

Till: Ku.remissvar@regeringskansliet.se
CC: ku.md@regeringskansliet.se
Diarienummer; Ku2024/0060

Viaplay Group (**Viaplay**) är Nordens ledande mediekoncern med streamingtjänster, tv-kanaler, radiostationer och produktionsbolag.

Viaplay tackar för möjligheten att komma med synpunkter på public service-kommitténs betänkande. Numreringen nedan följer samma numrering som i betänkandet.

3. Public service i oroliga tider

Vikten av mångfald

Kommittén menar att public service, med sitt breda uppdrag, stabila finansiering, höga krav på tillgänglighet och höga förtroende, har ett särskilt ansvar för medborgarnas tillgång till information.

Viaplay håller med om att public service har en viktig roll, men vill understryka att det är än viktigare att det finns en mångfald av medier, ägda av företag som är oberoende av både staten och varandra. Mot bakgrund av detta ställer sig Viaplay positiva till de i betänkandet föreslagna begränsningarna för public service-distribution. Dessa förändringar begränsar inte public service roll i oroliga tider, men de kan underlätta utvecklingen för privata medieföretag.

Marknätet

Kommittén skriver att marknätet är viktigt, men som framgår av betänkandet kan det efter Boxers besked den 14 augusti om att man slutar att använda marknätet för betal-TV, bli en utmaning att upprätthålla marknätet under kommande tillståndsperiod (se vidare under avsnitt 16). Radion har många lyssnare i marknätet och har, till skillnad mot TV, aldrig arbetat med abonnemangsmodeller. Genom att digitalisera marksänd radio kan marknätets relevans upprätthållas.

4. Public service-företagens unika roll och betydelse för samhället och publiken

Vikten av brett utbud

Kommittén lyfter fram public service betydelse för tillgången till oberoende information, men konstaterar också att ett brett utbud av medier från olika bolag är viktigt, samt att det är oklart i vilken mån public service tränger undan andra företags tjänster, eller stimulerar till mediekonsumtion.

Viaplay menar att det finns en tydlig undanträngningseffekt.

Frekvensbrist FM-radio

Vad gäller radio noterar kommittén att FM fortfarande är den viktigaste plattformen, men att den lider av frekvensbrist.

Viaplay vill lyfta fram att det finns en vilja hos svenska kommersiella radiobolag att bygga ut DAB-nätet och på så sätt bredda utbudet och behålla marknadens relevans.

Lyssnandet på beställ-radio

Enligt uppgift från Kantar har SR:s lyssnande minskat med 25 procent sedan 2019. SR menar att minskningen av lyssnandet på FM delvis kompenseras av lyssning i efterhand via beställradio/podcast, men att det senare fortfarande utgör en liten del av det totala radiolyssnandet. SR har som ambition att locka fler lyssnare till den egna beställradio-plattformen (i dagsläget äger hälften av konsumtionen av SR:s beställutbud rum på andra aktörers plattformar).

Skev konkurrens

Viaplay vill framhålla, precis som kommittén noterar, att globala aktörer tagit runt 70 procent av annonsmarknaden och att public service, allt annat lika, har en allt större konkurrensfördel genom sin offentliga finansiering. Det finns definitivt en undanträngningseffekt vad gäller enskilda tjänster. Om SVT sänder påkostad underhållning på fredags- och lördagskvällar tar det rating av kommersiell TV. Om SVT lägger upp ett bibliotek av populära julfilmer på sin play-tjänst, minskar det utrymmet för kommersiella strömningstjänster som erbjuder liknande populärt innehåll. Om SR:s kanal P3 utformar sitt musikutbud under prime time så att det konkurrerar med kommersiell radio, så minskar annonsintäkterna. Denna effekt är betydande och till nackdel för konsumenterna. Viaplay har exempelvis helt undvikit att ta sig in på poddmarknaden trots att detta skulle vara en naturlig utveckling av Viaplay's radioverksamhet, eftersom SR, mot bakgrund av sina betydande resurser och utan krav på intäkter, snabbt kan lansera nya format och genrer och slå ut eventuella konkurrenter.

Det kan noteras att SR använder P3 som varumärke för olika populära podd-format, av vilka många aldrig har sänts i den linjära P3-kanalen. De podd-program som sänds linjärt i P3 sker på udda tider, medan prime-time ägnas åt musikbaserade programformat som konkurrerar med kommersiell radio.

Sammanfattningsvis är det oerhört viktigt att sätta upp tydliga ramar/begränsningar för public service för att främja konkurrens samt ett brett utbud till konsumenter.

5. En lag om public service och teknikneutrala villkor för innehållet

Definitionen av "Program"

Sedan YGL ändrades 2023, är det möjligt att ställa upp villkor för public service-sändningar genom tråd/internet. Kommittén föreslår att regleringen delvis övergår från sändningstillstånd till en särskild lag för att säkerställa att innehållsvillkoren är teknikneutrala. Inför varje tillståndsperiod kommer regering och riksdag att fortsätta att formulera uppdraget för public service-bolagen genom ett public service-beslut. Kommittén hänvisar till Amsterdamprotokollet där det framgår att ett public service-uppdrag ska vara så exakt som möjligt så att det framgår vad som omfattas av uppdraget och inte.

Viaplay ser inga principiella hinder mot att formerna för innehållsuppdraget regleras via en ny lag, om lagen tydligt anger vad som ingår i uppdraget och inte. Det är emellertid viktigt att definitionen av "*program*" är tydlig, både vad som utgör program och vad som inte gör det (kommittén är otydlig vad gäller det senare). Innehåll som inte utgör program, exempelvis text eller videoklipp/ljudklipp, bör endast förekomma som ett förklarande komplement till programmen.

Public service-innehåll på andras plattformar

Kommittén föreslår att public service-verksamhet på andra plattformar än de egna enbart bör utgöras av marknadsföring av egna program och i mycket begränsad omfattning, samt att andra plattformar inte ska fungera som ett substitut för public service-bolagens egna. Kommittén föreslår vidare att public service-program ska kunna tas emot utan villkor om betalning.

Viaplay förstår det som att "*betalning*" inkluderar såväl en direkt abonnemangsavgift som indirekt betalning via annonser, men det bör förtydligas.

Specificera uppdraget för Public service

Viaplay vill framhärda vikten av att i lagen tydligt specificera uppdraget för public service, samt att införa instruktioner och medel för uppföljning för att säkerställa att public service-bolagen utför, och inte avviker, från sitt uppdrag.

6. Granskningen av programverksamheten

Kommittén föreslår att granskningen utökas så att den även innefattar sådant innehåll som inte har sänts i marknätet.

Viaplay menar att förslaget är logiskt eftersom innehållsvillkoren ska bli teknikneutrala.

7. Ramarna för public service-uppdraget

Definitioner bör lagregleras

Kommittén föreslår att behålla den befintliga definitionen av "kärnverksamhet". Kärnverksamhet inkluderar alla public service-aktiviteter i marknätet samt på egna play-plattformar, medan "kompletterande verksamhet" inkluderar public service-aktiviteter genom andras plattformar. Däremot vill utredningen förtydliga att uppdraget inte handlar om "multimedial" verksamhet, vilket SVT hävdar, och att public service-bolagen ska sända program bestående av video respektive ljud.

Viaplay menar att det är bra att definitionerna förtydligas. Dessa definitioner bör lagregleras för att säkerställa att public service-bolagen inte inför egna definitioner och gör felaktiga tolkningar av sitt uppdrag.

Public service via globala plattformar

Vad gäller den kompletterande verksamheten menar Viaplay att man inte bör nöja sig med att den kompletterande verksamheten "ska förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig kärnverksamheten." Det föregående kan tolkas som att alla typer av verksamhet skulle kunna erbjudas via globala, kommersiella plattformar eftersom många människor använder dem. Att begreppet "god balans" tas bort ger en signal till public service-bolagen att begränsa den kompletterande verksamheten, men förändringen är alltför subtil. Public service skattefinansierade innehåll ska inte kunna nyttjas av globala plattformar såsom Facebook och Youtube för att utöka dessa aktörers redan signifikanta marknadsandelar. Public service behöver inte de globala plattformarna för att säkerställa sin distribution/tillgänglighet; public service-bolagens egna plattformar är lättillgängliga och väl kända hos allmänheten.

Tillgängligheten via de globala plattformarna leder till att innehåll aggregeras via ett fåtal, kanske till och med en, global spelare. Det finns starka skäl för regering och riksdag att motverka en sådan utveckling.

8. Hur public services innehållsuppdrag ska utformas

Kommittén föreslår ett *”brett uppdrag och hög kvalitet”*, samt att public service ska *”ta ett särskilt ansvar för de områden som de kommersiella aktörerna inte täcker”*.

Regeringen bör förtydliga vad som menas med begreppen *”brett”* och *”kvalitet”* samt på vilket sätt public service ska ta ett särskilt ansvar för de områden som de kommersiella aktörerna inte täcker.

I uppdraget för public service ingår inte att maximera antalet tittare och lyssnare. Verksamheten ska i stället präglas av folkbildningsambitioner. Viaplay konstaterar att både SVT och SR agerar aktivt för att attrahera lyssnare och tittare med innehåll som i stor mängd tillhandahålls av tv- och radio-marknadens kommersiella aktörer. SVT Play erbjuder exempelvis tematiska videobibliotek såsom välkända julfilmer i juletid. SR:s P3-kanal har övergått till flödesradio som tydligt konkurrerar med kommersiell radio, medan P3:s folkbildningsprogram sänds på udda tider och via poddar som erbjuds via bland annat Spotify. På detta sätt konkurrerar public service framgångsrikt med kommersiella strömningstjänster, radio och poddar.

9. Samverkan med och hänsyn till kvalitativa nyhetsmedier

På rubricerat område föreslås ingen reglering. I stället ska public service-bolagen ha ett förhållningssätt som bidrar till samverkan med och hänsyn till kvalitativa nyhetsmedier. Under tillståndspanen ska det göras en analys av utvecklingen på mediemarknaden och hur public service påverkar konkurrensförutsättningarna, främst genom den kompletterande verksamheten. Det understryks återigen att bolagen inte har ett multimedialt uppdrag, men någon reglering föreslås inte.

Viaplay stöder förslaget om en utredning av konkurrensen, men vill påpeka att tidigare utredningar inte har lett fram till något resultat. Trots den massiva omställning som skett på mediemarknaden är public service online-verksamhet i det närmaste oreglerad. Kommande utredning bör undersöka hur närvaron av public service på globala plattformar påverkar konkurrensen på den svenska tv- och radiomarknaden.

10. Samverkan för att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet

Kommittén föreslår att kraven på investeringar i externa produktioner, inte minst film, bibehålls.

Viaplay stöder kommitténs förslag. För att öka public service-bolagens beställningar av externa produktioner, bör man ställa upp interna effektiviseringskrav med tydliga nyckeltal som går att följa upp över tid. Viaplay föreslår att en extern aktör utses att genomföra regelbundna uppföljningar av dessa nyckeltal.

11. Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

Kommittén föreslår att tillgänglighetskraven för public service görs teknikneutrala.

Viaplay stöder förslaget eftersom regleringen inte enbart ska gälla marknätet.

12. Sponsring

Kommittén föreslår att undantaget för sponsringsintäkter (för 20 evenemang om året och förutsatt att sponsring ingår i rättighetsköpet) tas bort för SR men inte för SVT.

Viaplay menar att undantaget från förbudet mot kommersiella intäkter bör minskas till tio evenemang per år, räknat år-från-år och inte som ett genomsnitt under tillståndsperioden.

14. Förhandsprövning av nya tjänster

Nya tjänster

Kommittén föreslår en uppföljning under tillståndsperioden av hur public service-företagen påverkar marknaden och en analys av hur deras kompletterande verksamheter utvecklas.

Såsom kommittén noterar har inga nya tjänster anmälts av public service-bolagen sedan 2010, vilket inte är förvånande mot bakgrund av public service-bolagets motstånd mot förhandsprövningen. Under nuvarande tillståndsperiod kan andra aktörer anmäla nya public service-tjänster, men denna möjlighet innefattar inte public service-bolagens utvidgade kärnverksamhet. De fem finländska prövningar som nämns i betänkandet innefattar vad vi i Sverige skulle definiera som kärnverksamhet, varför en prövning av liknande verksamheter i Sverige inte skulle vara möjlig. Den verksamhet som återstår

när kärnverksamhet undantas är ett antal mindre tjänster och paketeringar på externa plattformar. Ingen av dessa kvalificerar som *"en ny tjänst av större betydelse"*, men den sammanlagda effekten kan över tid få stor påverkan på mediemarknaden.

Ett exempel är SR:s marksända radiokanal P3 som har utvecklats till en produkt på Spotifys plattform där spellistor med *"den aktuella musiken"* och stora mängder poddar inom olika genrer samlas under varumärket P3. Förutom att P3:s innehåll används på ett sätt som gynnar Spotify, leder denna utveckling till utökade svårigheter att konkurrera med SR.

Mot bakgrund av det föregående välkomnar Viaplay kommitténs förslag att analysera den kompletterande verksamheten; det vill säga hur utbud paketeras och erbjuds på externa plattformar.

15. Uppföljning av public service-uppdraget

Redovisning

Kommittén konstaterar att public service-redovisningarna är omfattande och svårlästa och föreslår att redovisningarna utformas på ett enhetligt sätt, att allt innehåll redovisas (inte enbart nya tjänster), att Granskningsnämnden fördjupar sin granskning utifrån ett urval av villkor samt att det genomförs en extern analys av public service-bolagens arbete med och redovisning av produktivitet och effektivitet.

Viaplay håller med om att det finns stort utrymme för att förbättra redovisningarna på det sätt som Kommittén föreslår. SVT:s redovisning för 2023 inkluderar omfattande marknadsföringsliknande information, men saknar information om var SVT:s innehåll finns tillgängligt och i vilken omfattning. Substantiellt innehåll om den kompletterande verksamheten saknas. Viaplay ställer sig även positiva till förslaget om en extern analys av produktivitet och effektivitet. Som börsnoterad koncern har Viaplay stor erfarenhet av sådana analyser och bidrar gärna i arbetet med att ta fram relevanta nyckeltal.

Skriftliga synpunkter

Kommittén föreslår en public service-dialog under tillståndsperioden.

Viaplay stödjer förslaget och vill påpeka vikten av att inbjudna aktörer ges möjlighet att efter mötet inkomma med skriftliga synpunkter. Under dialogmötet som hölls i juni 2022 medverkade 20 aktörer som presenterade sina respektive synpunkter. Av mötesprotokollet framgick inte att någon egentlig dialog ägt rum.

16. Hur utbudet ska sändas och tillhandahållas

Tillhandahållande via marknätet

Kommittén föreslår att täckningskraven i marknätet finns kvar under kommande tillståndsperiod, men att kravet på antalet kanaler som ska sändas blir flexiblere; SR och SVT ska sända minst två och högst fyra kanaler.

Tillhandahållandet av public serviceutbud via marknätet har betydelse för i vilken omfattning plattformen används. Marknätets betal-TV-operatör Boxer har aviserat att man den sista december 2024 upphör med sin verksamhet i marknätet. Eftersom Boxer i praktiken betalar för fem av sex TV-muxar, kommer det att bli en utmaning att upprätthålla nätet under kommande tillståndsperiod, om inte en ny betal-TV-operatör kliver in i Boxers ställe. Radio, till skillnad mot TV, har gott om lyssnare i marknätet, så distributionen av radio via marknätet är en fråga som måste lösas.

Närvaro på externa plattformar

Kommittén föreslår att det ställs krav på public service att närvaron på externa plattformar ska föregås av en bedömning av tänkbara risker och konsekvenser och att närvaron bör vara återhållsam.

Viaplay menar att ett så löst krav som föreslås är meningslöst. Bolagen bör i de årliga redovisningarna ange hur, var och i vilken omfattning man har distribuerat sitt innehåll externt, samt vilka bedömningar man gjort innan besluten. SR pekar i sina skrivelser till kommittén på att de i teknisk bemärkelse inte finns tillgängliga på externa plattformar, utan att de via ett öppet API (Application Program Interface) leder lyssnaren till den egna plattformen. Den bakomliggande tekniska lösningen saknar betydelse i sammanhanget. Från användarens perspektiv tar man del av innehållet genom att söka/välja SR-innehåll i Spotify's app.

DAB

Kommittén föreslår inte att det ställs krav på att SR bygger ut sitt DAB-nät. SR ska själva välja om DAB-nätet ska byggas ut och ansöka hos regeringen. Kommittén ställer sig positiva till Mediemyndighetens förslag om ny tillståndsgivning för kommersiell radio.

Viaplay menar att det bör ställas krav på SR att bygga ut och sända i DAB-nätet. Regeringen arbetar med ett förslag på ny tillståndsgivning utifrån Mediemyndighetens förslag, som ska ge långsiktiga förutsättningar för de kommersiella radioföretagen att fortsätta investera. Marksänd radio är en vital plattform med goda tekniska egenskaper och där det inte råder några tveksamheter kring avsändarens identitet. Marknätet ger också radiobolagen direkt tillgång till lyssnarna, medan ljud på internet ofta måste

passera de globala internetplattformarna för att nå användarna. De globala plattformarnas affärsmodell innebär att utbudet individualiseras, i meningen anpassas för varje användare, på sätt som gynnar plattformen snarare än användarna eller innehållsägaren.

Det begränsade utbudet på FM i jämförelse med andra globala medietjänster har bidragit till att det totala radiolyssnandet minskat med över 30 procent de senaste fem åren (Kantar 2019-2023). En fortsatt nedgång kan innebära att radion snart förlorar sin funktion som en viktig del av den svenska beredskapen. Men eftersom FM-nätet sedan länge är fullt, så behöver även SR digitalisera för att markbundna sändningar ska klara konkurrensen. SR behöver dock inte bygga upp sitt DAB-nät till mer än 80-90 procent; vilket enligt uppgift från Teracom medför hanterbara kostnader. De sista procenten kan fortsätta att täckas av FM under överskådlig tid.

17. Ökar samarbete mellan public service-företagen

Kommittén föreslår att det ställs krav på ökat samarbete, men att det inte har ingått i uppdraget att föreslå att public service-bolagen slås samman.

Viaplay menar att en sammanslagning bör utredas. En sammanslagning skulle kunna medföra ökad resurseffektivitet och sänkta kostnader.

18. Säkerhets- och beredskapsfrågor

Kommittén föreslår att de nuvarande kraven förblir oförändrade och tillämpas teknikneutralt.

Viaplay stödjer förslaget. Det kan tilläggas att även kommersiella programföretag med sändningstillstånd i marknätet har krav att sända VMA och mot bakgrund av detta också har en beredskapsfunktion.

19. Medelstildelning

Kommittén föreslår en framtung modell för medelstildelning, med tre procents uppräknings första året, därefter två procent och slutligen en procent. Totalt sett ungefär som föregående period, men mindre än vad public service-bolagen begärt.

Viaplay menar att tilldelningen, den föreslagna modelländringen till trots, fortfarande gör public service-bolagen unikt välfinansierade på den svenska mediemarknaden.

Genom att bolagen känner till sina intäkter många år i förväg, har de förutsägbarhet och en möjlighet att planera sin verksamhet på ett sätt som inga andra medieföretag har. Vidare ger public service-bolagens omfattande anslagsäskanden skäl att utreda bolagens effektivitet.

20. Konsekvenser

Kommittén bedömer konsekvenserna för berörda intressenter och konstaterar att public service-uppdraget är tydligt definierat och därmed förenligt med EU:s statsstödsregelverk.

Viaplay vill peka på att övergången från en reglering av de marksända sändningarna till en teknikneutral reglering kan innebära en så omfattande förändring av public service-uppdraget att det behöver anmälas till EU-kommission för statsstödsprövning. Att public service-företagen redan idag bedriver en omfattande verksamhet på internet har ingen betydelse i sammanhanget.

Stockholm 2024-09-13

Christian Albeck
Executive Vice President, Swedish Operations Viaplay Group AB (publ)

Christer Modig
Vice President, Radio Viaplay Group AB (publ)