



MEDIA GROUP

Ku2018/01387/MF

Till:
Kulturdepartementet
103 33 STOCKHOLM

BAUER MEDIA AB
SVERIGE

T +46 8 450 33 00
Gjörwellsgatan 30, Box 34108
SE-100 26 Stockholm
www.bauermedia.se

2018-10-24

Remissvar *Ett oberoende public service för alla – nya möjligheter och ökat ansvar* (2018:50)

Bauer Media Group har beretts tillfälle att inkomma med synpunkter till den Parlamentariska public service-kommitténs slutbetänkande *Ett oberoende public service för alla – nya möjligheter och ökat ansvar* (2018:50).

Med anledning av detta lämnar vi följande synpunkter:

Sammanfattning

- Bauer Media Group (Bauer Media) välkomnar principiellt den Parlamentariska public service-kommitténs (Kommittén) utgångspunkt att public service-bolagen och dess produktioner ska hålla en hög kvalitet, legitimitet och relevans i det moderna medielandskapet.
- Bauer Media anser att public services närvaro på sociala medier och globala distributionsplattformar, även i syfte att marknadsföra utbudet och interagera med publiken, bör begränsas kraftigt.
- Bauer Media avstyrker förslaget att låta public service-bolagens breda innehållsuppdrag bestå och vill istället se ett tydligare, mer koncentrerat innehållsuppdrag.
- Bauer Media tillstyrker förslaget att berörda intressenter ska få möjlighet att begära förhandsprövning, men anser att skattefinansieringen dessutom förutsätter ett tydliggörande av vilka slags tjänster som bolagen kan respektive inte kan utveckla.



MEDIA GROUP

2/7

- Bauer Media tillstyrker förslaget att införa en public service-dialog med branschaktörer och politiker, men avstyrker förslaget att granskningsnämndens bedömningar endast ska ske vartannat år.
- Bauer Media avstyrker uppräkningsen av public service-bolagens anslag

1. Övergripande synpunkter

Bauer Media välkomnar principiellt utredningen och dess utgångspunkt att public service-bolagen ska värna en hög legitimitet, kvalitet och relevans i det moderna medielandskapet. Det som inte kommenteras är Bauer Media tillfredsställda med, eller har inga starka synpunkter på.

Den offentliga finansieringen av public service förutsätter att public services uppdrag och gränserna för dess verksamhet definieras. Om inte bolagens uppdrag är väl definierade och avgränsade riskerar offentligt finansierade medier att slå ut enskilda medier och därmed minska mediemångfalden, vilket inte rimligtvis är syftet med public service. Vi tycker således att det är viktigt att riksdagen tydliggör att public service-bolagen inte är som vilka kommersiella bolag som helst, utan offentligt finansierade aktörer, och att det innebär ett särskilt ansvar att säkerställa att deras agerande inte skadar de rent kommersiella aktörerna. Vid GRN:s granskningar bör det noggrant följas upp hur public service-bolagen agerat i detta avseende.

I kommittédirektiven står det att utredningen ska ”bedöma hur public service ansvar och oberoende påverkas när relationen till olika former av kommersiell verksamhet förändras”. Genomgående finns resonemang om hur kommersiella medier påverkas av förslagen i utredningen, vilket är positivt. Däremot är Bauer Media kritiskt till att dessa resonemang alltför sällan följs åt av konkreta förslag.

Bauer Media riktar fullt stöd till Kommitténs markering att public service uppdrag bör inriktas på sådana samhällsbehov som marknadsaktörerna inte kan tillgodose. Att Kommittén ändå avviker från denna princip vid upprepade tillfällen är utredningens allra största svaghet.



MEDIA GROUP

3/7

Vidare ser Bauer Media positivt på utredningens markering att bolagen inte i första hand ska sträva efter att maximera publiksiffror. Bauer Media anser att detta kunde följas upp med tydligare förslag om vad som ska, respektive vad som inte ska, ingå i uppdraget.

Innehållet som SR sänder idag överlappar inte sällan innehållet i kommersiella radiokanaler. Detta beskrivs i den skrivelse som Bauer Media, NRJ International och MTG Radio skickade in till Kommittén i maj 2018 rubricerad *Om ett musikuppdrag till Sveriges Radio*. SR:s nöjeskanal P3 har exempelvis ett utbud som är mycket likt sina kommersiella konkurrenter Mix Megapol, NRJ och Rix FM. Alla fyra erbjuder ett brett utbud med musik och pratshower och riktar sig till en och samma målgrupp. Huvuddelen av den musik som lyssnarna tar del av i SR:s sändningar är samma musik som spelas i de kommersiella kanalerna. Det är djupt olyckligt att SR i praktiken konkurrerar med kommersiella medier om lyssnarsiffror genom kommersiellt innehåll. För att undvika att så sker i framtiden behöver innehållsuppdraget tydliggöras. Uppdraget behöver sedan tydligt granskas och följas upp av oberoende part. Bauer Media anser att bristen på sådana förslag är en stor svaghet i utredningen.

Utredningen tar upp farhågan att tydligare ramar för verksamheten skulle leda till politisk inblandning i det redaktionella arbetet. Detta är två helt olika saker. Public services redaktionella oberoende ska värnas. Det ska inte vara föremål för politisk styrning. För offentligt finansierade medier krävs däremot tydliga ramar för inriktningen. Detta i likhet med annan offentligt finansierad verksamhet. För detta vilar ett viktigt ansvar på staten både som reglerare och som finansiär.

Främst behöver public services uppdrag formuleras på ett sådant sätt att sund konkurrens, kvalitet och mångfald på mediemarknaden kan värnas. Det är viktigt att det finns tydliga regler som förhindrar att marknadsstörande tjänster kan uppkomma, och ett fungerande förhandsprövningssystem som kan pröva dessa tjänster om de väl uppkommer.



MEDIA GROUP

4/7

I dagsläget tillåts public service-bolagen konkurrera med andra medier på ett sätt som hotar mediemångfalden. Bolagen tillåts exempelvis obehindrat utveckla sin verksamhet på sociala medier. På så vis gynnas internationella internetjättar på svenska mediers bekostnad. De bedömningar som utredningen för fram är otillräckliga och förändrar inte situationen i praktiken.

Bauer Media vill utöver ovanstående kommentera några specifika aspekter på Kommitténs förslag.

2. Förhållningssättet till globala internetjättar

Det finns goda skäl att reglera public service-bolagens närvaro på sociala medier. Självklart ska inte bolagen nekas tillgång till sociala plattformar. Samtidigt är det mycket problematiskt att SR och SVT som offentligt finansierade mediebolag använder sociala medier för marknadsföring, i direkt konkurrens med andra svenska medieföretag som i sin tur är beroende av annonspengar. När bolagen agerar på detta sätt innebär det att offentliga medel går till att sponsra globala teknikjättar.

Att utredningen uppmuntrar denna typ av marknadsföring, istället för att reglera den, är bakvänt och djupt otillfredsställande. Bauer Media anser att public services närvaro på sociala medier och globala distributionsplattformar i syfte att marknadsföra utbudet och interagera med publiken bör begränsas kraftigt.

Eftersom Radio- och TV-lagen inte gäller för verksamheten på sociala medier finns dessutom ett särskilt behov av ramar och riktlinjer på detta område.

3. Innehållsuppdraget

Bauer Media välkomnar kommitténs tydliga ställningstagande om att public service inte ska styras av att maximera tittar- och lyssnarsiffror. Att kommittén inte vill ändra innehållsuppdraget och därtill uttryckligen påpekar att SR och SVT även i fortsättningen ska tillhandahålla lättisam underhållning och kommersiell musik står dock i konflikt med detta synsätt.



MEDIA GROUP

5/7

Innehållet i exempelvis SR:s radiokanaler P3 och P4 överlappar i hög utsträckning innehållet i kommersiella radiokanaler. Detta skapar en konkurrenssituation som slår mot mediemångfalden och i slutändan kvaliteten på mediemarknaden.

Istället för att sända program som lockar den största publiken bör SR koncentrera sig på att uppfylla sina kärnuppgifter. Hit hör bland annat att värna musik och kultur som har svårt att hävda sig på kommersiella villkor, nyheter, granskande journalistik, dokumentärer och program på minoritetsspråken. Bauer Media delar därför inte bedömningen att public service-bolagens breda innehållsuppdrag ska bestå, utan vill istället se ett förtydligande av vad som bör ingå i innehållsuppdraget.

4. Förhandsprövningen

Det är djupt problematiskt att public service-bolagen i dagsläget kan utveckla och gå vidare med väsentligt nya tjänster som påverkar marknaden mycket negativt utan att någon förhandsprövning initieras. I och med att endast public service självt har kunnat anmäla tjänster för förhandsprövning, har heller inga prövningar skett. Hittills har tjänster såsom SVT Recept kunnat undgå förhandsprövning. Detta trots att den står i direkt konkurrens med dylika receptsajter såsom Mitt Kök och recept.nu och knappast kan anses vara något som ligger självklart inom ramen för public service verksamhet. Den nuvarande ordningen är ett underkännande av förhandsprövningssystemet och dessutom rimmar den illa med EU:s statsstödsregler. Därför tillstyrker Bauer Media utredningens förslag att berörda aktörer ska få möjlighet att anmäla nya tjänster för förhandsprövning.

Bauer Media avstyrker dock utredningens förslag att begränsa förhandsprövningarna till att endast gälla tjänster inom den kompletterande verksamheten. Även inom kärnverksamheten kan nya tjänster uppstå som bör prövas. En ny webbradiokanal som P3 Star skulle exempelvis kunna bli föremål för förhandsprövning, och ingenting garanterar just nu att inte SR går vidare med tjänster inom radioområdet som har ännu större marknadspåverkan än så.



MEDIA GROUP

6/7

Förhandsprövningen som verktyg för att motverka att nya marknadsstörande tjänster tillkommer är därtill otillräckligt. Om den nya skattefinansieringen av public service ska vara legitim, och i linje med EU:s statsstödsregler, behövs en reglering som tydliggör vilka slags tjänster som bolagen kan utveckla och inte. Bauer Media ställer sig frågande till utredningens slutsats om att en sådan reglering inte behövs. Tvärtom är det av största vikt att denna fråga utreds ytterligare och underställs EU-kommissionens prövning.

5. Granskning och uppföljning av uppdraget

I betänkandet *Finansiering av public service – för ökad stabilitet, legitimitet och stärkt oberoende* (2017:79) föreslogs en förlängning av public services tillståndperiod, vilket Bauer Media har motsatt sig i remissvaret. De förlängda perioderna som nu ser ut att förverkligas ökar behovet av mer granskning och uppföljning. Därför avstyrker Bauer Media förslaget om att Granskningsnämndens bedömningar endast ska ske vartannat år. Det är en svaghet i utredningen att inte fler förslag till förstärkt uppföljning och granskning av hur public servicebolagens verksamhet presenterats. En offentligt finansierad verksamhet med så stort inflytande på mediemarknaden och samhället i stort som public service, bör underställas mycket höga krav på transparens och därtill granskas och utvärderas noga i relation till tydliga regler och målsättningar.

Bauer Media tillstyrker förslaget om en public service-dialog och framhåller vikten av att dessa också kan resultera i konkreta politiska förändringar.

6. Uppräkningen

Bauer Media avstyrker den automatiska årliga uppräknings av public service-bolagens anslag. Det allra viktigaste skälet till att Bauer Media starkt invänder mot den automatiska uppräknings är den osäkra konkurrenssituationen på mediemarknaden i övrigt. Flertalet traditionella medieföretag har under lång tid fått hantera trendmässigt fallande intäkter. På tio år har exempelvis de svenska tidningsföretagen förlorat omkring en fjärdedel av sina intäkter, enligt MPRT:s publikation *Medieekonomi från 2017*. En liknande utveckling går att skönja även inom andra mediemarknader.



MEDIA GROUP

7/7

Anslagsnivån till public service är en angelägen fråga för hela mediebranschen. Den berör inte bara SR, SVT och UR, utan påverkar i stor utsträckning förutsättningarna för bolagens konkurrenter. För dessa konkurrenter är tittar-, lyssnar- och läsarsiffror avgörande för framtida intäkter. Då kommersiella medieföretag verkar på en mycket hårt konkurrensutsatt marknad där det är svårt att överblicka framtida intäkter och besparingar, blir det fullständigt bakvänt att samtidigt garantera public service-bolagen en uppräknig av anslagen automatiskt, ovillkorligen och för så många år framåt i tiden. Därför är anslagsfrågan en mycket viktig fråga för hela mediebranschen och i sista hand också för mångfald, utbud och kvalitet på mediemarknaden.

Med vänliga hälsningar,

Staffan Rosell, *VD Bauer Media AB*