



Kulturdepartementet

Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

postmottak@knd.dep.no

Deres ref.: 12/2411

Vår ref.: 016.1 BW

Oslo, 25. september 2015

HØRING - OPPHEVELSE AV MEDIEEIERSKAPSLOVEN

Vi viser til høringsbrev datert 25.06.2015.

Oppsummering

- MBL støtter at kontroll med fusjoner og oppkjøp i mediesektoren ivaretas i konkurranseloven.
- De siste årene er mediebransjen skaket av de kraftigste strukturelle omveltninger den noensinne har stått overfor. Det er sentralt at denne utviklingen tas i betraktning ved markedsavgrensinger.
- Konkurranselovens § 21 gir i dag Kongen i statsråd hjemmel til å gripe inn i "saker av prinsipiell eller stor samfunnsmessig betydning." Paragrafen er foreslått opphevet og en alternativ ordning med klagenemnd opprettet. Dette støtter MBL.

Generelt om medier og eierskapsregulering

Medienes rolle for å sikre ytringsfrihet og demokrati tilsier at staten skal være tilbakeholden med å lovregulere mediene. For å stimulere til mangfold kreves bruk av positive virkemidler og en konsistent og gjennomtenkt offentlig mediepolitikk, og rammer som gir mediene gode utviklingsmuligheter slik at mediebedriftene kan oppnå et sunt og solid økonomisk fundament for sin virksomhet.

Redaksjonell frihet har også en kommersiell side, siden det er en markedsmessig nødvendighet å satse på særpreget og lokal forankring. Det er derfor ingen motsetning mellom felles eierskap og ulik redaksjonell profil. Tvert om, også markedsmessig er redaksjonell frihet en forutsetning for suksess.

MBL har tidligere vært positiv til at kontroll med fusjoner og oppkjøp i mediesektoren ivaretas i konkurranseloven. Konkurranseloven gjelder uansett også for mediebedrifter, så på den måten slipper man dobbeltregulering. Samtidig har vi problematisert definisjon av relevante markeder og geografisk inndeling, og ment at kun det nasjonale nivå egner seg for regulering.

Strukturelle endringer og internasjonal konkurranse

De siste årene er mediebransjen verden over skaket av de kraftigste strukturelle omveltninger den noensinne har stått overfor. Medievaner endres over så å si over natten, annonsekroner flyttes til nye mediekkanaler, og inntektene faller raskt i tradisjonelle mediebedrifter. Finansieringen av den samfunnsviktige kvalitetsjournalistikken er under press.

Den alvorligste trusselen mot mediemangfold er den nye konkurransen om inntekter som kan finansiere den redaksjonelle virksomheten og mediens samfunnsoppdrag.

Mediebedrifter som gjennom mange år har eksistert side ved side, men konkurrert i ulike markeder, møtes nå på samme arena: den digitale. Det digitale mediekonsumet øker stadig. I 2008 gikk internett forbi avis som befolkningens viktigste nyhetskilde; for de mellom 12 og 19 år skjedde dette allerede i 2002. Svært mange bruker mye tid på tilbud som ikke fantes for få år siden, som Facebook, Instagram og Snapchat.

Stadig flere annonsører velger å annonsere i ikke-redaksjonelle nettilbud. Konsekvensen er at de som produserer brorparten av det attraktive, redaksjonelle innholdet som driver internettrafikken, sitter igjen med en stadig mindre del av annonseomsetningen. Sammen med et stort opplagsfall for papiravisene, utfordrer dette disse mediehusenes evne til å finansiere redaksjonell digital innovasjon. For TV utgjør distribusjon over internett direkte til forbruker en stor utfordring, hvor store utenlandske konkurrenter har tatt solide markedsandeler, både når det gjelder seerkonsum og annonseomsetning.

Mediebruken øker i dag mest på plattformer der innovasjon er særlig krevende og det finnes få eller ingen «ferdige» løsninger: mobil, nettbrett og PC. Det eneste som synes helt klart, er at ensidig annonsefinansiering av redaksjonelle produkter ikke er bærekraftig på noen plattform.

Denne utviklingen er selvsagt ikke særnorsk. Den finner sted over hele verden og drives frem av sterke internasjonale aktører som Google, Apple og Facebook. Det er illustrerende at Googles globale annonseinntekter passerte de *samlede* inntektene i amerikanske aviser og magasiner allerede i 2012.

Departementet peker på at markedsavgrensning innen mediesektoren vil kunne være komplisert. Det legges derfor opp til utredning av metodeutfordringer og beste praksis for markedsavgrensninger i mediesektoren. Det er sentralt at den utviklingen vi har beskrevet her tas i betraktning i dette arbeidet.

MBL registrerer at systemet med forhåndsdefinerte markedsavgrensninger ikke vil bli videreført, verken bransjemessig eller geografisk. MBL mener det da blir viktig at man basert på brukernes faktiske medievaner må se på aktørenes samlede tilbud og styrke gjennom alle kanaler, og at det ikke lenger vil være mulig å operere med separate papiravismarkeder og/eller digitale markeder. Videre bør styrken i leser- og annonsemarkedet vurderes samlet, og da hensyntatt alle relevante aktører i disse markedene. Det må skje uavhengig av om disse aktørene hittil er blitt oppfattet som redaksjonelle nyhetsmedier eller medielike formidlere av innhold som kan ha innflytelse på meningsdannelsen i samfunnet.

Oppheve medieeierskapsloven

Kulturdepartementet har med dette lagt frem forslag om å oppheve medieeierskapsloven (lov av 13. juni 1997 nr. 53 om eierskap i medier), slik at kontroll med fusjoner og oppkjøp i mediesektoren bare behandles av Konkurransetilsynet. MBL støtter departementets forslag.

Departementet har som forutsetning for å legge kontroll med fusjoner og oppkjøp i mediesektoren inn i konkurranseloven at denne endres slik at effektivitetsforsvaret begrunnes i konsumentvelferdsstandard, og ikke som i dag totalvelferdsstandard. Dette er i tråd med det som

Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) foreslår i forslag til endringer i lov av 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven), som har vært på høring.

Medietilsynets oppgaver knyttet til allmennhetens innsyn i medieeierskap og mediemangfold videreføres, og tilsynet vil fungere som ekspertorgan og skal konsulteres ved vurderinger. Dette støtter MBL. Vi forutsetter at konsultering i hovedsak handler om å innhente fakta og statistikk, og at det vil skje innenfor de rammer konkurranseloven setter for behandlingstid.

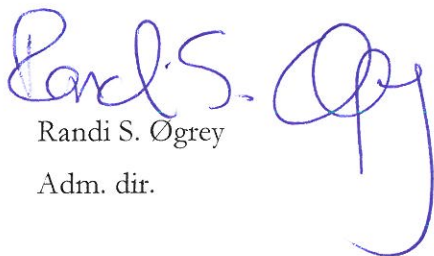
Klageadgang

Konkurranselovens § 21 gir i dag Kongen i statsråd hjemmel til å gripe inn i "saker av prinsipiell eller stor samfunnsmessig betydning." Det bør ikke være slik at Kongen i statsråd kan avgjøre saker om medieeierskap.

Paragrafen er foreslått opphevet og en alternativ ordning med klagenemnd opprettet. Dette støtter MBL.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey
Adm. dir.