

360 graders –undersøgelse om digital radio mv.

## Undersøgelse af radiomarkedet (2015)

Den såkaldte 360-graders markedsundersøgelse i forbindelse med beslutningen om digital radio i Danmark er offentliggjort den 8. december 2015 og sendt i høring med besvarelsesfrist den 29. januar 2016.

Det er et nydeligt research- og skrivearbejde fra embedsmændene og et glimrende øjebliksbillede af radiomarkedets problematikker. Og det er en sand guldgrube af fakta, som radionørder og analytikere meget vel kan bruge et par timer på – dvs. den tid det tager at [læse de ca. 150 sider](#). Andre interesserede kan nøjes med de første 14 siders sammendrag, idet der ikke er hverken konklusioner eller anbefalinger.

Kun et sted i rapporten er der markeret en uenighed. Det handler om, hvorvidt internettet som universel platform vil have kapacitet nok til streaming af radio. Det slås dog fast, at det har *internettet* – både hvad angår fastnet bredbånd, mobiltelefonnettet og trådløst bredbånd. Så skulle det vist være ude af verden.

Men måske var det på sin plads lige at repetere, hvad det var undersøgelsen skulle vise – og hvad det dér med DAB og digital radio handler om:

1. Det handler om, hvorvidt der skal slukkes for FM – og i givet fald hvornår? Det er den politiske præmis.
2. Det handler også om, hvorvidt DAB/DAB+ skal repræsentere den isolerede fremtidige infrastruktur for radio broadcast – eller om internettet kommer til at udgøre den universelle distributionsplatform for al tidligere radio & tv broadcast. Det er den teknologiske præmis.
3. Og så er der den økonomiske præmis om, hvorvidt og hvordan hidtidige og de kommende investeringer i den samlede danske digitale infrastruktur er bedst anvendt i en samfundsmæssig betragtning. Det handler altså også om rammevilkårene for en branche i forandring.

### Giver undersøgelsen og rapporten så svar på dette?

Ikke eksplicit – men det er dog rimelig nemt at udlede, at den teknologiske udvikling klart går mod en samlet og universel distributionsplatform med streaming og on demand som drivkraft.

Især i det yngre segment af "radioadfærd" spiller de nye digitale tjenester og formater en stor rolle for musiklytning. Tilsvarende er bilradioers fremtid bundet op på trafikinformation, GPS og internettet, snarere end klassisk radiolytning.

Det er også rimeligt klart at udlede, at den økonomiske investering i forhold til fremme af DAB/DAB+ og evt. slukning af FM er relativ stor set i forhold til et samlet kommercielt radiomarked med en reklameomsætning på omkring 300 millioner kroner – men er selvfølgelig "småpenge", hvis det perspektiveres i forhold til frekvensauktioner og vækstplanen for et digitalt Danmark.

Man kunne også spørge *cui bono*? Uanset et politisk valg af en teknisk løsning (og uagtet et bestemt eksplicit valg af DAB/DAB+ og evt. slukning af FM), så vil brugerne qua digitaliseringen skulle til lommerne. Isoleret set argumenteres der for, at der findes meget billig DAB-elektronik, men at det koster bilejerne dyrt at eftermontere dette i bilparken.

Det kan også konkluderes, at DAB er et europæisk fænomen – og at det er koncentreret til nogle få lande. Det oplyses, at der over de sidste 10 år er solgt "mere end 30 millioner DAB-radioer" over hele verden. Heraf opgøres det, at ca. 20 mio. er i England (af knap 65 mio. mennesker), 6,4 mio. i Tyskland (af ca. 83 mio. mennesker), 2,2 mio. i Norge, ca. 2 mio. i Svejs og omkring 1,5 mio. i Danmark. En sammentælling (om end med usikkerhed for opgørelse af salg og akkumuleret bestand) giver mere end 30 mio. solgte DAB-apparater.

Sverige, som har takket nej til DAB, har ca. 37.000 apparater. Det angives ikke hvad f.eks. Belgien og Holland har af DAB-apparater – men det kan således næppe være mange. Ses dette (over 10 år) i forhold til et samlet EU-marked på 27 lande med omkring 500 millioner mennesker er det ikke voldsomt imponerende – og det konstateres da også, at de resterende ca. 20 lande endnu ikke har taget stilling til hverken DAB eller slukning af FM.

Opgørelse og analyse af lytteradfærden melder om et mangeårigt stabilt radiomarked – både hvad angår konkurrence og lytning – dvs. de fleste danskere bruger nogenlunde samme omfang af radio hver dag og på samme måde som tidligere (giv og tag et par minutter) – og med den samme "markedsfordeling" på hhv. 75 % mod 25 % mellem DR og de øvrige kommercielle radiostationer. Lytning på DAB-kanalerne opgøres af TNS Gallup til 12,1 % i 2014 – og estimeres i en af Kulturministeriet udarbejdet "alt andet lige"-fremskrivning, at kunne udgøre det dobbelte i år 2021.

### Det bliver dog kun til en 120 graders-undersøgelse

Undersøgelsen tager forbehold for opgavens løsning og metode– og reducerer analysen til en definition af digital radio, der formuleres således: ”... I dansk sammenhæng defineres digital radio som DAB, net og kabelnettet dvs. som de former for lytning, der ikke umiddelbart vil blive påvirket af en evt. FM-slukning” – samt ”... i rapporten defineres radio primært som den del af den danske radiovirksomhed, der er omfattet af radio- og fjernsynsloven”.

Det nævnes i rapportens tekst (i forbindelse med de økonomiske betragtninger om investering og drift af DAB-blokkene), at det har været behovet for flere frekvenser til yderligere radiokanaler, som er den politiske drivkraft for DAB (og nu slukning af FM).

Med denne afgrænsning betyder det, at initiativerne med netfødte radio- og streamingtjenester kun behandles perifert. Eller sagt på en anden måde: der tages kun stilling til en isoleret dansk betragtning om *radio broadcast*. Dermed udelukkes spekulationer og betragtninger om den internationale udvikling – og den *disruption* som hele mediesektoren p.t. oplever. Det udelukker også en sammentænkning af frekvenser til tv-broadcast efter 2020 – hvorved en del af de tekniske betragtninger kunne falde anderledes ud i ”konklusionen”, hvis dette var medtaget i undersøgelsen. Og undersøgelsen sker uden sammenhæng og refleksion til det igangsatte public service-udvalgs arbejde med, hvad public service mediernes rolle er i den digitale virkelighed.

Man kan naturligvis argumentere, at det var opgaven ”at undersøge radio” – men det har aldrig i min opfattelse været en så isoleret betragtning. En 360-graders undersøgelse betyder vel ”hele vejen rundt”? Så på trods af min umiddelbare ros til embedsmændene for et godt stykke skrivearbejde, så mangler jeg ”the big picture” – og det vil politikerne formentligt også gøre.

### Og hvad så?

Jeg har svært ved at se, hvad evt. svar på høringen vil være. De parter og interessenterne som allerede har markeret sig – og i øvrigt har været med som følgegruppe – vil få svært ved at tale deres tidligere argumenter yderligere op. Dertil er undersøgelsen ret beset blevet en stopklods. Teknisk er der ikke peget på én bestemt og/eller ”logisk” løsning. Et par teknologier udelukkes pga. manglende modtagerudstyr – mens andre sættes på en mulig ”potentiale”-liste, hvis markedet bevæger sig.

Dermed bliver det et regulært politisk valg mellem følgende muligheder:

1) kør med DAB og sluk FM; 2) vent og kombiner det med en snarlig løsning for tv-broadcast – eller 3) lad DAB/FM stå som et supplement til udviklingen på internettet.

Man kan også spørge om det haster? Der er ingen fælles EU-planer om radioens digitalisering – og der er ingen øvrige lande i verden, der synes DAB har været en relevant løsning i de sidste 10-15 år – og der er heller ingen ny indikation på nuværende tidspunkt eller om den nærmeste fremtid. Der er altså ikke noget synligt eller reelt internationalt pres eller behov for at støtte en digital broadcast niche industristandard – og i Danmark har vi ikke hverken samfunds- og/eller produktionsmæssige interesser i DAB.

Beslutninger om DAB i de p.t. interesserede lande er truffet på forskellige tidspunkter, som alle har en forskellig geografi og en forskellig fordeling af radioadfærd og konkurrence – og ikke mindst i en forskellig kontekst. Finnerne har f.eks. aldrig troet på DAB. Og at nordmændene isoleret beslutter at slukke FM er vel deres sag. At svenskerne beslutter at udskyde DAB er vel også deres egen sag. Og hvad England og Svejts gør, er velsagtens også uden interesse for en dansk beslutning. Hvorfor skal vi i Danmark tage stilling til det?

Måske er det i virkeligheden præmissen for radio- og fjernsynsloven som skal laves om? Er det ikke mere sund politisk fornuft, at vente med en beslutning til bl.a. public service-udvalget har gennemført sin opgave med høringer om nye præmisser for public service opgaverne i den digitale virkelighed. Og så i øvrigt tage samlet teknologisk stilling til, hvordan broadcast ser ud i 2020, når målet med fuldt bredbånd og 5G samt forlængelse af tv-sendetilladelserne alligevel skal behandles.

Ser man på de seneste års beslutninger – og her især de seneste måneders regulatoriske beslutninger om forlængelse af radiotilladelserne – som åbenbart kan laves om uden konsekvenser for markedet, når tidsplanerne skrider, så er der jo tilsyneladende ingen politisk hast med en ny separat radiokøreplan. Der har faktisk ikke været katastrofale markedskonsekvenser siden 2007/2008, der karakteriseres som ”radiokollapset” (jf. Sky og Talpa og [min tidligere blog om det dér DAB](#)). I stedet for endnu et politisk kompromis, så er der mulighed for en samlet plan om en digital fremtid. Mit bedste gæt vil være, at streaming, on demand og de sociale netværkstjenester vil have lavet om på det meste af *mediebranchen* inden en evt. DAB-køreplan kan implementeres i praksis. Og det er jo ikke forbudt at blive klogere – jf. undersøgelsens gennemførelse.