

Til folketingets politiske ordførere & kultur- og medieordførere

### **Digital Radio Strategi**

Det følger af medieforliget, at DAB skal være fremtidens digitale platform for distribution af radio. Den holdning er vi, som radiostationer og rettighedsorganisationer for musik, meget skeptiske overfor.

Vi frygter, at DAB kan ende som Kulturministeriets IC4-tog, en teknologi, ingen længere tror på, men som har kostet så mange millioner kroner at opbygge, at ingen tør tage den politiske beslutning at stoppe op og ændre strategi.

Derfor mener vi, at der er behov for at stoppe op, stille de nødvendige spørgsmål og undersøge, om DAB virkelig er fremtidens digitale platform.

Som radiostationer og rettighedsorganisationer frygter vi, at køreplanen primært fokuserer på DAB og DAB+, som den fremtidige digitale radio strategi.

DAB/DAB+ anvendes kun i begrænset omfang i Europa og giver ingen klare tekniske landvindinger for lytterne. I Danmark er lytningen på DAB/DAB+ ikke i fremgang og indførelsen af DAB/DAB+ i den danske bilpark byder på en række vanskeligheder, da registreringsafgiften bl.a. øger prisen meget voldsomt for en DAB/DAB+ bilradio.

Der er tydelige tegn på, at distributionsteknologien ændrer sig fra FM og DAB/DAB+ til radiolytning via internettet på tablets, smartphones og computere. På den baggrund er det vanskeligt at forestille sig, at de yngre generationer vil investere i klassiske radiomodtagere. De unges radioforbrug vil i høj grad foregå tidsforskudt. Uanset om lytningen forgår som liverytning eller ”on demand” vil lytningen under alle omstændigheder i stigende grad foregå på tablets og mobiltelefoner.

Samtidig anser vi dele af planen for direkte uforenelige med det politiske ønske om et velfungerende kommercielt radiomarked. Køreplanen tvinger de kommercielle aktører og Radio 24syv til enten at købe et dyrt og forældet sendenet fra DR eller investere et stort millionbeløb i et nyt landsdækkende sendenet - og ingen af løsningerne er økonomisk bæredygtige.

Til orientering har politikerne i Sverige truffet afgørelse om, at udviklingen af digital radio skal drives af radiostationerne selv på basis af kundernes interesse i produktet. Hvorimod man i Danmark som bekendt truffet en anden beslutning, og valgt at udbygge DAB-sendenettet fuldt ud og så pålagt licenshaverne til de landsdækkende kanaler en sendeforpligtelse heri uden hensyntagen til, hvorvidt det er rentabelt for de enkelte licenshavere eller ej.

Derfor opfordrer vi til en kritisk gennemgang af den reviderede køreplan for digital radio, mens man stadig har muligheden for at reparere på køreplanen, således der dels udvises rettidig omhu og ikke bruges yderligere ressourcer på tiltag, som viser sig at være helt eller delvis virkningsløse, og

dels at der tilvejebringes et tidssvarende og solidt fundament til at træffe fremtidige beslutninger om distribution af radio/lyd.

### **Ikke brug for informationskampagne**

Kulturministeriet har planlagt en informationskampagne, som skal informere om digital radio frem mod et eventuelt sluk i 2019. Men i en situation, hvor der i høj grad kan stilles spørgsmål ved om DAB er fremtidens distributionsform, er vi skeptiske overfor en sådan kampagne. Der er reelt ikke noget konkret at kommunikere i forhold til lytterne og kampagnen bør derfor afvente en analyse af hele DAB-strategien.

### **Udvidet markedsundersøgelse**

Vi er absolut tilhængere af at der udarbejdes en digital radio strategi. Men vi finder det helt afgørende, at de enkelte elementer i en sådan strategi – herunder behovet og mulighederne i DAB/DAB+ distribution - undersøges grundigt. Både i forhold til teknologiske muligheder og forbrugernes ønsker og behov. Allerede nu kan vi se, at penetrationen af DAB er så lav sammenholdt med FM og den forventelige fremtidige udvikling på 3G, 4G og 5G – at den planlagte markedsundersøgelse i 2016 bør fremrykkes til 2015.

Derfor forslår vi, at en andel af midlerne til informationskampagnen anvendes til en markedsundersøgelse, der kan afdække, hvordan fremtidens radiomarked og radiodistribution kommer til at se ud. Kun på den måde kan der skabes et nødvendigt og tidssvarende fundament til at træffe beslutninger om DAB, lukning af FM og den internetbaserede distribution.

Til orientering har politikerne i Sverige besluttet at forlænge FM nettets levetid til minimum år 2025 for at sikre et bedre grundlag for en beslutning om fremtidens radiodistribution.

Vi står naturligvis til rådighed med yderligere oplysninger

Chr. Kemp, adm. dir. SBS Discovery Media

Jim Receveur, adm. dir. SBS Discovery Radio

Jørgen Ramskov, chefredaktør og adm. dir. Radio 24syv

John Robert Gjørup Kristensen, adm. dir. Gramex

Thomas Maagaard Dyekjær, underdirektør, Gramex

Anders Lassen, adm. dir. Koda