



# Innst. 210 S

(2009–2010)

## Innstilling til Stortinget fra familie- og kulturkomiteen

Dokument 8:45 S (2009–2010)

### **Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om representantforslag fra stortingsrepresentantene Olemic Thommessen, Linda C. Hofstad Helleland, Gunnar Gundersen og Sonja Irene Sjøli om NRK og reklamefinansiering**

Til Stortinget

#### **Sammendrag**

I en tid med kraftig press på mediesektoren, store økonomiske og teknologiske utfordringer og en stadig større industriell tilnærming til mediefeltet, er det et behov for å klarlegge hvordan markedsvilkårene for den totale mediesektoren blir preget av den lisensfinansierte allmennkringkasterens (NRKs) mulighet til å konkurrere med andre leverandører av samme tjenester, i reklamemarkedet.

Forslagsstillerne mener det ikke er bærekraft i det norske reklamemarkedet for flere store kanaler, og at det er nødvendig å tydeligere begrense NRKs reklameadgang.

Regjeringen har satt ned flere ulike utvalg som skal arbeide med mediepolitiske utfordringer fremover. Det ligger ikke i mandatet til noen av disse utvalgene å se nærmere på NRKs rolle i mediemarkedet.

Forslagsstillerne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme sak om regulering av NRKs adgang til reklameinntekter.»

#### **Komiteens merknader**

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, lederen Gunn Karin

Gjul, Gunn Olsen, Kåre Simensen og Arild Stokkan-Grande, fra Sosialistisk Venstreparti, Gina Knutson Barstad, fra Senterpartiet, Christina Nilsson Ramsøy, og fra Kristelig Folkeparti, Øyvind Håbrekke, viser til at NRKs adgang til å ha kommersielle inntekter har vært behandlet i Stortinget ved flere anledninger, og senest i forbindelse med St.meld. nr. 30 (2006–2007) Kringkasting i en digital fremtid.

I denne meldingen heter det:

«NRK kan ha reklame på Internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. NRK skal tilstrebe et tydeligst mulig skille mellom allmennkringkastertilbudet og kommersielle tjenester tilbudt på Internett. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor allmennkringkastertilbudet skal ikke inneholde reklameinnslag. Det bør utvises særlig varsomhet med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press. Dette gjelder særlig programmer rettet mot barn og unge.»

Flertallet viser videre til at den teknologiske utviklingen flytter deler av TV- og radiokonsumet fra tradisjonell eterbasert kringkasting over på andre distribusjonsplattformer (slik som en-til-en-kommunikasjon på Internett). Samtidig forventer publikum at NRK har tilstedeværelse på Internett. Dette bidrar til at NRK kan gi publikum enda bedre service for lisenspengene. Det er derfor ingen tvil om at NRK også må være til stede på de distribusjonsplattformer som er hensiktsmessige for publikum.

Flertallet mener at NRK har forvaltet disse retningslinjene på en god måte.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Solveig Horne, Øyvind Kørsberg og Ib Thomsen, og fra Høyre,

Linda C. Hofstad Helleland og Olemic Thommessen, viser til at mediesektoren i den senere tid har opplevd store økonomiske utfordringer med bakgrunn i den globale finansuroen, samtidig med nye teknologiske utfordringer og en stadig større industriell tilnærming til mediefeltet. Disse medlemmer mener derfor det er behov for å klarlegge hvordan markedsvilkårene for den totale mediesektoren blir preget av den lisensfinansierte allmennkringkasterens (NRKs) mulighet til å konkurrere med andre leverandører av samme tjenester i reklamemarkedet.

Disse medlemmer minner om at NRK i utgangspunktet skal være en ikke-kommersiell aktør, men at dette er myket opp med hensyn til å gi adgang til salg av reklame i forbindelse med NRKs nettaktiviteter og sendinger knyttet til idrettsarrangementer («reklameplakater»).

Disse medlemmer viser til at en stadig større andel av NRKs allmennkringkasteroppdrag oppfylles gjennom nettbasert virksomhet, og at det er behov for en snarlig avklaring om NRKs reklameunntak for denne plattformen. Disse medlemmer mener dette gjelder både på et prinsipielt grunnlag med hensyn til publikum, og i et konkurransemessig perspektiv når det gjelder andre kommersielle aktører i markedet.

Disse medlemmer viser videre til at NRK i mange år hadde monopol på kringkasting av TV og radio. Monopolet var begrunnet med at kun et lisensfinansierte monopol ville gi riksdekkende allmennkringkasting av god kvalitet, og på like vilkår. Dette monopolet har gradvis blitt brutt opp som følge av teknologiske muligheter og et sterkt ønske i befolkningen om større valgfrihet i programtilbudet. En flora av lokale og nasjonale radiostasjoner, sammen med flere riksdekkende kommersielle TV-kanaler, har vist seg levedyktige.

Disse medlemmer viser likevel til at konkurransen innen radio- og fjernsynsbransjen hemmes av at markedet i stor grad domineres av det tidligere statsmonopolet. Dette skyldes i særlig grad de investeringer fellesskapet har gjort i denne virksomheten og den finansieringsordning man har for NRKs virksomhet. Med en inntektsside som i stor grad er skjermet fra svingninger, og en særstilling i forhold til det politiske miljø, har NRK flere store konkurransefortrinn fremfor sine rent kommersielle konkurrenter.

Disse medlemmer viser til at NRKs adgang til reklameinntekter er regulert i samsvar med føringerne Stortinget ga i forbindelse med behandlingen av St.meld. nr. 24 (2007–2008). NRKs adgang til reklame på eget nettsted er nedfelt i vedtektene § 16 c) som, med visse begrensninger, tillater reklame på nettsidene til NRK.

Disse medlemmer viser videre til at den teknologiske utviklingen flytter deler av TV- og radio-konsumet fra tradisjonell eterbasert kringkasting over på andre distribusjonsplattformer (slik som entil-en-kommunikasjon på Internett). Samtidig forventer publikum at NRK har tilstedeværelse på Internett. Dette bidrar til at NRK kan gi publikum enda bedre service for lisenspengene. Det er derfor ingen tvil om at NRK også må være til stede på de distribusjonsplattformer som er hensiktsmessige for publikum.

Disse medlemmer ser at NRKs praksis på nett imidlertid har flere problematiske sider. Det første handler bl.a. om annonser på NRK.no.

NRK-plakaten, som er Kulturdepartementets styringsverktøy overfor NRK, sier dette om NRKs rolle på et overordnet nivå: «NRKs allmennkringkastings-tilbud skal være ikke-kommersielt». En konsekvens av dette må være at når innhold er produsert med lisenspenge, skal det heller ikke kommersialiseres gjennom annonsesalg på NRKs nettsider hvor dette innholdet gjøres tilgjengelig for publikum.

Disse medlemmer mener at det er helt nødvendig å få på plass et nytt regelverk for NRK som klargjør NRKs kommersielle handlingsromm på nett. Dette gjør det imidlertid nødvendig med en prinsipiell diskusjon om NRKs konkurranseflate på nett mot private medieutgivere. Ved å konkurrere på nett om annonser, med lisensen i ryggen, er NRK med på å svekke økonomien til de private medieutgiverne, og dermed i ytterste konsekvens mediemangfoldet.

Disse medlemmer mener at så lenge dagens finansieringsmodell med lisens opprettholdes, skal NRK ha svært sterke restriksjoner på reklame- og sponsorfinansiering. Slik finansiering bidrar til ytterligere å favorisere NRK fremfor de kommersielle konkurrentene.

På denne bakgrunn fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om regulering av NRKs adgang til reklameinntekter.»

Komiteen viser til statsrådets brev datert 15. april 2010 (vedlegg). Styret i NRK besluttet 24. mars 2010 å avvike ordningen med reklame på NRKs nettsider. Vedtaket ble fattet i sammenheng med styrets behandling av selskapets kommersielle strategi. Gjennomføringen av vedtaket vil skje i løpet av inneværende år. Omleggingen medfører både tekniske og redaksjonelle endringer i produksjonen av NRKs nettsider. Disse forhold – samt allerede inngåtte avtaler – leder til at vedtaket først vil bli gjennomført med virkning fra høsten 2010. Komiteen tar NRK-styrets vedtak til etterretning.

## **Forslag fra mindretall**

### **Forslag fra Fremskrittspartiet og Høyre:**

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om regulering av NRKs adgang til reklameinntekter.

## **Komiteens tilråding**

Komiteen viser til sine merknader og til representantforslaget og råår Stortinget til å gjøre slikt

vedtak:

Dokument 8:45 S (2009–2010) – representantforslag fra stortingsrepresentantene Olemic Thomassen, Linda C. Hofstad Helleland, Gunnar Gundersen og Sonja Irene Sjøli om NRK og reklamefinansiering – bifalles ikke.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 20. april 2010

**Gunn Karin Gjøl**

leder

**Øyvind Korsberg**

ordfører

**Vedlegg 1****Brev fra Kulturdepartementet v/statsråden til familie- og kulturkomiteen, datert 8. mars 2010****Dokument 8:45 S (2009–2010) Representantforslag 45 S om NRK og reklamefinansiering – vurdering av forslaget – spørsmål fra familie- og kulturkomiteen**

Jeg viser til henvendelse fra familie- og kulturkomiteen av 3. februar 2010 med anmodning om en vurdering av representantforslag 45 S om NRK og reklamefinansiering.

Spørsmålet om NRKs adgang til kommersielle inntekter, herunder reklame på eget nettsted ble vurdert av Stortinget i forbindelse med behandlingen av St. meld. nr. 30 (2006-2007) *Kringkasting i en digital fremtid*. I meldingen konkluderer departementet med at NRK fortsatt bør kunne ha kommersielle inntekter, men at selskapet i hovedsak bør være finansiert via kringkastingavgiften. Når det gjelder reklame på NRKs nettsted heter det:

”NRK bør fortsatt ha anledning til å ha reklame på nettsidene. Dette innebærer at de nettbaserte tjenestene vil være finansiert ved en blanding av lisens- og kommersielle inntekter. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor NRKs allmennkringkastingsoppdrag skal ikke inneholde reklameinnslag.

Nettsider som har barn som målgruppe skal ikke inneholde reklame.”

Flertallet i Stortinget sluttet seg til departementets forslag, jf Innst. S. nr. 24 (2007-2008).

NRKs adgang til reklameinntekter er regulert i samsvar med føringene Stortinget ga i forbindelse med behandlingen av meldingen. NRKs adgang til reklame på eget nettsted er nedfelt i vedtektene § 16 c) som, med visse begrensninger, tillater reklame på nettsidene til NRK. NRK står imidlertid også fritt, dersom selskapet ønsker det, til ikke å selge reklame i tilknytning til sine nettsider.

**Vedlegg 2****Brev fra Kulturdepartementet v/statsråden til familie- og kulturkomiteen, datert 15. april 2010****Dokument 8:45 S (2009–2010) Representantforslag om NRK og reklamefinansiering – orientering om NRK-styrets vedtak om reklame på nettet**

De overordnede rammene for NRKs adgang til å ha kommersielle inntekter ble lagt i Stortingets behandling av St. meld. nr. 30 (2006-2007) *Kringkasting i en digital fremtid*.

Departementet foreslo i meldingen å tillate, med visse begrensninger, at NRK har reklame på egne nettsider. Stortingsflertallet sluttet seg til departementets forslag, jf Innst. S. nr. 24 (2007-2008).

NRKs vedtekter er revidert i samsvar med føringene som ble lagt i meldingen. Vedtektene åpner følgelig for at selskapet kan ha reklame på eget nettsted, jf vedtektenes § 16 c):

«NRK kan ha reklame på Internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. NRK skal tilstrebe et tydeligst mulig skille mellom allmennkringkastingstilbudet og kommersielle tjenester til-

budt på Internett. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor allmennkringkastingstilbudet skal ikke inneholde reklameinnslag. Det bør utvises særlig varsomhet med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press. Dette gjelder særlig for programmer rettet mot barn og unge.»

Styret i NRK besluttet 24. mars 2010 å avvikle ordningen med reklame på NRKs nettsider. Vedtaket ble fattet i sammenheng med styrets behandling av selskapets kommersielle strategi. Gjennomføringen av vedtaket vil skje i løpet av inneværende år. Omleggingen medfører både tekniske og redaksjonelle endringer i produksjonen av NRKs nettsider. Disse forhold - samt allerede inngåtte avtaler - leder til at vedtaket først vil bli gjennomført med virkning fra høsten 2010.

Departementet tar NRKs styrevedtak til etterretning.