

**Kulturdepartementet**

Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo

[postmottak@kud.dep.no](mailto:postmottak@kud.dep.no)



Deres referanse: 17/4270

Kristiansand, tirsdag 22. mai 2018

## Høringsuttalelse - Høring – NRKs bidrag til mediemangfoldet

Norsk Lokalradioforbund (NLR) viser til høringsbrev av 13.04.2018 vedrørende ovennevnte, med tilhørende høringsnotat. Frist for å inngi høringsuttalelse er satt til 22. mai 2018. NLR takker for muligheten til å uttale seg i sakens anledning.

NLR er en medlemsbasert bransjeorganisasjon for norske lokalradiostasjoner. NLR organiserer 120 små og store lokalradioer i hele Norge. Våre medlemsstasjoner er av ulik størrelse og opererer både i det ideelle og det kommersielle landskapet. NLRs viktigste oppgave er å arbeide for gode og stabile rammebetingelser som sikrer en sterk, varig og lønnsom bransje. Våre medlemmer er tilsluttet Norsk Presseforbund gjennom medlemskapet i NLR. Medlemmene er forpliktet til å følge Vær Varsom- og Redaktørplakaten samt omfattes av selvdømmeordningen Pressens faglige utvalg (PFU).

Til tross for den betydelige spennvidden i medlemsmassen og til tross for at medlemmene ikke i alle saker nødvendigvis har helt sammenfallende interesser, er det et uttalt ønske fra medlemmene å stå sammen i forbundet og gjøre felles front i sentrale spørsmål.

### BAKGRUNN FOR HØRINGEN

Bakgrunnen for høringen er den nye bestemmelsen i NRK-plakaten fra 2017, (Meld. St. 15 (2016–2017) Eit moderne og framtidretta NRK), om at (§ 14) NRK skal ha et selvstendig ansvar for å bidra til det norske mediemangfoldet (regionalt og nasjonalt). Etter at den nye bestemmelsen kom på plass fikk Medietilsynet den 31. oktober 2017 i oppdrag fra Kulturdepartementet å utarbeide en rapport om NRK og mediemangfold, hvor en ønsker å finne ut i hvilken grad NRK bidrar til dette. Denne rapporten foreligger nå som “NRKs bidrag til mediemangfoldet”.

NLR mener spesielt at § 14 i NRK-plakaten er viktig for lokalradio og er på generelt grunnlag positiv til arbeidet som er satt i gang for å undersøke i hvilken grad NRK bidrar til mangfold.

### GENERELT OM RAPPORTEN

Det er vår mening at Medietilsynet i sin rapport på en grei måte oppsummerer NRKs viktige bidrag og evne til å fylle demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet. Rapporten



påpeker også at NRK gjennom mangfoldige programutbud tilbyr en unik innholdsbredde i tema og sjangre, samt innhold fra hele landet til hele landet.

NLR opplever likevel rapporten som mangelfull i det den i stor grad kun belyser NRKs tilbud på nett, og ikke ser dette i kombinasjon med institusjonens øvrige medieplattformer. På den måten vurderes ikke NRKs fulle konkurransekraft i utredningen. Lokalradio er beskjedent omtalt i rapporten og det er kun i en ekstern analyse, foretatt av Helle Sjøvåg og Truls André Pedersen at et fåtall av kommersielle lokalradioer som har nyhets- og aktualitetsinnhold på nett, sammenlignes med NRK. Utredningen henviser til at det finnes over 400 radiokanaler i Norge. Av disse er 18 stasjoner som har eller hadde nyheter på nett da forskningsprosjektet startet, inkludert i forskningsmaterialet.

Problemet slik NLR ser det, er at det er svært mange år siden radiomangfoldet var av et kaliber slik det skisseres i denne rapporten. Flere av lokalradioene som analysen omfatter, er nedlagt for mange år siden eller har hatt svært begrenset drift over mange år. Dette, sammenholdt med at Medietilsynet ikke har utført noen nærmere studie av innholdstilbudet i radiomarkedet og heller ikke vurderer konkurransen i nevnte marked, gjør rapporten lite anvendelig.

Det er liten tvil om at NRKs dominerende posisjon, ikke minst på grunn av deres forretningsmodell og finansiering, byr på utfordringer for særlig små private mediebedrifter. Dette er forhold som vi mener at Medietilsynets rapport ikke i tilstrekkelig grad berører. Rapporten betrakter i liten grad NRKs økonomiske effekt på andre aktører, og man konkluderer derfor på sviktende grunnlag når man ikke betrakter NRK som en konkurransemessig utfordring.

## FORHOLDET MELLOM NRK OG LOKALRADIO

### NRKs posisjon i radiomarkedet

Konkurransesituasjonen på radio i Norge er slik at vi har en allmennkringkaster med et stort utbud av ulike kanaler samt et omfattende distriktsnettverk. Ved siden av dette finnes to kommersielle aktører med nasjonal dekning som hver har nærmere 15 kanaler. I tillegg finnes en rekke lokalradiostasjoner av ulik størrelse og formålsparagraf.

NRK har en sterk og dominerende posisjon i det norske samfunnet. 85 prosent av befolkningen bruker et eller flere av NRKs tilbud daglig. Helt siden P4s oppstart og NRKs trekanalinnndeling i 1993 har NRK hatt om lag to tredeler av radiomarkedet, mens de to kommersielle nasjonale kanalene har hatt litt under én tredel. Samlet har disse tre en markedsandel på 96 prosent.

I følge NRKs årsberetning for 2014 bruker statskanalen 1,5 milliarder kroner på radiodelen av sin virksomhet. NRK har, som følge av sin finansielle styrke, langt større redaksjonelle og tekniske ressurser enn alle sine konkurrenter. Statskanalen har en uovertruffen distribusjon og har vært prioritert med hensyn til sendernet og sendereffekt. Dette er noe av forklaringen til at NRK har nærmere 70 prosent av radiomarkedet. Et annet viktig moment i så måte, er innføringen av flere nisjekanaler og innholdsmessig dreining mot sine



kommersielle konkurrenter. NLR er av den oppfatning at dette går utenfor rikskringkastingens oppgaver, og samtidig undergraver lokalradioenes lytter- og inntektsgrunnlag og totale konkurransvilkår.

Lokalradioenes inntog i 1981 markerte slutten på NRKs monopol. Utover 80-tallet og tidlig 90-tall opplevde nærradioene, som det den gang het, å oppnå en markant lytteroppslutning. Konesjonsmessige myndighetsgrep, generelt dårligere rammevilkår, delt sendetid og sterke begrensinger for den sendereffekt man har lov til å benytte, gav etter hvert lokalradio dårligere mulighet til å kunne konkurrere effektivt om lytterne. Samtidig ble lokalradio møtt med fra NRKs side innføring av nye programformater og kanaler.

NRKs dominerende rolle er slik NLR ser det en av hovedårsakene til at lokalradiomangfoldet stadig forvitrer og at få lokale medier er i stand til å konkurrere med statskanalens regionale sendinger. Man ser klare tendenser til at de stedene lokalradio evner å markere seg som en solid og markant aktør, er på steder der NRKs distriktskontor ikke fysisk er til stede eller har en unormalt svak posisjon. Radio 102 i Haugesund og Nea Radio i indre Trøndelag er gode eksempler på dette.

### **Mer om lokalradio og NRK som konkurrenter**

Lokalradio og NRK konkurrerer om mange av de samme lytterne, både som andel av den totale radiolyttingen, men også i de lokale markedene der lokalradio og NRKs distriktskontor ofte tilbyr samme type innhold. Til denne konkurransesituasjonen vil NLR på generelt grunnlag uttrykke en bekymring over at NRK i mange år i større grad har tilnærmet seg de kommersielle aktørene, både i tilpasning av innholdet på eksisterende kanaler og lansering av nye kanaler i de mest kommersielle segmentene.

NLR mener at NRK gjennom sin rolle som allmennkringkaster heller bør supplementere private aktører, enn å gå i direkte konkurranse i de mest kommersielle segmentene. Det har alltid vært en utfordring for norsk lokalradiobransje å klare å drive lønnsomt, og ytterligere fragmentering av den kommersielle radiolyttingen bidrar ikke til å endre dette. Det påpekes i konklusjonen i Medietilsynets rapport at: «De kommersielle medieaktørene er fortsatt i en krevende transformasjonsfase, og lokale og regionale medier er særlig utsatt».

For ordinær lokalradio var det økonomiske resultatet i 2016 samlet negativt for bransjen, noe som tydeliggjør viktigheten av å finne måter å styrke de lokale mediene.

NLR vil trekke frem to eksempler som vi mener endrer NRKs radiotilbud i retning av mer direkte konkurranse, heller enn å supplementere kommersielle aktører.

- *Endringer i sendeskjema på NRK P1*

NRK P1 har de siste årene gjennomgått store endringer som har gitt kanalen et mer kommersielt uttrykk, og gjør at den nærmer seg de kommersielle aktørene både nasjonalt og lokalt. Man prioriterer mer musikk, kortere nyhetsavbrudd, lengre sendeflater og mer "flyt". Dette er i stor grad de samme prinsippene de kommersielle kanalene opererer etter, hvor hensikten er å bygge lyttetid. Det ble for distriktssendingene på NRK P1 besluttet at man skulle slutte å spille ny, lokal musikk, på

bekostning av mer etablerte artister. Her bør NRK som allmennkringkaster ha et større ansvar enn de kommersielle aktørene for å sørge for en bredere dekning, løfte frem ukjente musikere, heller enn å strømlinjeforme tilbudet.

- **Lanseringen av NRK mP3**

Med lanseringen av en ny musikk-kanal mot den yngre delen av befolkningen gikk NRK i konkurranse med kommersielle aktører i en nisje som allerede ved lansering hadde flere kommersielle tilbud, og som i enda større grad kan sies å ha det i dag med det ekstra tilfanget av nasjonale DAB-kanaler. Kommerciell musikk for den yngre delen av befolkningen spiller en viktig rolle i det kommersielle radiotilbudet, og det kan argumenteres at NRKs midler ville være bedre anvendt i en annen nisje som ikke allerede hadde flere tilbud drevet på kommersielle vilkår.

### **NRK som innholdsleverandør for lokalradioene**

NRK er en viktig innholdsleverandør for lokalradioene, som ofte drives med begrensede redaksjonelle ressurser. Lokalradioene benytter seg ofte av nyheter utarbeidet av NRKs distriktskontorer i kombinasjon med stoff fra de regionale og lokale avisene i sin produksjon. Dette gjelder i størst grad de mindre lokalradioene, og lokalradioer i en oppstartsfase. I regioner som har større lokalradioer ser en at lokalradio også kan bli en viktig innholdsleverandør for NRK.

### **Lokalradioene som rekrutteringskanal for NRK**

Lokalradioene er en viktig rekrutteringskanal for NRK, og flere av NRK sine største radioprofiler har bakgrunn fra lokalradio. Lokalradio er ofte den første muligheten unge med interesse for radiofaget får til å involvere seg i bransjen. Her starter de ofte som teknikere eller programledere for kvelds- og helgeprogrammer på lokalradio, før de utvikler seg til programledere for større sendeflater og så blir en viktig kilde til rekruttering for både NRK og de nasjonale kommersielle aktørene. NLR mener det er viktig å styrke lokalradioene for å sørge for fortsatt rekruttering til bransjen for fremtiden. NLR mener NRK kan spille en rolle i dette arbeidet.

### **MERKNADER OG BETRAKTNINGER TIL HØRINGSNOTATET**

Til hovedkonklusjonene i rapporten vil NLR gjerne bemerke at det er svært positivt at Kulturdepartementet og Medietilsynet er opptatt av hva et sterkt NRK betyr for det kommersielle mediemangfoldet i Norge. Den kommersielle mediebransjen er under sterkt press, spesielt fra større internasjonale aktører. NLR er enig i at løsningen for å styrke mediebransjen i Norge nok ikke er å svekke NRK som offentlig finansiert allmennkringkaster, men vi vil hevde at en stadig kommersialisering og strømlinjeforming av NRKs radiotilbud til mer å ligne det kommersielle heller ikke er løsningen. En stor del av det kommersielle radiotilbudet i Norge retter seg mot de samme målgruppene, NRKs ressurser vil trolig være bedre anvendt andre steder enn å ytterligere øke konkurransen her. NLR mener en kombinasjon av å bremse kommersialiseringen av NRKs tilbud, og å se på hvordan lisensfinansert innhold kan styre de andre mediene er løsningen.

Til forslaget om at det bør settes inn tiltak rettet mot de kommersielle medieaktørene, og da særlig de lokale og regionale mediene, vil NLR spesielt anbefale et høyt fokus på arbeidet



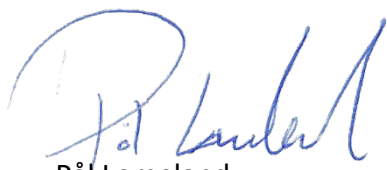
med deling av innhold. Lokalradioene benytter seg i stor grad av NRK som kilde i sin nyhetsdekning i dag, og i områdene med de sterkeste lokalradioene ser en at dette også at det motsatte blir tilfelle, at lokalradioen og dens innhold blir en kilde for NRK. NLR mener derfor at en ved å legge til rette for deling av innhold i regionene der lokalradio står svakt, vil kunne styrke lokalradioene, som igjen vil kunne gi mer lokalt innhold tilbake til NRK.

I rapporten heter det på side 86 at "NRK viser til at distriktskontorene er viktige for å oppfylle kravet om at NRK har et selvstendig ansvar for mediemangfoldet i Norge. Mange distriktskontorer samarbeider med lokale og regionale mediehus om arrangementer, kompetanseutvikling, innholdssamarbeid og deling av innhold. NRK jobber med å utvikle denne delen av distriktskontorenes virksomhet, se kapittel 7 om NRKs samarbeid med andre medieaktører." NLR anbefaler at dette arbeidet prioriteres, og at man spesielt ser på hvordan en kan standardisere ordninger for deling av NRKs innhold med lokalradioer, etter modell fra regionene der dette allerede praktiseres. NLR foreslår at det lages en standardavtale om deling av innhold mellom NLR og NRK som lokalradioene kan slutte seg til, som gir lokalradioene rett til å kringkaste NRKs egenproduserte innhold i sitt område, mot at NRK kan kringkaste tilsvarende produsert av lokalradioen.

NLR vil avslutningsvis oppfordre til å ikke benytte grunnlaget i rapporten til å treffe beslutninger knyttet til «omfanget av samfunnsoppdraget og hvordan NRK innvirker på det totale mediemangfoldet». Vi mener myndighetene i så fall bør innhente supplerende opplysninger, da rapporten ikke i tilstrekkelig grad berører NRKs innvirkning og økonomiske effekt på andre medieaktører.

Utover dette har ikke NLR ytterligere kommentarer til høringen.

Med vennlig hilsen  
for Norsk Lokalradioforbund



Pål Lomeland  
Daglig leder



Aslak Sommerfelt Skretting  
Styreleder