

Min sidste DAB-udsendelse

Men hvem holder regnskab

Mette Bock er minister nummer 7 i rækken af kulturministre, der siden 2002 har arvet DAB-radioens introduktion i Danmark – nummer 13 – hvis man tæller fra 1987, hvor DAB første gang blev introduceret til markedet – og skulle nogle have glemt det, står DAB for Digital Audio Broadcast.

Her senere i oktober i år kan DAB også holde sin officielle 15 års fødselsdag – ja, endog 30 års dag – hvis man regner fra 1987. Og om blot 8 år kan ”radioen” holde 100 års jubilæum – dvs. i 2025 – idet Statsradiofonien havde sin officielle start i 1925. Og yderligere, som et lille kuriosum, havde Statsradiofonien kun én kanal frem til 1951, hvor P2 blev introduceret. P3 kom til i 1963. Monopolet på lokal- og regionale radioer blev først brudt i 1984, og for landsdækkende radio så sent som i 2003. Muligheden for DAB-udsendelse var dog til stede fra 2002 (og igen i 2004), selv om ingen kommercielle radioer ønskede at anvende dette tilbud.

Internettets første radiobroadcast fandt sted den 7. november 1994, og siden er der jo sket en del med radioens digitale udvikling på nettet. Det er der ikke på DAB. Faktisk kan vi vel konstatere, at en ”endelig køreplan” er revideret rigtig mange gange siden ”10-års strategien for digital radio” fra 2012. Men nu er den der åbenbart – altså efter 5 års polemik mellem interessenterne og politikerne.

Hvad er så den nyeste plan?

Kulturminister Mette Bock har i går via Slots- og kulturstyrelsen udsendt en pressemeddelelse om, at en offentlig finansieret radiokampagne skydes i gang fra sommeren 2017 og frem til udgangen af 2019.

Staten har valgt kommunikationsbureauet PrimeTime til opgaven og er parat til at betale knap 10 mio. kroner på at fortælle lytterne, at DAB bliver til DAB+ den 1. oktober 2017.

Det kunne man vel også blot bede radiostationerne om at sige i radioen til dem, der har en DAB-radio – og så bruge pengene på noget andet. Eller er det bare mig, der synes det?

Ministerens embedsmænd har udstyret Mette Bock med følgende ordlyd:

"Måden, vi lytter til radio på, har ændret sig dramatisk de seneste år, og den traditionelle transistorradio er for længest blevet erstattet af digital radio. Nu lytter vi også til radio via internettet og på mobiltelefonen. Overgangen til digital radio åbner helt nye muligheder og måder, vi lytter til radio på.

Skiftet til DAB+ den 1. oktober i år giver os mulighed for flere nye radiokanaler på DAB-båndet. Det er derfor vigtigt, at vi får kommunikeret bredt og klart om overgangen, så lytterne er bedst muligt forberedte på, hvordan det kommer til at påvirke dem. Og derfor skyder vi nu en landsdækkende informationskampagne i gang, så vi får alle med."

Styr på begreberne

Det er godt nok længe siden, at jeg har hørt udtrykket "transistorradio" brugt – den blev opfundet og markedsført i 1951 – og ganske rigtigt er digital radio mere end "en moderne køkkenradio" i et DAB (retro)design. Alligevel handler kampagnen om DAB og et nu 10 år gammelt teknologisk formatskifte til DAB+ [2007], som kan give flere digitale *broadcastede* radiokanaler. Men handler det også om promovning af de mulige nye radiokanaler – og vil ministeren virkelig bruge stats- og licenspenge på at reklamere for elektronikbranchens salg af DAB+ radioapparater? Eller vil kulturministeriet bruge penge på, at promovere den nye kommercielle gatekeeper, som for nylig har fået en "sendetilladelse" til at drive DAB+ sendenet til 2028?

Hvorfor insisterer staten på, at kalde dette for en "informationskampagne", når det reelt handler om markedets fri udbud af "digital radio" på tværs af alle typer af distributionsplatforme. Jeg erindrings da ikke, at staten promoverede internettet eller pc'er – eller for den sags skyld mobiltelefoner og trådløse wi-fi netværker. Det klarede operatørerne selv – også dem der har fået tilladelser – og for egne penge. Det hedder altså markedsføring og reklame. Og hvorfor er *radio broadcast* stadig reguleret og topstyret, når internettet kan det samme?

Da jeg for nogle år siden medvirkede til at stoppe den planlagte statslige finansiering af "information om slukning af FM" iht. DAB-køreplanen, foreslog jeg at bruge pengene på en ordentlig markedsundersøgelse – og det var da med en forventning om, at staten så også blev klogere. Sådan blev det ikke – og nu kører DAB-planen bare videre, som om intet er hændt.

Overskydende licensmidler

Det er åbenbart også glemt, at de 10 mio. kroner oprindeligt var en pulje på 11 millioner, som i 2010 var fremkommet helt arbitrært som et beløb af nogle af de overskydende licensmidler, der blev øremærket til en oplysningskampagne om slukning af FM og med fokus på DAB-radioer i bilerne.

Slukning af FM er nu ikke længere formålet med informationskampagnen – men statsmidlerne ligger åbenbart stadig hengemt i en ”kulturskuffe”, selv om en bogholder velsagtens let kunne klare, at overføre dem til et andet formål? Staten afsatte f.eks. 50 mio. kroner til digital-overgangen fra analogt til digitalt tv – men ikke noget til den senere overgang af det tekniske MPEG2-format til MPEG4-formatet 3 år efter.

Så, hvem er det der partout vil have den informationskampagne – og hvad er det, den reelt skal handle om? Slots- og kulturstyrelsen siger eksplicit i deres pressemeddelelse:

Radiokampagne skal hjælpe lytterne

Slots- og Kulturstyrelsen har indgået kontrakt med kommunikationsbureauet Primetime, som skal stå for den offentlige informationsindsats om digital radio de næste to år. Indsatsen skal sikre, at alle danskere ved, at der er nye DAB-signaler på vej.

Kommunikationsbureauet Primetime vil fra sommeren 2017 og frem til slutningen af 2019 stå for den offentlige informationsindsats om digital radio. Kampagnen skal informere borgerne om, at der fra den 1. oktober 2017 kun vil blive sendt DAB-radio i det såkaldte DAB+-format.

Derudover skal informationskampagnen være med til at øge den digitale radiolytnings andel af den samlede radiolytning og skabe øget viden om, hvordan man kan modtage digital radio i biler.

Jeg er også en lytter, men hvorfor skal kampagnen ”hjælpe” mig til at øge den digitale lytning? Og jeg ved da godt, hvordan man kan modtage digital radio i bilen – men ligesom de fleste andre danskere, vil jeg bare ikke betale for det; hvad får jeg for pengene? Flere kanaler og mere reklameradio, som jeg da bare kan hente ned fra nettet, hvis jeg vil.

Faktisk er jeg selv en ivrig radiolytter og har min DAB-køkkenradio fast indstillet på P2, fordi den kun kan høres der – og ikke på FM. Jeg tænker også, at jeg nok ikke køber en ny DAB+ radio til køkkenet, men i stedet bruger mit wi fi og/eller en Bluetooth højttaler. Og så donerer jeg min gamle DAB radio til Radiomuseet i Ringsted, hvis de vil have den – og ellers afleveres den til miljømæssigt affald og elektroniskrot på genbrugspladsen.

Alt andet lige vil jeg da hellere have, at min bil bliver forbundet til internettet og f.eks. kan bruge Google Maps i et kommende ”smart city” transportsystem, som min kommune ret beset er i færd med at sætte op lige nu.

Lidt gratis rådgivning

Alle radiostationer i hele verden er på nettet – ca. 200.000 radiostationer, også de evt. danske lokalradioer, der ikke kommer på DAB+ nettet – og de kan alle tilgås og streames via apps og browsere på både fastnet og trådløst bredbånd. Det er højtaleren, der er den vigtige komponent. Ingen køber en køkkenradio for højtalerens skyld – men sikkert gerne en ordentlig digital trådløs højttaler, der kan bruges med alle mulige lydkilder.

Nå, men tillykke til PrimeTime. Det er 2½ års fast arbejde. Jeg glæder mig til at høre budskabet og til at se, hvad de får ud af licenspengene. Jeg tænker, at et bogført årsværk til minimum én medarbejder æder omtrent en fjerdedel af summen – og at resten sikkert fordeles på annonceindrykninger og måske en hjemmeside? Det er gode og gratis statspenge til de kommercielle mediers trængte pengekasser – men hvorfor skal jeg bidrage til det?

Og skulle PrimeTime have brug for lidt hjælp til analysearbejdet om hvad andre lande gør omkring den digitale radio-udvikling, så anbefaler jeg det svenske [Public Servicerådet](#) og deres udmærkede blogs, som følger DAB-udviklingen rundt om i verden. Her er f.eks. smagsprøver indenfor de sidste par måneder:

[DAB-radio i Hong Kong læggs ned helt](#)

[Inte bättre ljud med DAB-tekniken i norsk radio](#)

[Ny undersökning i Norge: Endast 3 av 10 är positiva till DAB](#)

[DAB-adaptrar kan inte förmedla trafikinformation i Norge](#)

[Kommersiell radio förkastar plan för DAB-övergång i Tyskland](#)

[Holländarna vill ha digitalradio, men inte DAB](#)

[Brittisk militär upphör med nationella DAB-sändningar](#)

[Norges unika FM-stängning imponerar inte utomlands](#)

[Tyska regeringen avvisar förslag om DAB-tvång för radiomottagare](#)

Og så også et tillykke til den svenske regering

Men da Sverige som bekendt ikke har valgt DAB, så det er snarere et tillykke til Digital Radio Teracom A/S, som er den danske afdeling af det svenske statsejede Teracom, der driver broadcast sendenetene både i Sverige og Danmark. Den 15. december 2016 fik de en tilladelse til at være kommerciel gatekeeper for DAB-fremtiden i Danmark; den gælder fra den 1. oktober 2017 og frem til udgangen af 2028. Og med yderligere en bonus i form af en gratis informationskampagne fra den danske stat, er der formodentlig grundlag for at spare op til en særlig festivitas for den danske regering, når radioen har 100 års jubilæum i 2025. Kage, måske?