

Till:
Näringsdepartementet
n.remissvar@regeringskansliet.se
Ingrid.karlsson@regeringskansliet.se
Diarienummer N2019/00192/D

2019-06-04

Bonnier Broadcastings svar på Frekvenser i samhällets tjänst (SOU 2018:92)

Bonnier Broadcasting ("BBR") är ett affärsområde inom Bonnierkoncernen som driver TV-verksamhet i Norden. Den svenska sändningsverksamheten omfattar TV4, Sjuan, TV12, Sportkanalen, C More betalkanaler och streamingtjänsterna TV4 Play & C More.

Avgift för frekvensanvändning

- Utredningen diskuterar prissättning på frekvenser där användning värdesätts och synliggör vad mångfald i marknätet kostar. Dock saknas ett resonemang kring hur den eventuella modellen skulle utformas. Givet detta blir konsekvenserna av utredningens resonemang svåra att överblicka och att ta ställning till.
- Om Teracoms licenskostnader för radiofrekvenser skulle öka, är en sannolik konsekvens att delar av kostnaden överförs till konsumenten av TV och radio. Vilket kan resultera i att marknätets konkurrenskraft sänks.

Utredningens förslag om nyttjandeavgift

- Det måste utredas vilken effekt kompenseringen till statliga bolag med ökat förvaltningsanslag får för kommersiellt finansierade aktörer på marknaden. Införandet av nya ekonomiska modeller kan ha konsekvenser för konkurrensbalansen som är svåra att överblicka.
- BBR anser att tillgång till viktig samhällsjournalistik med bred mångfald behöver säkras. TV4 utgör idag en viktig del i samhällsjournalistiken och har som ambition att fortsätta vara en stark aktör inom detta segment. Utredningen gör endast ett resonemang av att förmedling av public service i mobilnätet bör säkras, vilket enbart är en delmängd, och saknar analys av helhet d.v.s. där andra aktörers samhällsjournalistik är inkluderad.

Förbered för eventuella förändringar av frekvensband för TV och radio

- BBR noterar utredningens påstående att marknätet kommer vara viktigt 2030 eller några år därefter. BBR anser att marknätet är viktigt och kommer så vara under överskådlig framtid. BBR ser ingen analys som kan ge ett konkret svar på ett slutdatum då marknätet inte längre är relevant.

Bonnier Broadcasting AB gm

Marcus Domeij, Distributionschef