

Enskild motion

Motion till riksdagen: 2014/15:1370

av Niclas Malmberg (MP)

Begränsa reklamtiden i radio och tv

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som i motionen anförs om att begränsa annonstiderna i radio och tv.

Inledning

Riksdagen har tidigare beslutat att avslå Miljöpartiets förslag om att begränsa annonstiderna i radio och tv med hänvisning till ett pågående utvärderingsarbete. Då utvärderingen står färdig i december 2014, det vill säga efter det att allmänna motionstiden avslutats, finns därför anledning att nu återkomma till riksdagen i frågan om att begränsa annonstiderna i radio och tv till 8 minuter per sändningstimme.

Bakgrund

Den 1 februari 2008 trädde nuvarande regler i kraft (prop. 2007/08:4, 2007/08: KU3, rskr. 2007/08:39). Ändringarna innebär att annonser i radio och tv får sändas under högst tolv minuter under en timme mellan hela klockslag. Sverige ligger därmed på EU:s maximala godkända reklamtid. Enligt artikel 23 i AV-direktivet får inslag med tv-reklam och teleshopping inte överstiga 20 procent av sändningstiden inom en given klocktimme, det vill säga tolv minuter. AV-direktivet är ett minimidirektiv, vilket innebär att det däremot är möjligt för medlemsstaterna att ha strängare regler för programföretagen.

När KU under våren 2012 behandlade Miljöpartiets motion om att begränsa annonstiderna i radio och tv till åtta minuter per timme anförde utskottet att många människor anser att det är alltför många reklamavbrott i radio och tv, och att det är störande att inte kunna ta del av program utan att ideligen bli avbruten av reklam.

Utskottet konstaterade att Sverige kan korta reklamtiden och föreslog ett tillkännagivande till regeringen om att denna borde genomföra en allsidig utvärdering av effekterna av den tidigare genomförda lagändringen som innebar en ökning av annonstiden till tolv minuter. Detta för att man skulle få ett djupare underlag i frågan.

Riksdagen följde utskottets förslag (rskr. 2011/12:224) och regeringen gav i december 2013 Myndigheten för radio och tv i uppdrag att genomföra en allsidig utvärdering av effekterna av ökningen av den högsta tillåtna annonstiden till tolv minuter per timme. I utvärderingen ska ingå en analys av konsekvenserna av lagändringen för konkurrensförutsättningarna för programföretag samt konsekvenserna för tittare och lyssnare. Uppdraget ska redovisas senast den 1 december 2014.

TV4:s särställning

I tidigare sändningstillstånd har funnits krav på att TV4 skulle sända regionala program. Den förra regeringen lät dock Myndigheten för radio och tv godkänna ett nytt sändningstillstånd utan sådant krav. Bläcket på avtalet hann inte mer än torka innan TV4 offentliggjorde att lokalredaktionerna läggs ner. I framtida sändningstillstånd går förstås att återinföra kravet, men innan ett nytt sändningstillstånd ska godkännas kan även reklamtiden utgöra en del i lösningen.

TV4:s särställning bland privata tv-kanaler är inte en position som erhållits helt på egen hand. Särställningen kommer av att TV4 på 90-talet gavs fördelen att som ensam reklam-tv-kanal få sända i marknätet. I gengäld skulle TV4 uppfylla en rad innehållskrav, inte minst just kravet på lokal-tv.

Villkoren för reklamtid var i första sändningstillståndet åtta minuter per timme. Efter hand höjdes detta till tolv minuter, utifrån TV4:s argumentation att det var nödvändigt för att ge ekonomiska resurser till att behålla mångfalden i programinnehållet och bemanningen vid de lokala stationerna. Reklamintäkterna hänger starkt samman med andelen tittare. Med den tidigare särställningen följde en stor publik, vilket i sin tur givit stora reklamintäkter, vilka nu delvis kan användas till att behålla en stor publik – vilket ger en fortsatt positiv spiral. Det kan därför anföras som fullt legitima krav att i kommande sändningstillstånd återinföra motprestationskrav i form av regional nyhetsbevakning, och till dess sådana finns på plats borde i logikens namn annonstiden åter begränsas till åtta minuter per timme.

Förslaget

Mot bakgrund av detta föreslås att riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som i motionen anföras om att begränsa annonstiderna i radio och tv.

Niclas Malmberg (MP)