



Kulturdepartementet

postmottak@kud.dep.no

4. august 2016

Vedrørende utlysning av midlertidig avtale med kommersiell allmennkringkaster

Vi viser til utlysningen fra Kulturdepartementet datert 4. mai 2016.

TV 2 har siden lanseringen i 1992 bygget opp en profil og et sterkt redaksjonelt miljø som kommersiell allmennkringkaster med hovedkontor og nyhetsredaksjon i Bergen. TV 2s identitet og vår kontrakt med seerne er basert på at vi er et alternativ til statskringkasteren NRK. TV 2 ønsker å videreføre modellen med to sterke allmennkringkaster i tråd med regjeringen og stortingsflertallets målsettinger for mediepolitikken.

Det har alltid tidligere vært en balanse mellom allmennkringkasterforpliktelsene og statens motytelser. Avtalen som nå er utlyst inneholder ingen motytelser av økonomisk verdi for TV 2. Det er imidlertid store kostnader forbundet med forpliktelsene i avtalen; daglige nyhetssendinger og hovedkontor i Bergen.

I utlysningen er det også gjort viktige endringer i kravene til søkerne sammenlignet med den nåværende allmennkringkasteravtalen. Det stilles ikke lengre krav om at kanalen skal ha allmennkringkasterprofil. For å være et reelt alternativ til NRK, mener TV 2 at en kommersiell allmennkringkaster må tilby noe mer enn daglige nyhetssendinger fra Bergen. Formålet med kommersiell allmennkringkasting er at nyheter, aktualitet, norsk drama og annet allmennkringkasterinnhold tilbys sammen med det kommersielle innholdet. Dette er spesielt viktig i en tid hvor nordmenns nyhetskonsument faller.

TV 2 søker derfor ikke på den midlertidige avtalen.

Stortinget behandlet i februar 2016 den viktige allmennkringkastingsmeldingen. Her vedtok et bredt flertall å videreføre modellen med en kommersiell allmennkringkaster som konkurrent og alternativ til NRK. Stortinget ba regjeringen legge frem en sak i løpet av høsten 2016. TV 2 vil understreke behovet for en rask avklaring og håper at regjeringen vil presentere en modell som sikrer kommersiell allmennkringkasting. Dersom det kommer en snarlig utlysning av en langsiktig avtale, med balanse mellom forpliktelser og motytelser, er TV 2 beredt til å søke.

Nedenfor følger en nærmere redegjørelse for TV 2s syn.

Betydningen av kommersiell allmennkringkasting

TV 2 ble etablert som allmennkringkaster i 1992 og har siden den gang vært underlagt generelle og spesielle krav til allmennkringkastingsprofil, samt krav om hovedkontor i Bergen. Hovedformålet med kommersiell allmennkringkasting og TV 2 var å etablere en reell konkurrent til NRK. Betydningen av denne konkurransen omtales slik i St. Meld. 38 (2014-2015) "Open og opplyst - Allmennkringkasting og mediemangfold":

"Å halde ved lag eit kommersielt allmennkringkastingstilbod er verdfullt for mediemangfoldet. Kommersiell allmennkringkasting har også ein skjerpande effekt på NRKs tilbod. Dersom NRK skulle vere åleine om å tilby visse programkategoriar og å tene smale grupper, ville selskapet misse eit insentiv til å prioritere kvalitet og mangfald overfor desse kategoriane."

En enstemmig stortingskomité støttet dette i sine merknader til meldingen:

"Komiteen ser at kommersiell allmennkringkasting er viktig for mediemangfoldet og er en redaksjonell motvekt til NRK. Konkurransen skjerper innsatsen og vil være med og heve nivået på begge allmennkringkastere"

Å sikre kommersiell allmennkringkasting bygger også opp under regjeringens målsetting for mediepolitikken (Sundvollen-erklæringen): *"å legge til rette for god nyhetsproduksjon og en bredt anlagt offentlig samtale i fremtidens digitale mediesamfunn"*.

TV-seingen i Norge er fortsatt høy, med 175 minutter i daglig gjennomsnitt. Av dette utgjør seing på allmennkringkastingskanalene ca. 60 prosent¹, eller nesten to timer hver eneste dag. Allmennkringkasternes nyhetssendinger står sterkt som nyhetskilde, spesielt ved store og viktige hendelser. At norske borgere har tilgang til nyheter fra to allmennkringkastere har stor verdi for mediemangfoldet. TV 2 speiler det norske samfunnet på en annen måte enn NRK, men med samme høye kvalitet. At TV 2s hovedkontor ligger i Bergen preger også vår nyhets- og programprofil, og bidrar derfor til mediemangfold.

Ifølge en undersøkelse fra Trøndelag Forskning og Utvikling² er det store forskjeller i den norske befolkningens mediekonsum. Rapporten peker på en bekymringsfull utvikling hvor en økende del av befolkningen konsumerer lite nyheter og har lav kunnskap om nyhetsbildet. I denne gruppen er yngre seere, kvinner og ikke-vestlige innvandrere overrepresentert³. Rapporten peker her på en viktig forskjell mellom TV 2s og NRKs nyhetssendinger. Begge allmennkringkasterne treffer bredt i befolkningen, men TV 2s sendinger har høyere dekning blant seere som har moderat eller lav interesse for nyheter, og som i liten grad konsumerer nyheter via andre kilder. At TV 2 hovedkanalen

¹ Kilde: NRKs medieanalyse 2015

² Trøndelag Forskning og Utvikling (TFoU), rapport nr. 2016:14 - "Mediemangfold og bruksmangfold", 15. juni 2016

³ Se kapittel 4.3 i TFoU-rapporten



har faste nyhetssendinger i sendeflaten er derfor svært viktig for disse befolkningsgruppens nyhetstilgang og mulighet til å delta i den offentlige samtalen.

TV 2s virksomhet som kommersiell allmennkringkaster

TV 2 har vært kommersiell allmennkringkaster i snart 25 år. Som utfordrer til NRK har vi vært opptatt av å bygge opp en moderne og effektiv kringkastingsvirksomhet.

- TV 2 har i dag om lag 850 ansatte hvorav ca. 500 er redaksjonelle medarbeidere. De fleste ansatte arbeider ved hovedkontoret i Bergen. TV 2 har også en stor virksomhet i Oslo og kontorer i Tromsø, Bodø, Trondheim, Stavanger, Kristiansand, Hamar og Ålesund.
- TV 2 hovedkanalen er den nest største tv-kanalen i Norge, og den klart største privatfinansierte kanalen. I tillegg til hovedkanalen har TV 2 et bredt tilbud med TV 2 Nyhetskanalen, TV 2 Sportskanalen, TV 2 Zebra, TV 2 Livsstil og TV 2 Humor, samt premiumkanalene TV 2 Sport Premium og C More Film og Serier.
- TV 2 sender to daglige nyhetssendinger på hovedkanalen, samt morgennyheter fem dager i uken. Med utgangspunkt i TV 2-nyhetene har TV 2 bygget opp den eneste norske nyhetskanalen, TV 2 Nyhetskanalen, som sender døgntilgjengelig. TV 2 har som ambisjon å være først ute og ha best dekning av viktige nyhetssaker, og flere store hendelser de siste par årene, som Lærdalsbrannen, terroren i Paris og helikopterulykken på Sotra har vist at vi i stor grad lykkes med dette. TV 2 Nyhetskanalen er i dag for svært mange nordmenn den foretrukne nyhetskilden når det skjer noe viktig i nyhetsbildet.
- TV 2 tilbyr, som eneste norske medium, norske nyheter for ikke-vestlige innvandrere, som en del av nettilbudet. Mediekonsumrapporten viser også at ikke-vestlige innvandrere har like høy interesse for nyheter, men vesentlig lavere konsum og kunnskap. Dette utgjør et demokratisk problem og skaper utfordringer for integrering i det norske samfunnet. Rapporten peker på språkbarrierer som en sannsynlig årsak til avvikene i denne befolkningsgruppen.
- I tillegg til løpende nyhetsdekning har TV 2 satset mye på aktualitetsstoff, gravejournalistikk (Dokument2), sterke dokumentarer (Vårt lille land) og forbrukerjournalistikk. En av TV 2s største suksesser i 2015 var Petter Uteligger, en dokumentarserie fra Oslos rus- og gatemiljø.
- Sporten er et viktig satsningsområde for TV 2, både gjennom sportsnyheter og store og populære sportsarrangementer. TV 2s sportsdekning både skjerper og utfyller NRKs sportstilbud. TV 2 samarbeider også med NRK om store sportsarrangementer som Fotball-VM, og sikrer på denne måten at befolkningen får tilgang til disse sendingene på fri-TV. TV 2 Sporten har Norges største sportsredaksjon etter NRK med sterke profiler og fageksperter som nyter høy troverdighet. Vi har bygget opp Tippeligaen og Premier League som populære redaksjonelle produkter, og i 2014 overtok TV 2 OL-rettighetene fra NRK og arrangerte sitt første vinter-OL fra Sotchi med stor suksess. TV 2 har også bygget opp nye idretter og arrangementer til å bli populære og folkekjære. TV 2s bevisste satsning på sykkel, med Tour de France,



Arctic Race of Norway og VM i Bergen i 2017 har bidratt til den store interessen for norsk sykkelidrett. TV 2 har også satset på nye idretter som treffer et nytt og yngre publikum, som folkefesten X Games Oslo, hvor TV 2 var ansvarlig arrangør og kringkaster. TV 2 har også hatt en aktiv strategi for å løfte opp barneidrett og grasrotidretten, blant annet med direktesendinger fra Norway Cup og fotballkamper i lavere divisjoner.

- TV 2 har de siste årene gjort store investeringer i norske drama- og underholdningsproduksjoner med høy kvalitet, og er den klart største bidragsyteren til det uavhengige norske produksjonsmiljøet. I 2015 investerte TV 2 ca. 780 millioner kroner i norske produksjoner, mer enn noensinne. Av dette utgjør dramaproduksjonene 165 millioner. De siste årene har TV 2 satset mye på norsk drama med serier som *Frikjent*, *Okkupert*, *Det tredje øyet*, *Maniac* og *Dag*. Flere av seriene er solgt til utlandet. TV 2 står også bak skandinavias lengstlevende TV-drama, folkekjære Hotel Cæsar, som nå har passert 3000 episoder.
- TV 2 har utviklet og driver sin egen strømmetjeneste på internett, TV 2 Sumo, hvor innholdet er tilgjengelig både lineært og «on demand». TV 2 leverer også gratis nyheter på nett via nettstedet tv2.no. 6 av 10 nordmenn konsumerer hver eneste dag ett eller flere av TV 2s redaksjonelle produkter. At TV 2s allmennkringkasterinnhold er bredt tilgjengelig på alle plattformer innebærer at vi er godt posisjonert for endringene i nordmenns brukervaner.
- Med utgangspunkt i allmennkringkastervirksomheten og nyhetsredaksjonen har TV 2 bygget opp TV 2 Skole, et unikt digitalt læremiddel for grunnskole, videregående skole og høyskoler. TV 2 Skole tilbyr både aktuelle nyhetssendinger tilpasset læreplanen, egne undervisningsopplegg i sentrale fag og tilbud for elever med særskilte behov. TV 2 Skole tilbyr også egne norske nyheter for innvandrere på fem minoritetsspråk.
- TV 2 har alltid hatt som ambisjon og målsetting å drive mer effektivt gjennom å ta i bruk ny teknologi. Dette forutsetter høy teknologikompetanse i virksomheten, noe vi har bygget opp bevisst og gjennom lang tid. TV 2s interne teknologisatsning har skapt grunnlag for etableringen av en rekke vekstselskaper som i dag leverer tjenester til kringkasterne og andre kunder både i Norge og over hele verden med utgangspunkt i Bergen, deriblant OB Team, VizrT, Storm, Vimond og Mosart. TV 2 og NRK har også et utstrakt teknisk samarbeid, blant annet i forbindelse med store nasjonale begivenheter.
- TV 2 har vært en pådriver for digitaliseringen av det norske TV-markedet, og gjennom etableringen av Norges televisjon og RiksTV, i samarbeid med NRK og Telenor, har vi aktivt medvirket til å styrke bredden i TV-tilbudet og konkurransen i markedet til glede for norske forbrukere.
- Høsten 2017 flytter TV 2 inn i MediaCity Bergen (MCB), et unikt samarbeidsprosjekt hvor TV 2 har vært initiativtaker og prosjektansvarlig. I MCB-prosjektet har TV 2 samarbeidet tett med de andre store medieaktørene i Bergen NRK, Bergens Tidende og Bergensavisen og Universitetet i Bergen, som har det sterkeste

forskningsmiljøet i Norge på medieområdet. I tillegg vil en rekke teknologiselskaper være lokalisert i MCB. TV 2 har inngått en egen samarbeidsavtale med UiB for å utveksle kompetanse og gi studenter på medielinjen tilgang til den moderne medieteknologien som bygges opp i MCB, blant annet studiofasiliteter.

- Som allmennkringkaster er TV 2 opptatt av tilgjengelighet. Vi har derfor på eget initiativ gjennomført liveteksting for hørselshemmede i alle sendinger i beste sendetid, også direktesendinger.

TV 2s ambisjon om videreføring av allmennkringkasteroppdraget

TV 2 har en ambisjon om å videreføre et allmennkringkasteroppdrag med hovedkontor og nyhetsredaksjon i Bergen. Vi ønsker å fortsatt være en reell konkurrent og alternativ til NRK, i tråd med prinsippene for allmennkringkasting og med regjeringen og Stortingets mediepolitiske målsettinger. TV 2 mener det er viktig at vi ikke får et allmennkringkastingsmonopol i Norge, og vi ønsker fortsatt å være garantisten for dette.

Utfordringen i dagens modell er at den teknologiske og markedsmessige situasjonen har endret seg på en slik måte at de tradisjonelle motytelsene ikke lenger veier opp for kostnadene forpliktelsene medfører. I utlysningen er det ikke tilbudt andre motytelser enn formidlingsplikt i kabelnett. For TV 2 har ikke formidlingsplikten lenger en økonomisk verdi, og den synes heller ikke å ha noen sentral funksjon. TV 2 har inngått distribusjonsavtaler med alle distributører i alle typer nett, også de som ikke er underlagt formidlingsplikt. Dessuten medfører økningen i utbredelsen av bredbånd at svært mange vil kunne ta inn TV 2s sendinger via internett. Det var også et sentralt hensyn for TV 2 da forrige avtale ble inngått at det i praksis var leveringsplikt i kabel som følge av Kabelvistnemndas rolle, og at formidlingsplikten derfor var viktig for å balansere partenes interesser. Nemnda er ikke lenger virksom, og dette hensynet gjør seg derfor ikke lenger gjeldende.

Kostnadsøkninger og konkurransen fra store globale medieaktører gjør også at de tradisjonelle forretningsmodellene for kommersiell allmennkringkasting er utfordret. Det blir stadig mer krevende å produsere norsk kvalitetsinnhold og nyheter med lønnsomhet. TV 2 har derfor, i likhet med andre norske mediehus, iverksatt omfattende effektiviseringstiltak for å sikre en sunn drift.

Dagens allmennkringkasteravtale har en betydelig kostnad for TV 2. Dette er dokumentert gjennom Bjørnøenak-rapporten og evalueringsrapporten fra Oslo Economics, som Kulturdepartementet har innhentet. Vi har i forbindelse med utlysningen foretatt nye kalkyler av merkostnadene ved å ha hovedkontor i Bergen og tilby nyheter med dagens kvalitet. TV 2 har gitt uttrykk for at en videreføring av den norske modellen med to sterke allmennkringkastere betinger at det fortsatt er en balanse mellom forpliktelser og motytelser. Fordi de tradisjonelle motytelsene ikke lenger har verdi, må merkostnadene kompenseres økonomisk. Dersom det lyses ut en avtale med en kompensasjonsordning er TV 2 forberedt på å dokumentere sine kostnader og treffe nødvendige tiltak for å sikre at kompensasjonen kun benyttes til allmennkringkasterformålet.



TV 2 er tuftet på allmennkringkastingsprinsippene, og i avtalen mellom TV 2 og staten er disse prinsippene nedfelt som krav til kanalens programprofil:

"Programprofilen skal være basert på prinsippene for allmennkringkasting. Kanalens programprofil skal være av allmenn karakter og interesse og programmenyen skal ha tematisk og sjangermessig bredde, både hva gjelder sammensetningen av programkategorier og sammensetningen innenfor den enkelte programkategori. Kanalen skal ha programmer for både brede og smale seergrupper."

I utlysningen av den midlertidige avtalen er kravet til allmennkringkasterprofil og henvisningen til allmennkringkasterprinsippene tatt ut. I den midlertidige avtalen stilles det bare krav om at søkerens programprofil har "egne nyhetsproduksjoner med base i den sentrale nyhetsredaksjonen" og "daglige nyhetssendinger".

TV 2 mener at den midlertidige avtalen ikke vil være en reell allmennkringkasteravtale. Dette er et syn som deles av både NRK og Medietilsynet. Den midlertidige avtalen innebærer etter TV 2s oppfatning en utvanning av allmennkringkastingsoppdraget som vil svekke muligheten for å realisere en langsiktig løsning for kommersiell allmennkringkasting.

TV 2 har derfor, etter grundige overveielser i både administrasjon og styre, kommet til at vi ikke søker på den midlertidige avtalen. Som nevnt innledningsvis er vi beredt til å søke dersom det kommer en snarlig utlysning av en langsiktig avtale med balanse mellom forpliktelser og motytelser.

Bergen, 4. august 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Olav T. Sandnes'.

Olav T. Sandnes
Sjefredaktør og adm. dir.