

Hvad snakker de om

Det dér DAB

De sidste måneders – hvis ikke års – debat om, hvorvidt og hvordan radiomediet skal digitaliseres er én lang række af partsindlæg med skiftende fortalere for og imod DAB (Digital Audio Broadcast). Denne gang er det en alliance mellem de nationale radiobroadcastere og rettighedsorganisationerne, som opfordrer politikerne til at tænke sig om en ekstra gang og udskyde en offentlig finansieret informationskampagne om digital radio og i stedet bruge midlerne til en uvildig markedsundersøgelse af, hvorvidt DAB+ og slukning af FM er den rigtige løsning. Overfor disse interessenter står netværksoperatøren Teracom, som ejer og driver sendemasterne for radio & tv i Danmark, og brancheforeningen for forbrugerelektronik (BFE) med den modsatte holdning: fuld fart på udbygning af DAB-sendenettet i DAB+ formatet.

De kommercielle lokale og regionale radiostationer er tavse – og græsrodsradioerne er politisk udelukket fra at deltage i debatten. Og så er der åbenbart mig, som af medierne er blevet udnævnt til "[radioekspert](#)" som i mange år har rådgivet DR" og nu også føromtalt alliance. Det kan jeg bekræfte ligesom jeg også har rådgivet om den digitale udvikling af medierne udover radio. Mit indlæg til debatten skal derfor ikke betragtes som et partsindlæg hverken for eller imod DAB – men derimod en [f]aktuel analyse af den teknologiske og politiske medieudvikling, som alle parter er velkomne til – også de mediepolitiske ordførere og embedsmænd.

Først, hvad handler det om?

I mediaaftalen 2015-2018 er der, jf. mediaaftalen 2012-2014, enighed mellem aftalepartierne om følgende:

"FM-båndet lukkes ved udgangen af 2019, såfremt det medio 2018 kan konstateres, at minimum 50 pct. af radiolytningen, herunder i biler, sker på digitale platforme. I perioden indtil da udbydes de ledige sendemuligheder i DAB blok 2 og DAB blok 3, ligesom der foretages det tidligere aftalte blok-bytte og den tidligere aftalte overgang til DAB+ mv. samt gennemføres en informationskampagne herom i overensstemmelse med den reviderede "køreplan", som ordførerne for partierne bag mediaaftalen for 2012-2014 godkendte den 13. marts 2014. Køreplanen tages op til fornyet drøftelse i mediaaftalekredsen i efteråret 2014".

Ordførerne forventes at træffe beslutning om køreplanen ultimo januar 2015.

Det fremgår videre af køreplanen, at "Der gennemføres ultimo 2015 en markedsundersøgelse mhp. at der i 2016 træffes beslutning om, hvorvidt trin 2 skal gennemføres inden 2018".

Kulturstyrelsen sendte kampagnen i udbud den 13. oktober 2014 med opdrag om, at "Kampagnen vil skulle omhandle overgang til digital radio generelt, jf. køreplanen for udbygning af digital radio i Danmark. Målgruppen for kampagnen er hele den danske befolkning. Der er afsat 10,7 mio. kr. til den samlede informationskampagne".

Det forventes af vinderen af udbuddet annonceres i februar 2015.

Teksten skal dog opdateres en smule. Den [køreplan](#) som er til diskussion foreligger i flere versioner og er justeret et par gange siden marts 2014 – f.eks. er der ingen ledige sendemuligheder i blok 2 før et blokbytte er gennemført (trin 2). Den hidtil ledige kapacitet skal anvendes til DR's P4 regionale radioer (altså nu i trin 1). I den nyeste version er der tillige ændret på definitionen af dækningsgraden for de bestående landsdækkende blokke, fordi det nu erkendes at DAB sendenet faktisk ikke dækker hele landet. Det er det [MediaWatch](#) henviser til i en artikel om at politikerne har lyttet til kritikken fra de nationale radiostationer – herunder DR's oplysninger om at det koster 132 millioner kroner at udbygge nettet fuldt ud, hvis der slukkes for FM.

Med udgangspunkt i den politiske køreplan og disse justeringer er det faktisk en paradoksals rækkefølge, at:

- 1) Der igangsættes en informationskampagne (primo 2015),
- 2) for derefter (ultimo i 2015), at gennemføre en markedsundersøgelse
- 3) (til beslutning primo 2016) om, hvorvidt der skal gennemføres et blokbytte med fuld overgang til DAB+ (inden trin 2 i 2018)
- 4) for dernæst (medio 2018), at konstatere om der er opnået 50 % digital lytning
- 5) for evt. at slukke for FM (i 2019).

Logisk giver det ikke meget mening at en informationskampagne som skal oplyse borgerne om "digital radio overgang" sættes i gang, hvis en markedsundersøgelse senere viser at den centrale information om et formatskifte til DAB+ ikke viser sig relevant før i 2018 og slet ikke, hvis der ikke er opnået en digital lytning på 50 %. Hvad er det informationskampagnen skal oplyse om? Det er vel næppe at borgerne skal investere i DAB+ radioer? Det stiller så også spørgsmålet om, hvad nu hvis lytningen ikke er 50 %? Vil der så eksistere tre forskellige radioformater – fire med internettet? Og hvis det konstateres at den digitale lytning fortrinsvis stiger på nettet og ikke på DAB, hvad så? Radio på internettet kræver ingen "frekvenser".

Det er evident at udviklingen på internettet sker hurtigere og hurtigere, f.eks. er streaming allerede blevet mainstream ligesom wi fi, smartphones, trådløse højttalere, tablets og smart-tv er hverdag for langt de fleste danskere. Især er streaming af musik de unges foretrukne kilde og podcast er på vej tilbage. Samtlige radiostationer i Danmark er allerede på nettet og stort set alle radiostationer i hele verden kan tilgås direkte eller via radioportaler.

Opfordringen til politikerne om "at trække i håndbremsen" og fremrykke og udvide den planlagte markedsundersøgelse synes derfor at være et fornuftigt forslag. En sådan markedsundersøgelse bør efter min mening afdække:

- Den sammenlignelige teknologiske udvikling på hele broadcast området i forhold til internettets udvikling som universel distributionsplatform.
- Brugeradfærden både i forhold til den digitale kommunikation med det offentlige og i personaliseringen af mediebrug i forhold til borgernes indkøb af ny smart-teknologi.

Det teknologiske dilemma

Det siger sig selv at en snart 20 år gammel beslutning om DAB, som nu har været i drift i 12 år uden synderlig vækst, er udsat for konkurrence af andre og nyere teknologier. Selv på de få år der er gået siden rapporten om den "[10-årige strategi for digital radio](#)" blev udarbejdet, er der sket en massiv udvikling inden for audio-området. Lyd er blevet "hot" og forbrugerne forventer i dag en ekstrem god kvalitetsoplevelse, som de kan få via internettet og i hjemmet med nyt trådløst udstyr til både radio og tv.

Da DAB og digital lyd blev introduceret første gang for nu snart 30 år siden var det bestemt en teknologisk ingeniørpræstation og DAB+ (som "kun" er en 5-6 år gammel teknologi) er naturligvis en forbedring af DAB – men den er ikke i nærheden af den lyd som internettet og offline kan tilbyde i dag. DAB og DAB+ er et paneuropæisk projekt der er finansieret og udviklet af EBU's radio broadcastere. Det indeholdt oprindeligt også en vision om portabel og mobil modtagelse – dvs. drivkraften var udvikling af et avanceret digitalt radiosystem til biler med trafik tjenester. Sådan er det ikke gået. Allerede i begyndelsen af 00'erne trak bilproducenterne sig ud af DAB projektet ligesom drømmen om portable DAB "transistor-radioer" blev overhalet af FM i mobiltelefonerne, som i dag er erstattet af apps og streaming i smartphones. DAB endte i stedet som "køkkenradioer".

I dag er bilproducenterne gået vejen om internettet med intelligente biler og et væld af apps og tjenester som følger smartphone-udviklingen. GPS er på vej til at blive overhalet af Google Maps, der nu integreres med f.eks. Googles Android Auto og Apples CarPlay systemer. Også denne udvikling er med til at drive bølgen af et Internet of Things, der handler om at alle ting bliver forbundet ligesom begrebet "det forbundne hjem" og "et forbundet samfund" (Smart Society), hvor sensorer i bilerne kommunikerer direkte med intelligente transportsystemer. DAB radioer i biler er derfor blot "en radio" på linje med en FM radio, der udsendes som en gammeldags envejs broadcast infrastruktur.

DAB og DAB+ byder på flere "kanaler" end FM – men hvem vil anvende disse kanaler, når det samme indhold kan fås via internettet og trådløst bredbånd? Igennem de sidste mange år har det været muligt at anvende Bluetooth i bilen til at koble sin smartphone op via FM radioens lyd gengivelse både til håndfri samtaler og til afspilning af f.eks. playlister eller podcast. DAB tilbyder ikke noget nyt, ingen avancerede trafik tjenester og heller ikke en bedre lyd kvalitet.

Er radio & tv på internettet blot fremtidsspekulation? En markedsundersøgelse kan afdække dette. DAB handler om radio – men radio er ikke længere et isoleret medie med sin egen infrastruktur. Radioen blev faktisk digitaliseret samtidig med internettet da den første digitale lydfil blev sendt. Det var i midten af 1990'erne samtidig med broadcasternes introduktion af DAB. Radio er siden da allerede integreret i den digitale udvikling. Netværks- og mediekonvergens er i dag en realitet og det er mere interessant at bemærke at andre dele af statens fagministerier og institutioner er i fuld gang med skabe en ny digital infrastruktur, som giver alle danskere min. 100 Mbit/s i 2020 for at de kan og skal agere som digitale borgere i et digitalt Danmark. I dette vil også radio & tv blive integreret.

Det dér DAB

Follow the money

Der er flere indfaldsvinkler til den økonomiske dimension. Staten har med den nye [IKT vækstplan](#) allerede besluttet at reducere tv-frekvenserne til fordel for et trådløst bredbånd efter 2020. Det betyder en snarlig mediepolitisk stillingtagen til et nyt og mindre antenne-tv sendenet. Der tænkes allerede i en ny informationskampagne om dette i 2019. Det er inden for samme tidshorisont som den nuværende DAB køreplan, så hvorfor ikke benytte lejligheden til evt. at kombinere denne med digital radio kampagnen?

Beslutningen om trådløst bredbånd og tv-frekvenserne bygger på en beregnet samfundsmæssig gevinst på mellem 2-4 milliarder kroner. Det vil dog "koste" ca. 1 milliard kroner at opnå denne gevinst, idet ca. 200 millioner kroner går til omlægning af antenne-tv nettet ligesom et tilsvarende beløb skal anvendes til nyt forbrugerudstyr og det kommercielle Boxer TV får et indtægtstab på omkring 600 millioner kroner på grund af færre kanaler.

Det skal samtidig afklares om der vil være plads til alle DR's kanaler og TV 2-regionerne og om hvordan lokal-tv og Folketingets kanal kan udsendes. Allerede i dag er der kapacitetsproblemer til HD-udsendelse – og med UHD-kvalitet er det umuligt. Det er derfor også en overvejelse helt at droppe antenne-tv og i stedet distribuere tv via nettet. En teknisk løsning til et nyt antenne-tv sendenet efter 2020 skal også tage stilling til en ledig digital sendemulighed i samme frekvensbånd som DAB. Det kunne derfor også være en overvejelse at inddrage DAB i en alternativ løsning, hvor radio og tv sendes i samme net.

Opfordringen om en ny og uvildig markedsundersøgelse bør derfor indeholde den samlede diskussion om broadcast infrastrukturen i Danmark. Den samfundsmæssige værdi af DAB-sendenettet er ikke analyseret på samme måde som for tv. Det kunne have den betydning at DAB sendenet var overflødig. Slukning af FM og fuld udbygning af DAB/DAB+ kan i sidste ende risikere at koste op mod et par hundrede millioner kroner i infrastruktur – men det kan koste forbrugerne op mod 10 milliarder kroner at udskifte alle FM radioer til DAB+ radioer.

Dette regnestykke fremkommer ved at 8 millioner FM radioer – heraf mere end 2 millioner i biler – skal udskiftes senest i 2019, hvis beslutningen om FM sluk gennemføres. En almindelig gennemsnitlig DAB+ køkkenradio koster 1-2.000 kroner. En DAB+ bilradio koster nogenlunde det samme – men skal eftermonteres med en ny antenne og monteres på et værksted. Den gennemsnitlige pris for dette er 3-5.000 kroner. Voila, foretag regnestykket og det bliver til rigtig mange forbrugermilliarder kroner uden en reel digital merværdi.

Det skal dog retfærdigvis bemærkes at forbrugerne formodentlig alligevel køber nyt udstyr til "radio" i takt med bredbånd og internettet. En del af ovenstående mange FM radioer vil blive konverteret til wi fi og trådløst højtalerudstyr over samme tidshorisont. Det aktualiserer så også at den digitale lytning formodentlig kommer til at ske via nettet og ikke på DAB/DAB+.

Med ovenstående spekulationer er der endnu mere grund til at trække i håndbremsen. Hvad er det der haster med DAB/DAB+ beslutningen? DAB har haft ledig kapacitet til i hvert fald 3-4 radiokanaler i de sidste 10 år og ingen har vist interesse for at udnytte dette.

Det dér DAB

Interessenter og stakeholders

Hvem har så interesse? Det har naturligvis netværksoperatør og forbrugerelektronikranchen. Og det er selvfølgelig helt legitimt, det er jo deres "business". Således er Teracom og BFE's holdninger, som positive interessenter i en hastigere DAB/DAB+ udrulning, evident. Teracom har dog mere i klemme end elektronikfabrikanterne. Det kostede f.eks. den danske direktør jobbet at foreslå et kompromis om at slippe "DAB-markedskræfterne" fri og ikke slukke FM. Teracom ejes af den svenske stat og er gatekeeper for både radio og tv i hjemlandet og har tydeligvis en ambition om at være den samlende broadcast gatekeeper også i Danmark.

Teracom ejer også det danske Boxer TV som har en lukrativ aftale med den danske stat om administration af abonnementsordningen for TV 2 – jf. analysen om antenne-tv efter 2020.

Elektronikfabrikanterne sælger "apparater" men udvikler og integrerer også smart-teknologi. DAB er ikke en verdensstandard og en isoleret DAB-radio er derfor et nichemarked. Fra begyndelsen af 00'erne til i dag er der på verdensplan solgt mindre end 30 millioner DAB radioer, herunder er mere end 20 millioner solgt i England. Danmark har f.eks. 1,5 millioner DAB radioer, hvoraf mindre end 10.000 er DAB bilradioer. Norge har nogenlunde samme antal, hvorimod Sverige kun har nogle få tusinde DAB apparater. I de store lande, som f.eks. Tyskland, er der ligeledes kun solgt et par hundrede tusinde DAB radioer på trods af samme dækning som i Danmark. Nordamerika bruger en anden standard – og apropos radio & tv i samme netværk overvejer f.eks. Indien denne løsning.

Det estimeres at der er 5-6 milliarder AM/FM radioer i hele verden og knap 2 milliarder biler, som alle er udstyret med en AM/FM radio. Den globale radio standard er dermed AM/FM og der er ingen samlet international interesse for en selvstændig digitalisering af radio.

DAB-tilhængerne fremfører via deres markedsføringsorganisation World DMB Forum, at DAB findes i mange bilmodeller og at DAB "dækker" mere end 500 millioner husstande verden over. Og det er korrekt – det er potentialet – men det ændrer jo ikke på fakta om antallet af solgte DAB radioer, som over 20 år stadig er forsvindende lille.

De lande der tidligt har investeret i en selvstændig DAB infrastruktur er i dag både i et teknologisk, økonomisk og et politisk dilemma. Og da det typisk har været public service broadcasterne, og dermed ofte staterne, som har finansieret og ejer sendenetene, er det også et regulatorisk anliggende. Set fra et forretningssynspunkt har der ikke over de sidste 10-15 år været mange kommercielle radiostationer, som har ønsket at investere i nye kanaler og nye formater, fordi der ikke eksisterer en reel føde- og værdikæde.

Hvad er så fremtiden for radio? Mere af det samme – eller noget nyt? Radio er på samme måde som alle øvrige medier en kamp om attention og et spørgsmål om personalisering. Med de sociale medier er distinktionen mellem tekst, billeder, lyd og video blevet mere diffus og fragmenteret i forhold til den enkeltes valg af indhold. Det stiller således afsenderrollen i perspektiv og det kræver en ny markedsføring at finde og fastholde et loyalt publikum. Og i dag er det billigere og nemmere at være på internettet, hvor kunderne er i forvejen.

Hvad er de politiske argumenter?

Er slukning af FM en løsning for at beskytte investeringen i DAB? Er det pludselig blevet en økonomisk byrde med to sæt driftsomkostninger – for DR eller staten? Er det ikke finansiel tvang, at kun de nationale FM-stationer skal samsende med DAB? Hvorfor gælder det ikke for de regionale radiostationer i den nye blok 3? Og hvis DAB+ skal være løsningen for at skabe endnu flere sendemuligheder, hvorfor er de lokale radioer så allerede nu henvist til nettet? En kobling af radio & tv i samme netværk kan skabe endnu flere kanaler end DAB+ i 2020.

Hvad er det kulturministeriets embedsmænd og de danske politikerne nu forsøger at regulere for med den aktuelle køreplan og et nyt indkaldt "brancheforum" som ikke har været diskuteret i de sidste 5 år? Det er det man kalder for "gode spørgsmål" – og det er måske også på tide at få nogle konkrete svar.

De kommercielle medier føler sig til stadighed presset af en unfair statskonkurrence. Med FM5 og FM6 kanalerne i SBS/Discovery-koncernen føler de regionale kommercielle radioer sig nu presset fra to sider. De private kommercielle regionale radioer, som er organiseret i Danske Medier, er dog bemærkelsesværdige tavse i den aktuelle debat om DAB.

En del mediepolitikere argumenterer for at flere radiokanaler vil støtte og styrke det kommercielle radiomarked i forhold til DR's dominans. Som nævnt har der været ledig kapacitet på DAB i lang tid. Alle radioer er i forvejen til stede på internettet og der oprettes nye radiokanaler på internettet af bl.a. printmedierne – ligesom de opretter nye "web-tv" kanaler. Det er her annoncekronerne flytter sig hen. Det er måske værd at erindre, at radio udgør ca. 2 % af reklamemarkedet, svarende til mindre end 300 millioner kroner.

Musikradioer med reklamefinansiering er overhalet af streaming og musikportalerne. DR har dog faktisk skabt unikke digitale kanaler på DAB. De kommercielle kanaler kunne have gjort det samme men har valgt nettet. Tilbage står genrer som nyheder og de mange livsstils-segmenterede programmer, hvor radiostationerne kæmper om lytternes attention til live men stadig flere programmer findes også i stigende omfang som on demand.

Det nyligt nedsatte [public service udvalg](#) skal frem til 2017 kigge på "vilkårene for public service i den digitale medievirkelighed". Udvalget skal bl.a. gennemføre konferencer men skal ikke komme med konkrete anbefalinger. Fra nu til 2017 vil der ske rigtig meget på den teknologiske front og det vil ske eksponentielt ligesom det vil påvirke udviklingen på tværs af nuværende opfattelser af brancher og sektorer. Kan udvalget undlade at beskæftige sig med distributionsteknologi, forbrugerelektronik og ændret brugeradfærd – eller skal det alene diskutere politiske, demokratiske og kulturelle dimensioner for public service?

Det perspektiverer igen den foreslåede markedsundersøgelse om digital radio ligesom udviklingen på alle medier bør koordineres i forhold til den aktuelle høring om analysen af bredbånd og IKT vækstplanen om tv-sendenettets ændringer efter 2020. Disse diskussioner bør ikke ske isoleret og lineært men tænkes i et større billede af et digitalt Danmark, så det er på tide at de mediepolitiske ordførere snakker med deres i IT- og telepolitiske kollegaer.

Tilbage til [DAB] fremtiden

Måske er det også tiltrængt med et historisk tilbageblik på DAB beslutningerne. Denne illustration er den korte version:

1987	<i>Eureka Projekt 147</i> definerer DAB og støttes af EBU
1996	Teknisk forsøg med bl.a. DR og B&O (3 års erhvervsstøtte)
1997	DAB skrives ind i Mediaaftalen 1997-2000
1998	"DAB, Fremtidens radio?" (Skouby-rapporten i maj 1998)
2000	DAB besluttet politisk i Mediaaftalen 2001-2004
2002	DAB MUX blok 1 (sættes i drift i oktober)
2004	Blok 2 etableres for de kommercielle radioer
2008	Radiomarkedet kollapsede (SKY konkurs i 2006 og Talpa i 2008)
2008	Fælles udspil fra hele radiobranchen (bl.a. med FM sluk i 2015)
2009	Bekendtgørelse om en ny langsigtet plan for digital radio med offentlig støtte til informationskampagne (bl.a. radio i biler)
2010	Rundbordssamtaler om ny langsigtet plan for digital radio
2012	"10-årig strategi for digital radio" (rapporten er skrevet i 2011)
2012	EU-dommen om statsstøtte til radio offentliggøres
2014	Nuværende køreplan med et 2018-mål for 50 % digital lytning før et evt. FM sluk i 2019

En længere og mere detaljerede version kan findes i [EU-dommen](#) fra 2012. Overblikket i denne er udarbejdet i anledning af sagen om, hvorvidt Danmark har ydet statsstøtte til opbygningen af DAB sendenet. Dommen beskriver detaljeret hvilke politiske beslutninger der er truffet og hvornår – og "konkluderer" at DAB opfattes som den eneste løsning for en udvikling af radiomarkedet i Danmark. Den stipulerer også at de kommercielle nationale radiostationer har nydt godt af en særlig afregningsmodel som skal afvikles og at de fremover skal betale fuld pris for deres tilstedeværelse på DAB. Dette er sikret med en "trappestige"-model, som ender med fuld pris i 2018.

Hermed er det også tydeliggjort hvad de kommercielle nationale radiostationer mener om DAB og DAB+. For dem er det en business at drive radio og den tvungne dobbeltbetaling er alt andet lige en fordyrende omkostning ligesom slukning af FM vurderes som en dårligere "dækning" end DAB vil kunne give. De nationale kommercielle radioer er (efter 2018 og et blokbytte) tilbudt en lavere dækningsforpligtelse med den nye køreplan. De ønsker dog en meget lavere dækning – jf. vilkårene for regionale kommercielle radioer – hvilket bliver et regulatorisk spørgsmål som afhænger af blokbyttet og de vilkår der gives i FM-tilladelserne.

Slukkes der for FM ender Danmark så i en situation, hvor kun DR's kanaler er landsdækkende og de kommercielle radiostationer kan selv vælge de "lukrative [by]områder", formodentlig svarende til 50-60 % af den danske befolkning. Det var vel ikke meningen med DAB at færre kan lytte til radio? Med mindre lytterne så finder de kommercielle radiostationer på nettet – og hvad er så formålet med DAB og sluk af FM? Samtidig får DR så endnu en gang adgang til de fleste lyttere og konkurrencen mellem public service og kommerciel radio er back to square one.

Det dér DAB

Forvirret?

Det står klart at DAB ikke har folkelig interesse på samme måde som digitaliseringen af tv-sendenettet i 2009. Der er ikke et klart budskab om ”hvorfor” og hvad den digitale merværdi er. Og selv om en informationskampagne skulle have til formål at oplyse danskeren, hvem vil så kunne forstå køreplanens hvis-og-hvis stadier. Det er politik og ikke forbrugerstof.

Læsere og interesserede som ønsker at forstå hvorfor og hvordan vi i Danmark er endt i denne mærkværdige politiske situation opfordres til at læse EU dommen. Det er nemt at få den opfattelse, at denne er et vilkår for den foreslåede køreplan. Hvorvidt politikerne føler sig bundet af de mange tidligere beslutninger og derfor er forpligtet til at ”afslutte sagen” med konklusionen om DAB, er en juridisk vurdering som jeg ikke kan gennemskue.

DR’s holdning er ikke ganske klar. Dels er de jo tvunget til at følge deres ”ejere” og dels er de selv i gang med overvejelser om endnu en digital overgang – herunder stillingtagen til den primære antenne distributionsform i forhold til 2020 om færre frekvenser til tv og den allerede igangsatte digitale distribution med streaming og on demand via internettet.

Copyright organisationerne, som her er gået i alliance med de nationale broadcastere, har et længere rækkende perspektiv om hvordan deres forretning skal omstilles, hvis flow og kanaler dekonstrueres til streaming tjenester og musikportaler.

Uagtet de forskellige motiver har alle således en reel interesse i at kende udviklingen og rammevilkårene for fremtiden – for radio (og tv, internettet mv.). Derfor er de enige om at foreslå en uvildig undersøgelse af markedet omkring teknologiudvikling og brugeradfærd.

Som oplæg hertil har de nationale radiostationer og copyrightorganisationerne i debatindlæg og kronikker samt et foretræde for Kulturudvalget argumenteret med følgende pointer:

- Digitalisering af radiomediet er besluttet isoleret fra den øvrige mediekonvergens
- Forudsætningerne om knappe ressourcer (frekvenser) er ikke længere gældende
- Der er ingen mangel på kapacitet til udvikling af radio & broadcast på nettet
- Bredbånd og broadcast er allerede smeltet sammen
- Streaming er blevet mainstream – 50 % af danskerne anvender det i dag
- Radiomediets udvikling sker også med smart-teknologier & apps
- Bilfabrikanterne udvikler for fremtidens intelligente trafik & smart society
- DAB er ikke løsningen for en bæredygtig vækst i fremtidens radio
- Radiomarkedets aktører skal dobbeltinvestere – både i DAB og internettet
- Forbrugerne får ingen digital merværdi med DAB eller DAB+
- Danmarks udvikling på medierne sker pga. godt kulturelt indhold
- Fremryk markedsundersøgelsen – og tænk radio ind i den digitale medievirkelighed
- Danmarks digitale infrastruktur drives af bredbånd og reguleres efter principper om teknologineutralitet & frie markedsvilkår

Det er i øvrigt også min konklusion af ”Det dér DAB”.