

Motion till riksdagen 2025/26:2893

av **Lars Beckman (M)**

Snedvriden konkurrens mellan olika medier

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att staten inte ska bidra till snedvriden konkurrens mellan olika medier och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Sverige har ett stort antal nya snabbväxande mediehus vilket är oerhört glädjande i en tid när det under lång tid har förts en diskussion om att intresset för medier minskar. Den debatten utgår ofta ifrån att det är etablerade medier som tappar läsare och räckvidd och inte verkligheten dvs att det växer fram nya medier. Den största etermediakanalen i Sverige är Youtube enligt mediemyndigheten som skriver i sin sammanfattning över 2024 års mediekonsumtion:

” Det finns stora skillnader mellan de ungas och de äldres medievanor både när det gäller spenderad tid och tillgång till olika medier. Tiden som spenderas på traditionella medier fortsätter minska, särskilt bland de unga. När de unga överger radion till förmån för digitala musiktjänster och poddar stannar fler av de äldre kvar vid radioapparaten.

Detsamma gäller för det tablålagda tv-tittandet som fortsätter att minska i alla åldersgrupper men främst hos de yngre. Det betyder inte att tittandet på rörlig bild minskar utan det ökar snarare till följd av ett allt större utbud av digitala tjänster.

Det linjära tittandet på tv minskar och tittandet på streaming ökar

Det traditionella linjära tv-tittandet minskar och tittandet på streaming ökar. Samtidigt finns det en fortsatt efterfrågan från hushållen att kunna titta på linjär tv. Det finns alltså fortfarande en marknad för både den linjära tv:n och streamingtjänster.

Radiolyssnandet minskar i alla åldersgrupper

Även radiolyssnandet har en tydlig åldersklyfta. Det är främst de äldre som lyssnar på traditionell radio till skillnad från de yngre som lyssnar allt mindre. Åldersgruppen 65–79 år lyssnar 149 minuter på radio jämfört med 12–19-åringarna som lyssnar betydligt mindre (24 minuter) ett genomsnittligt dygn. Sveriges Radio når fortsatt flest lyssnare en genomsnittlig dag, 47 procent av befolkningen, men räckvidden minskar för radio totalt. Förskjutningen från analogt till digitalt lyssnande sker främst via poddar. Den dagliga räckvidden för poddar är högre än för traditionell radio i de yngre åldersgrupperna.

Tiktok växer som nyhetskanal för de yngre

Skillnaden mellan generationerna är stor när det gäller valet av plattform för nyhetskonsumtion. Den yngre generationen använder i stor utsträckning sociala medier för att få tillgång till nyheter. Den äldre generationen använder i betydligt högre grad traditionella medier och då främst SVT och Sveriges radio för att ta del av nyheter. Hos de yngre växer framför allt Tiktok som en nyhetskälla.

Tillgången till olika medier varierar med ålder

Tillgången till olika medier är hög i hela befolkningen. Numera har nästan alla en mobil, oavsett ålder. Det är fler som har en tv med internetuppkoppling än utan. Många har även en mediaspelare som gör det möjligt att titta på tv via internet. Tillgången till olika utrustning och abonnemang visar att vi blivit alltmer digitala i vår medieanvändning.

Statens roll i det nya framväxande medielandskapet där det tack vare digitala medier är enkelt att starta nya medier är rimligen att värna att det inte uppstår en osund konkurrens mellan gamla och nya medier. Många av de nya medierna finansieras genom egna prenumerationsintäkter och när staten subventionerar vissa medier så bidrar man med en snedvriden konkurrens mot de nya mediehusen. Det finns också en risk för att mediehus som erhåller statliga bidrag från skattebetalarna med upp emot 10 miljarder per år bidrar till en osund konkurrens även mot större privata medieföretag. Sveriges Radio är Sveriges största producent av poddar exempelvis. Det är en produkt som privata mediehus skulle kunna producera och de som är intresserade av en krimipodd får då betala för den som man gör med andra produkter. Sverige är också ett

av få länder där Netflix inte är störst utan det är ett statligt medieföretag som finansieras av skattebetalarna.

Staten borde säkerställa en konkurrensneutralitet och inte bidra till att förstärka en osund konkurrens i mediesektorn.

Lars Beckman (M)