

Kommersiell radio, dnr 21/03668

Till: [registrator@mprt.se](mailto:registrator@mprt.se)

## **Viaplay Group Radios synpunkter på utkastet till rapport om en långsiktigt hållbar kommersiell radio**

Viaplay Group AB, nyligen namnändrat från Nordic Entertainment Group AB, är Nordens ledande mediekoncern med streamingtjänster, tv-kanaler, radiostationer och produktionsbolag.

Viaplay Group Radio, nedan kallat Viaplay, tackar för möjligheten att komma med synpunkter på det utkast till förslag gällande en långsiktigt hållbar radioverksamhet i Sverige.

### **Kartläggningen**

MPRT kartlägger förtjänstfullt läget för digital radio, främst DAB+, i ett antal europeiska länder. Av detta går det att ta med sig ett antal observationer:

- I de länder där frekvensutrymme i FM-bandet är en bristvara, så pågår en utveckling av digital radio. Skälet är att radio, för att vara relevant, behöver en större mångfald av kanaler än vad FM som regel kan erbjuda.
- Det framgår i rapporten att det är vanligt att det är staten som driver digitaliseringen genom att skapa goda förutsättningar för digital radio. Vanligast är att organisera ett samlat agerande från både kommersiella aktörer och public service. I exempelvis Schweiz har staten tagit på sig att driva utvecklingen genom public service-radion, medan de kommersiella programbolagens verksamhet subventioneras mot att de går med på att FM-bandet så småningom släcks.

- Det verkar ligga i sakens natur att FM-bandet ska släckas då tillräckligt många gått över till att lyssna på digital radio. När och hur skiljer sig åt, men att släcka den analoga radion runt 2030 verkar vara en vanlig målsättning. Bara Norge har släckt FM.
- Som exemplet Norge visar tar det tid för lyssnarna att börja använda de nya kanaler som blivit tillgängliga digitalt, men så småningom sprider sig lyssnandet, vilket i sig stärker den nationella radions konkurrenskraft.
- Att en mottagare för digital radio är standard i alla nya bilar i EU är viktigt. Man kan notera att den önskade elektrifieringen av fordonsflottan kommer att driva på nybilsförsäljningen de närmaste åren och tämligen snabbt öka andelen bilar med digital radio.
- MPRT konstaterar slutligen att digital radio, liksom all digital teknik- och tjänsteutveckling, är producentdrivet och inte efterfrågas av konsumenterna förrän teknik och tjänster finns tillgängliga.

Kartläggningen skulle bli än mer läsvärd för alla som inte följt radioutvecklingen de senaste åren, om de observationer som har betydelse för förslagen i rapporten lyftes fram på ett tydligt sätt.

## Rapporten och förslagen

### **Analog radio rymmer inte större mångfald**

MPRT noterar i rapporten att radiolyssnandet minskar, att SR har en fortsatt stor andel av lyssnandet, att de rikstäckande kommersiella kanalerna liknar varandra samt att de kommersiella bolagen inte utvecklat format kring samhälle, politik och sport.

Viasat efterlyser ett lite tydligare samband mellan dessa observationer och det faktum att programbolagen bara har en rikstäckande kanal var. Med få kanaler tvingas bolagen slåss om den bredaste lyssnargruppen, kanaler mot mer specialintresserade lyssnargrupper får inte plats.

Det går att jämföra med den numera släckta analoga marksända TV:n, där de tre kanalerna konkurrerade om bredast möjliga tittargrupp och därför utvecklade ungefär samma programformat som de sedan ställde mot varandra.

Övergången 2018 från ett lapptäcke av över hundra lokala sändningstillstånd till tre rikstäckande tillstånd, tillsammans med kompletterande lokala tillstånd, var bra för radiobranschen. De rikstäckande tillstånden skapade bättre förutsättningar för att locka annonsörer som slapp förhålla sig till luckor och ofullkomligheter i de nätverk av tillstånd som tidigare fanns.

Tre rikstillstånd och kompletterande lokala tillstånd räcker dock inte för att svensk radio ska kunna utvecklas och konkurrera. Med bara en rikstäckande radiokanal var tvingas de tre större programbolagen att konkurrera om den största och bredaste lyssnargrupp som går att uppbringa. Detta leder till att innehåll som lockar mindre grupper måste väljas bort, programinnehållet måste samlas runt minsta gemensamma nämnare med resultatet att de tre rikstäckande kanalerna kommer att låta relativt lika varandra.

Det är värt att påminna om Radio 1 som startade 2011 och producerade så kallas "praktradio", helt utan musik, och innehöll just debatt och aktuella samhällsfrågor i ett rappt direktsänt format. Kanalen sände via ett sändningstillstånd i Stockholm med syfte att etablera formatet inför en kommande digitalisering. Men befolkningsunderlaget räckte inte för en ekonomiskt hållbar verksamhet då digitaliseringen dröjde och sedermera uteblev. Med många kanaler med rikstäckning skulle Viasat kunna återuppväcka Radio 1 och skapa en mängd olika format, koncernen har exempelvis gott om sporträttigheter.

Att SR behåller en stor lyssnarandel beror på att bolaget har 4-5 kanaler som kan komplettera varandra på ett lockande sätt. Det finns ett uppenbart samband mellan SR:s starka ställning och bristen på konkurrens vad gäller format och distribution, även det något som är värt att lyfta upp i rapporten.

Med ett större antal kanaler per programbolag skulle kanalerna kunna riktas mot olika lyssnargrupper och på ett effektivare sätt konkurrera med både public service fyra rikstäckande kanaler samt de stora, internationella poddplattformarna och streamingtjänsterna.

### **Större mångfald i FM-bandet?**

Viaplay och den övriga radiobranschen har pekat på att det finns två sätt att skapa större mångfald och konkurrenskraft hos svensk radio. Den som ligger närmast till hands är att gå samma väg som stora delar av övriga Europa; att bygga ut och marknadsföra digital radio i form av DAB+. Detta alternativ har som en naturlig konsekvens att den analoga radion så småningom bör avvecklas.

Alternativet till att inte bygga ut den digitala radion är att utveckla FM-bandet så att det rymmer betydligt fler kanaler än idag. Det är inte ovanligt att nationella FM-band rymmer dussintals kanaler med god geografisk täckning. För att nå dit skulle det svenska FM-bandet behöva planeras om i grunden. Som Post- och Telestyrelsen tidigare konstaterat använder Sveriges Radio idag ungefär 75 procent av frekvensutrymmet. Den generösa frekvenstilldelningen till SR skedde under en tid då SR hade monopol på radiosändningar och det inte fanns några andra intressen att ta hänsyn till. En omplanering av FM-bandet skulle kräva att SR lämnar delar av sitt frekvensutrymme till förmån för fler kommersiella kanaler, ett arbete som tar tid att genomföra och som, om det ska genomföras, behöver starta så fort som möjligt.

Att det tar tid och är kostsamt att planera om FM-bandet, talar för att digital radio är ett bättre alternativ. Inte minst för att den digitala radion har större långsiktig potential än FM.

MPRT skulle i rapporten kunna lyfta fram att FM-bandet skulle kunna rymma större mångfald, men att det kräver omplanering och att SR får mindre utrymme.

### **FM och digital radio hör ihop**

I MPRT:s rapport framgår att de digitala sändningstillstånden förlängts så att de har samma slutdatum som de analoga tillstånden. Det innebär att alla tillstånd kan förnyas i ett sammanhang.

Det är värt att i rapporten understryka att om en utbyggnad av den digitala radion ska ske, är det helt centralt att de digitala tillståndshavarna också har tillgång till analog radio på alla orter. Den analoga radion är det absolut viktigaste sättet att marknadsföra övergången till den digitala radion. En analog tillståndshavare behöver använda sin FM-kanal för att kontinuerligt informera lyssnarna om det digitala utbudet. Bara så kommer lyssnarna så småningom att upptäcka och lära sig använda den digitala radion. För att svensk radio ska kunna fortsätta bygga ut den digitala radion och investera i marknadsföring av den, krävs att radiobolagen snabbt kan bli säkra på att de kan fortsätta sända både digitalt och analogt efter 2026.

Det går också att i rapporten nämna att skälet till att Viaplay, då under namnet MTG, under 2015 var skeptiskt till den övergångsplan som den dåvarande digitalradiosamordnaren föreslagit, inte var digitaliseringen av radion eller planen i sig, utan att de analoga tillstånden vid den tiden var mycket ojämnt fördelade. Genom ett avtal hade de två andra stora tillståndshavarna i praktiken gått samman och kontrollerade över 70 procent av tillstånden. På flera orter saknade MTG tillstånd och skulle vid en övergång till digital radio ohjälpligt ha hamnat på efterkälken.

### **Samma tillståndsgivning 2026**

Tillståndsgivningen 2018 skedde, till skillnad från tidigare auktioner, genom slutna bud. Tillstånden var få och sändningsavgifterna blev höga, så höga att kombinationen av minskat lyssnande och minskade reklamintäkter, riskerar att inom kort göra radion till en förlustaffär.

Inför 2026 är läget annorlunda än det var 2018. Alla radiobolagen ingår i mediekoncerner med ett minskande intresse för analog radio. En utbyggnad av digital radio är intressesant, men bara om den kan ske under ekonomiskt förutsägbara och hållbara villkor. För att idag bygga ut digital radio krävs att bolagen redan nu vet, eller med stor säkerhet kan anta, att de under hela den digitala utbyggnaden kan fortsätta sända analog radio. Modellen med slutna bud på sändningsavgifter skapar inte sådan säkerhet. Tvärtom kan en fortsatt användning av en osäker tilldelningsmodell leda till att investeringarna i digital radio upphör tämligen snart, det vill säga långt innan tillstånden går ut.

Det skulle innebära att det inför 2026 bara kommer att finnas analog radio, och med den begränsade potential som den analoga radion har kommer intresset för att bjuda på tillstånden att vara mycket begränsat. Det innebär med all sannolikhet att den svenska ljudradion inleder en avveckling av sin verksamhet, antingen i samband med tillståndsgivningen 2026 eller under åren närmast därefter. Därefter kommer den svenska distributionen av ljud att helt och hållet skötas av de internationella internetplattformarna.

Viaplay menar att MPRT i rapporten ännu mer kan lyfta fram just hur konkurrensutsatt ljudmarknaden blivit, att digital radio behövs men att programföretagen väldigt snart behöver veta vad som kommer att hända inför 2026.

### **En ny modell för tillståndsgivning**

MPRT föreslår att både de analoga och digitala tillstånden tilldelas genom ett urvalsförfarande där innehåll, ägande och tidigare erfarenhet beaktas. MPRT ska göra en helhetsbedömning. Modellen används sedan 1999 för marksänd digital tv och har gett ett varierat utbud av tv-kanaler med ett både brett och mer specialiserat innehåll från många av varandra oberoende programföretag.

MPRT går igenom alternativet att förlänga de analoga tillstånden, men menar att det finns hinder i form av reglerna kring statsstöd samt konkurrensskäl. Viaplay noterar invändningarna, men

vidhåller att en förlängning av tillstånden är den modell som på det tydligaste sättet kan skapa den förutsägbarhet som krävs för att radiobolagen redan nu ska kunna investera i digital radio.

MPRT bedömer även alternativet att lotta ut tillstånden, men avvisar förslaget. Viaplay delar MPRT:s bedömning eftersom lottning skapar precis den osäkerhet som kan stoppa investeringarna i digital radio.

Viaplay delar MPRT:s bedömning att en urvalsmodell kan skapa förutsättningar för en långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet. Detaljerna kring hur bedömningen vid urvalsförfarandet görs kommer naturligtvis att bli avgörande för hur tillståndsgivningen kommer att fungera. Det viktigaste nu är dock att skapa legala förutsättningar för en sådan förändrad tillståndsgivning.

Sammanfattningsvis menar Viaplay att MPRT:s förslag är en möjlig väg framåt och kan utgöra grunden för förändrad lagstiftning.

Stockholm 2022-11-14



Christer Modig  
VP Viaplay Group Radio