellen gir likevel uttrykk for noen hovedtendenser. Det presiseres at tallmaterialet gir uttrykk for status per november 2013.

Tabell 5: Oversikt over bilmerker og -modeller med DAB som standardutstyr/ettermontering

Bilmodell	DAB+ som standard	Som ekstrautstyr	Etter-montert	Merknader
Mazda	Nei	Nei	Nei	
Subaru	Nei	Nei	Nei	
Volvo Lastebiler	Nei	Nei	Nei	
Iveco vare/last	Nei	Nei	Nei	Ettermont. kun uoriginalt
Opel (ikke vare)	Ja	Nei	Nei	DAB til DAB+ gratis
Nissan	Nei	Nei	Ja	Ikke ettermont. på Leaf
Peugeot 308	Ja	Nei	Nei	
Peugeot 208/2008	Nei	Ja	Nei	
Peugeot andre mod.	Nei	Nei	Nei	Flere i 2014?
Porsche	Nei	Ja	Ja	Kun uoriginale løsninger ettermont.
Scania	Nei	Nei	Ja	Kun uoriginale løsninger ettermont.
Mitsubishi ASX/Outlander	Ja	Nei	Nei	
Mitsubishi andre mod. nye	Nei	Ja	Nei	Bestilles som standard fra 2014
Mitsubishi Lancer / Outlander 07-10	Nei	Nei	Ja	Jobber med andre modeller
Chevrolet Spark LTZ	Ja	Nei	Nei	
Chevrolet andre mod.	Nei	Nei	Nei	Alle modeller får DAB+ i 2014
SsangYong	Nei	Nei	Ja	
Suzuki Swift / S-Cross	Ja	Nei	Nei	Standard DAB+ planlegges
Suzuki andre mod.	Nei	Nei	Ja	Navigasjon medfølger på ettermont.
Isuzu	Nei	Nei	Ja	Navigasjon medfølger på ettermont.
MAN lastebiler	Nei	Nei	Ja	Ettermont. avhengig av type
Ford Fiesta / C-Max / Focus	Ja	Nei	Nei	
Ford Kuga/Mondeo/S-MAX/Galaxy/B-Max	Nei	Ja	Nei	Avhengig av modell/pakke
Ford Tourneo	Nei	Ja	Nei	
Ford Ranger	Nei	Nei	Nei	

Ford, div. tidligere modeller	Nei	Nei	Ja	Spesifikt for årsmodeller
Ford Transit	Nei	Ja	Nei	Modellavhengig
Fiat 500 L	Nei	Ja	Ja	Flere i 2014
Fiat 500/Panda 4x4/Varebiler	Nei	Nei	Nei	
Alfa Romeo MiTo / Giulietta	Nei	Nei	Nei	Kommer 2014
Volvo, minimum Momumentum-pakke	Ja	Nei	Nei	Ikke XC90. Utgjør 93% av salg
Volvo, lavere utstyrspakke	Nei	Ja	Nei	Ikke XC90
Volvo, alle mod. med vanlig DAB	Nei	Nei	Ja	Ferdig montert. Kun 2012-mod.
Mercedes-Benz, alle mod.	Nei	Ja	Ja	Gj.snitt 8260,-. Ikke ettermont. fra FM
Jeep Grand Cherokee	Ja	Nei	Nei	Fra november 2013
Jeep Compass & Wrangler	Nei	Nei	Ja	
Audi A8 Facelift	Ja	Nei	Nei	Fra november 2013
Audi andre mod, ikke TT / R8	Nei	Ja	Nei	
Skoda Citigo	Ja	Nei	Nei	Fra uke 45
Skoda Octavia	Ja	Nei	Nei	Ikke Active-pakken
Skoda Yeti	Ja	Ja	Nei	Ikke Active-pakken
Skoda Superb	Ja	Nei	Nei	Ekstra til Active-pakken
Skoda Fabia / Roomster / Rapid	Nei	Ja	Nei	Inkl. navigasjon
Volkswagen Transporter, ikke standard-mod.	Ja	Nei	Nei	
Volkswagen Transporter	Nei	Ja	Nei	
Volkswagen Caddy vare/person	Nei	Ja	Nei	
Volkswagen, alle mod.	Ja	Nei	Ja	Fra 2014, ikke up! og e-up!
Volkswagen up! og e-up!	Nei	Ja	Ja	
Honda CR-V og Civic	Ja	Nei	Ja	Ikke laveste utstyrspakke
Honda Jazz	Nei	Nei	Ja	Ikke laveste utstyrspakke
Toyota Avensis	Ja	Nei	Nei	Ikke laveste utstyrspakke
Toyota RAV-4	Ja	Nei	Nei	Ikke laveste utstyrspakke
Toyota Auris	Ja	Nei	Nei	Ikke laveste utstyrspakke
Toyota Verso	Ja	Nei	Nei	Ikke laveste utstyrspakke
Toyota Prius, alle mod.	Ja	Nei	Nei	Kun på øverste utstyrspakke
Toyota Yaris	Ja	Nei	Nei	Fra 2014

Lexus	Ja	Nei	Nei	Fra 2014
Renault	Nei	Nei	Nei	Jobber med å få en løsning på ettermontering på alle modeller. Vil lansere DAB på de nye modellene etter hvert fra 2014.
Hyundai	Nei	Nei	Ja	Fabrikkmontert DAB+ vil kunne bli levert tidligst i overgangen 2014/2015 for alle modeller.

En gjennomgang av opplysningene i tabellen viser at de aller fleste nybiler på markedet i Norge i 2013, ikke hadde DAB+ radio verken som standardutstyr eller ekstrautstyr. Enkelte bilmerker, som Skoda, Opel og Toyota, skiller seg ut ved å levere DAB+ radio som standardutstyr på flere av sine modeller (Opel på alle modeller). Flere av importørene opplyste imidlertid at DAB+ radio som standard er under planlegging, eller vil bli tilbudt på flere modeller fra 2014. I etterkant av at undersøkelsen ble gjennomført, har flere leverandører meldt om økt tilbud av DAB+ radioer i sine modeller. Eksempelvis annonserte Volkswagen i januar i år at de fra 1. januar 2014 vil ha DAB+ radio som standard i alle sine modeller. Videre kan det i denne sammenheng også nevnes at det på en britisk bransjekonferanse høsten 2013 kalt «Radio Festival», ble lagt frem tall som viser at 40,1 prosent av alle nye biler som blir solgt i Storbritannia nå har digitalradio som standard.¹⁴

Prisene for DAB+ radio som ekstrautstyr i nybilene som kan levere dette, varierer ifølge opplysningene Medietilsynet har mottatt fra ca. 1 000 til 9 500 kroner. Pris for ettermontering varierer fra ca. 1 000 kroner pluss monteringsjobb til ca. 30 000 kroner.

Det er imidlertid viktig å presisere at nybilmarkedet bare vil få begrenset betydning for tilgangen til DAB+ radio i bil. Årsaken er at det tar lang tid å bytte ut den norske bilparken bare ved hjelp av salg av nye biler. Det er i det såkalte ettermarkedet av biler, med salg av bruktbiler som krever adapterløsninger eller bytte av radiomottakere, hovedutfordringen ligger. Ifølge opplysninger Medietilsynet har mottatt fra Digitalradio Norge, vil over 2 millioner biler trenge en ettermontert løsning for å kunne ta imot DAB/DAB+ kanaler i bil når de riksdekkende FM-sendingene opphører.

¹⁴ Kilde: Radio Assistant 16. oktober 2013: <http://www.radioassistant.com/RA/2013/10/fire-av-ti-biler-med-dab-som-standard/>

5.2.5 Utfordringer for bilbransjen

I statusrapport nr. 3/2013 refererte Medietilsynet til enkelte utfordringer bilbransjen har pekt på i sin dialog med tilsynet. Innspill Medietilsynet har mottatt fra bransjeaktører også i 2013 viser at disse utfordringene fortsatt gjør seg gjeldende for enkelte deler av bilbransjen.

Det blir blant annet pekt på at Norge er et lite marked i bilsammenheng. Mange bilmodeller leveres som standarder, og da i henhold til EU-standarder. Siden Norge er tidlig ute med å satse på DAB+, er leverandørene skeptiske til å ta inn noe det foreløpig ikke er behov for i resten av Europa.

Videre påpeker bilbransjen at noen aktører som var tidlig ute med digitalradio i sine biler, satset sterkt på forgjengeren DAB (fremfor dagens DAB+), og har derfor eldre DAB-teknologi i sine biler. Bare i 2012 ble flere tusen biler levert med DAB-radio i Norge. Bransjen påpeker at det kan bli vanskelig å overtale kunder som allerede har kjøpt DAB-radioer til å gå over til DAB+. Dette henger sammen med at den teknologiske utviklingen gjør kundene usikre på teknologivalg, og at bytte av radio eller ettermontering av adapterløsninger vil kunne medføre store kostnader.

5.3 Minst halvparten av alle landets kommuner og alle fylker må ha et tilbud om ettermontering på plass i 2015

5.3.1 Innledning

Som nevnt ovenfor i pkt. 5.1, kom Kulturdepartementet mot slutten av 2013 med en presisering av hva som ligger i kravet om «rimelige og teknisk tilfredsstillende løsning for radiomottak i bil». Denne presiseringen er formulert som et tilgjengelighetskrav som innebærer at minst halvparten av alle landets kommuner og alle fylker må ha et tilbud om ettermontering av adaptore/radioer på plass i 2015 dersom FM-slukking på riksplan skal kunne skje i 2017.

Medietilsynet er usikre på hvilken rolle tilsynet skal ha med hensyn til å innhente opplysninger fra alle landets kommuner og fylker, og vil ta sikte på å avklare dette nærmere med Kulturdepartementet frem mot neste statusrapport (Statusrapport nr. 5/2015).

I foreliggende statusrapport vil Medietilsynet redegjøre for tilsynets foreløpige erfaringer med hensyn til ettermonteringsmarkedet. Informasjonen er basert på opplysninger Medietilsynet innhentet fra enkeltaktører i forbindelse med kartleggingsarbeidet som ble gjennomført høsten 2013.

5.3.2 Tilgang til ettermontering av DAB+ adapter/radio

Medietilsynet har gjennom sitt kontaktnett og kontakt- og samarbeidsmøter med ulike bransjeaktører fått forståelsen av at markedet for montering av DAB+ adaptere/radioer og antenner er noe umodent. I forbindelse med kartleggingsarbeidet tok Medietilsynet derfor kontakt med enkelte sentrale verksteder og kjeder for å få førstehåndskunnskap og informasjon om de faktiske omstendigheter. Det redegjøres i det følgende for resultatet av tilsynets undersøkelse. Det presiseres at redegjørelsen i hovedsak er basert på status per november 2013.

Opplysninger Medietilsynet har mottatt i forbindelse med sin markedssondering viser at det kan synes som om de rene *bilverkstedene* foreløpig er lite orientert mot digitalradio i bil, mens kjeder med *kombinasjon butikk/rekvisita og verksted* for bil, til dels er til stede eller på vei inn i ettermonteringsmarkedet.

Enkelte frittstående aktører framstår som klart orientert og forberedt på dette markedet og leverer ettermontering av DAB+ løsninger til bil på relativt bred front. Medietilsynets markedssondering høsten 2013 etterlot imidlertid et klart inntrykk av at forekomsten av slike «spyspisser» av aktører foreløpig er liten, og at den alminnelige tilgangen til kvalifiserte monteringstjenester for DAB+ adaptere/radioer på det tidspunkt var noe begrenset.

Medietilsynet har imidlertid inntrykk av at markedet allerede er i bevegelse, og at det må antas å skje en betydelig økning i aktiviteten på denne fronten i løpet av det neste året. Dette synspunktet støttes blant annet av særlige tiltak i regi av enkeltaktører i bransjen den senere tiden. Det vises i denne sammenheng eksempelvis til at en større butikk/verksted-kjede i januar i år hadde en nysatsing på DAB+ adaptere. Kjeden lanserte en egen kampanje som inkluderte kampanjepris på bestemt produkt og bred annonsering (radio, tv, nett, kundeavis). Kampanjen resulterte ifølge representanter fra kjeden i en tidobling av salget av DAB+ adaptere sammenlignet med januar året før. Tilsynet er videre kjent med at det jobbes intensivt fra flere hold med å øke kompetansen hos ulike aktører med hensyn til montering av adapterløsninger. I tillegg har tilsynet mottatt informasjon som tyder på at merkeforhandlere nå øker innsatsen også på ettermarkedet.

Flere butikker og forhandlere Medietilsynet har vært i kontakt med, rapporterer om en økning i interesse for DAB+ løsninger i bil hos sine kunder.

En kartlegging av markedet for DAB+ adaptere/radioer til bil gjennomført av Medietilsynet høsten 2013 viste at det foreligger et bredt spekter av DAB-adaptere på det norske markedet og at det i praksis finnes løsninger for alle biler som har FM-radio.

En gjennomgang av nybilmarkedet viste at de fleste nybiler tilgjengelig på markedet i 2013, ikke hadde DAB+ radio verken som ekstrautstyr eller standardutstyr. Det var imidlertid flere leverandører som opplyste at DAB+ radio som standard var under planlegging eller ville bli tilbudt på flere modeller fra 2014.

Medietilsynet gjennomførte høsten 2013 også en mer begrenset undersøkelse av tilgangen til ettermontering av adaptere og DAB-antenne. Dette markedet var høsten 2013 fortsatt noe umodent, men markedet var i tydelig bevegelse og det er grunn til å tro at det vil skje en betydelig økning i aktiviteten på denne fronten i løpet av det neste året.

6 Slukkevilkår 5 – Minst halvparten av lytterne må lytte daglig til en digital radioplattform

6.1 Daglig radiolytting på digital plattform

TNS Gallup gjennomfører en spørreundersøkelse¹⁵ for Digitalradio Norge som kartlegger andelen radiolyttere som daglig benytter en eller flere digitale plattformer. I tillegg til at TNS Gallup har vektet undersøkelsen på alder, kjønn og geografi, opplyser de også å ha vektet mot offisielle PPM-tall¹⁶ fra samme periode som undersøkelsen ble gjennomført (juli til desember 2013).

Ifølge undersøkelsen oppgir 40 prosent av deltakerne at de lytter til radio via digitalt utstyr¹⁷. Estimert antall personer som benytter digitalt radioutstyr når de lytter på radio er ifølge undersøkelsen 1 227 270¹⁸.

¹⁵ Feltperiode gjennomført fra juli til og med desember 2013. Antall intervjuer som er gjennomført er 1092 (landsrepresentativ 15 år+). Undersøkelsen er basert på telefonintervju (CATI).

¹⁶ PPM (Portable People Meter) fra TNS Gallup. PPM måler radioeksponering ved at et utvalg personer bærer PPM-måleren på seg. Måleren registrerer kun de kanalene som er med i undersøkelsen og registrerer også passiv lytting.

¹⁷ Digitalt utstyr: Via PC/Mac, mobil med radioapp, nettbrett, Wi-Fi/internettradioapparat, DAB-radio (inkl. adapter), DAB-radio i bil (inkl. adapter), DAB-lommeradio og digital TV-mottaker.

¹⁸ Basert på SSBs statistikk over personer over 15 år: 4 123 891.

Tabell 6: Fordeling av radiolytting på digitale plattformer



Definisjon

Oslo/Akershus

Indre Østland: Hedmark, Oppland, Buskerud

Sørkysten: Østfold, Vestfold, Telemark, Aust-Agder, Vest-Agder

Vestlandet: Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane

Midt-Norge: Sør-Trøndelag, Nord-Trøndelag, Møre og Romsdal

Nord-Norge: Finnmark, Troms, Nordland

Kilde: TNS Gallup på oppdrag fra Digitalradio Norge

6.2 Salgsstatistikk fra Elektronikkbransjen

I forbindelse med slukkevilkåret om digital lytting, dvs. radiolytting via en digital plattform¹⁹, mener Medietilsynet det også er interessant å se om salgsstatistikker viser en økning eller nedgang i salg av digitale radiomottakere. Uavhengig av *faktisk* digital lytting, kan antall tilgjengelige digitale radiomottakere si noe om i hvor stor grad *muligheten* for digital lytting samlet sett er til stede i befolkningen.

Ifølge Elektronikkbransjens statistikker²⁰ ble det i 2013 solgt totalt 872 000 radioapparater²¹ i Norge. Av disse var totalt 511 000 digitale radiomottakere, noe som er en markant oppgang fra 2012 hvor det ble solgt 220 000 digitale apparater.

Omregnet i prosent var økningen av salget av DAB+ radioer i 2013 på 140 prosent sammenlignet med 2012. Dette er første gang det er solgt flere DAB+ radioer enn FM-radioer i

¹⁹ Kravet om digital lytting er ikke begrenset til å gjelde radiomottakere, men lytting via all slags teknologi som formidler digital radio.

²⁰ Tall oppgitt i hele tusen

²¹ Tallene fra Elektronikkbransjen inkluderer ikke radiomottakere i datamaskiner, digitale mottakerbokser, mobiltelefoner og MP3-utstyr.

Norge i løpet av et år; 59 prosent av alle radioer som ble solgt i 2013 hadde DAB+ mottak. Til sammenligning utgjorde salget av DAB+ radioer 28 prosent av totalsalget i 2012. Økningen var størst innenfor kategoriene bilradio (opp 200 prosent fra 2012) og bærbar radio (opp 175 prosent).

Elektronikkbransjen har ikke salgstall for adaptere. Årsaken er at hoveddelen av omsetningen av adapterløsninger skjer gjennom aktører som ikke er medlemmer av bransjeorganisasjonen.

Salgsutviklingen de siste tre årene fordelt på type mottaker kan illustreres slik:

Tabell 7: Salgsutvikling digitale radiomottakere 2010-2013

Kategori mottaker	2010	2011	2012	2013
Stasjonære anlegg	1000	9000	17000	40000
Bordradioer	60000	92000	76000	130000
Bilradioer	12000	26000	40000	*120000
Bærbare radioer	8000	8000	87000	220000
Totalsalg - digitale radioer	81000	135000	220000	511000

(* 90 000 er radioer i nybil. 30 000 er løssalg av CD/DVD/TUNER. Totalt 120 000.)

Elektronikkbransjen har prognoser som viser at det forventes fortsatt vekst i antall solgte digitalradiomottakere i 2014, med et totalsalg på rundt 781 000 radioer. Det antas at det fortsatt særlig vil være bilradioer og bærbare enheter som vil stå for veksten i 2014.

For øvrig fremgår det av Norsk Mediebarometer 2012 fra Statistisk sentralbyrå at 28 prosent av befolkningen hadde DAB-radio i 2011, mot 22 prosent i 2011, 18 prosent i 2009 og 21 prosent i 2010. Det foreligger foreløpig ikke tall for 2013.

Daglig radiolytting på digitale plattformer er på 40 prosent.

I 2013 ble det solgt totalt 872 000 radioapparater i Norge. Av disse var totalt 511 000 digitale radiomottakere. Dette er en markant oppgang fra 2012 hvor det ble solgt 220 000 mottakere.

For første gang ble det solgt flere DAB+ radioer enn FM-radioer i Norge i løpet av et år (59 prosent av totalsalg). Økningen var størst innenfor kategoriene bilradioer og bærbare radioer.

7 Medietilsynets informasjonsoppdrag

7.1 Innledning

Medietilsynet er gjennom Meld. St. 8 (2010-2011) om digitalisering av radiomediet og tildelingsbrev fra Kulturdepartementet til Medietilsynet gitt i oppdrag å utforme og drive en informasjonskampanje for overgangen fra analog til digital radiokringkasting. Ved planlegging av informasjonstiltak tas det utgangspunkt i departementets føringer til Medietilsynet slik de er fremgår av gjeldende tildelingsbrev. I det følgende redegjøres det for gjennomførte informasjonstiltak i 2013.

7.2 Øke kjennskap til teknologiskiftet

Medietilsynet gjennomfører en kjennskapsundersøkelse hvert kvartal som måler befolkningens kjennskap til teknologiskiftet på radio. Per fjerde kvartal 2013 svarer 79 prosent at de kjenner til at det skjer en overgang fra FM til digital radio i Norge. Tilsynet bruker tallmateriale fra denne spørreundersøkelsen til å planlegge målrettede informasjonstiltak.

Medietilsynet har utviklet to informasjonsbrosjyrer myntet på forbrukere. Den ene gir generell informasjon om overgangen, mens den andre har fokus på lytting i bil. I tillegg har tilsynet utarbeidet en bransjeveileder i samarbeid med Digitalradio Norge (DRN) og Norges Bilbransjeforbund (NBF). Den generelle brosjyren er distribuert til alle elektronikkforhandlere som er medlemmer i Elektronikkbransjen. I tillegg er bilbrosjyren distribuert med 40 000 eksemplarer til medlemmer i Bilimportørenes Landsforening (BIL). Veilederen, som er laget i samarbeid med DRN og NBF, er distribuert til alle medlemmene i NBF.

Andre informasjonstiltak som er iverksatt for å øke kjennskapen er: Egen nettside med informasjon om teknologiskiftet, epost-tjeneste hvor spørsmål kan stilles, bruk av sosiale medier, herunder en egen Facebook-kampanje, nettverksbygging og samarbeid med andre bransjeaktører, foredrag for bransjeorganisasjoner o.l. og egeninitierte medieoppslag. Tilsynet har i 2013 hatt et særlig fokus på digital radio i bil.

7.3 Forbrukeren skal ha lett tilgang til utfyllende og nøytral informasjon

På www.medietilsynet.no/digitalradio finner forbrukeren enkel og nøytral forbrukerrettet informasjon om overgangen. I tillegg er tilsynets generelle informasjonsbrosjyre tilgjengelig i elektronisk versjon på bokmål, nynorsk, engelsk, lulesamisk, nordsamisk og i lettlest versjon. Publikum får også nøytral informasjon gjennom svar på eposttjenesten som er etablert.

Bileiere får nøytral informasjon gjennom Medietilsynets bilbrosjyre. Brosjyren har fått bred spredning. I tillegg til at 40 000 eksemplarer av brosjyren er distribuert til medlemmer av BIL jf. ovenfor, er 270 000 eksemplarer av brosjyren distribuert som innstikk i bladet Motor til alle abonnenter i aldersgruppen 50 + (målrettet tiltak mot den eldre delen av befolkningen). Radiobilene til Digitalradio Norge har bilbrosjyren med seg på sine «events» og deler den ut der. I tillegg er brosjyren distribuert basert på bestilling til frittstående forhandlere av bilradio mv. Brosjyren er også tilgjengelig i elektronisk form på tilsynets bilnettside.

I 2014 vil informasjonsarbeidet fortsatt være særlig rettet mot bilforhandlere og bilkjøpere. I tillegg vil tilsynet ha fokus på grupper som har behov for særskilt og tilpasset informasjon.

7.4 Samarbeid med bransjeaktører

Det er etablert et tett samarbeid med DRN for å koordinere de ulike informasjonstiltak tilsynet og DRN iverksetter. I tillegg har tilsynet etablert et nettverk for informasjonsutveksling hvor ulike relevante parter er representert og deltar på møter, eksempelvis DRN, NBF, BIL, NAF, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet, Norsk lokalradioforbund, Elektronikkbransjen, SBS Radio og Vegdirektoratet. Medietilsynet har også opprettet et «bilforum», hvor særlige informasjonstiltak knyttet til bil har vært tema. Deltagere i disse gruppemøtene har vært DRN, BIL, NAF, KNA og NBF. I 2014 vil tilsynet etablere tilsvarende nettverk i forbindelse med informasjonstiltak rettet mot grupper med behov for særlig tilrettelagt informasjon.

7.5 Ressursbruk

Som det fremgår av orienteringen ovenfor ble det i 2013 brukt mye ressurser for å spre informasjon til store grupper av befolkningen. Medietilsynet mener det var viktig å få et stort nedslagsfelt både blant de yngste og de eldste gruppene i den voksne befolkningen for å ha et godt grunnlag å bygge informasjonsarbeidet på inn mot den siste perioden før slukking. Det ble særlig investert i økonomisk ressurskrevende tiltak, slik som utsending av innstikk i bladet Motor og gjennomføringen av en egen Facebook-kampanje. Dette medførte betydelige kostnader, noe tilsynet mente var nødvendig for å nå den voksne bilfører og yngre mennesker.

På bakgrunn av tilbakemeldinger Medietilsynet har fått fra ulike bransjeaktører, interesseorganisasjoner, publikum mv., er det mye som tyder på at den innsats tilsynet legger ned i sitt informasjonsarbeid er verdsatt og at tilsynet når frem med sitt budskap.