

# Till statsrådet och chefen för Kulturdepartementet

Genom beslut den 14 mars 2002 bemyndigade regeringen chefen för Kulturdepartementet att tillkalla en särskild utredare med uppgift att göra en översyn av lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område och föreslå de författningsändringar som föranleds av övervägandena.

Den 24 april 2002 förordnades regeringsrådet Marianne Eliason att vara särskild utredare.

Till experter förordnades den 26 november 2002 institutionschefen Ulla Carlsson, Nordicom, kanslirådet Ann-Jeanette Eriksson, Kulturdepartementet, professorn Karl Erik Gustafsson, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, departementssekreteraren Niklas Karlendal, Kulturdepartementet och verksjuristen Peter Schierbeck, Radio- och TV-verket.

Som sekreterare har från den 17 juni 2002 kammarrättsassessorn Lars-Åke Ström varit anställd.

Utredningen har antagit namnet Koncessionsavgiftsutredningen.

Utredningen överlämnar härmed betänkandet Koncessionsavgift på televisionens område (SOU 2003:47).

Utredningens uppdrag är därmed slutfört.

Stockholm i april 2003

Marianne Eliason

/Lars-Åke Ström

# Innehåll

<b>Sammanfattning</b> .....	<b>9</b>
<b>Författningsförslag</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Utredningsuppdraget</b> .....	<b>19</b>
1.1 Direktiven.....	19
1.2 Utredningsarbetet.....	19
<b>2 Förändringar på TV-området</b> .....	<b>21</b>
2.1 Framväxten av ett mångkanalsystem .....	21
2.2 Utvecklingen av en licensfinansierad marksänd public service-TV i Sverige .....	22
2.3 Reklamfinansierad satellitsänd TV bryter Sveriges Televisions monopol på televisionssändningar .....	24
2.4 Den marksända televisionen öppnas för reklamfinansierade sändningar .....	24
2.5 Utvecklingen av ny teknik i samtliga sändningsformer .....	26
<b>3 Det svenska TV-landskapet i dag</b> .....	<b>31</b>
3.1 En inledande översikt .....	31
3.2 Marksänd TV.....	32
3.3 Satellitsänd TV .....	40
3.4 Kablesänd TV .....	44

<b>4</b>	<b>Regelverket</b> .....	<b>47</b>
4.1	Tillståndspliktiga och inte tillståndspliktiga TV-sändningar .....	47
4.2	TV4:s tillstånd att sända rikstäckande marksänd television med analog teknik .....	50
4.2.1	1991 års sändningstillstånd.....	50
4.2.2	1996 års sändningstillstånd.....	50
4.2.3	Gällande sändningstillstånd.....	52
4.3	Regler för reklam och annan annonsering i svensk television .....	55
4.4	Koncessionsavgiften på TV-området .....	60
<b>5</b>	<b>Koncessionsavgift på TV-området i några andra länder ...</b>	<b>67</b>
5.1	Inledning.....	67
5.2	Norge .....	68
5.3	Finland .....	69
5.4	Storbritannien.....	71
<b>6</b>	<b>TV-tittandet</b> .....	<b>73</b>
6.1	Mediamätningar.....	73
6.2	Ett ökat utbud av kanaler.....	74
6.3	Penetrationsutvecklingen .....	75
6.4	Tittartidsandelar m.m.....	75
6.4.1	Hur många tittar på TV och hur mycket? .....	76
6.4.2	Vilka kanaler tittar man på? .....	77
6.5	Sammanfattande analys av TV-tittandet .....	80
<b>7</b>	<b>TV-reklammarknaden</b> .....	<b>81</b>
7.1	Förhållandet mellan tittarmarknaden och reklammarknaden .....	81
7.2	Reklaminvesteringar i traditionella medier.....	82

7.3	TV:s andel av reklaminvesteringarna .....	82
7.4	TV4 AB:s andel av TV-reklaminvesteringarna.....	83
7.5	Sammanfattande analys av TV-reklammarknaden .....	84
<b>8</b>	<b>Överväganden och förslag.....</b>	<b>85</b>
8.1	Utgångspunkter .....	85
8.2	Bestämmelserna om koncessionsavgift på televisionens område skall upphöra att gälla i samband med att de analoga sändningarna upphör helt .....	88
8.3	Konkurrenssituationen på TV-marknaden motiverar fortsatt avgiftsskyldighet.....	90
8.4	Koncessionsavgiftens konstruktion bör inte ändras .....	93
8.4.1	Bakgrund .....	93
8.4.2	Överväganden och förslag.....	94
8.5	En nedtrappning av avgiften fram till dess att de analoga sändningarna helt upphör .....	97
8.5.1	Bakgrund .....	97
8.5.2	Överväganden och förslag.....	97
8.6	Annonsintäkter från regionala sändningar .....	103
<b>9</b>	<b>Kostnads- och intäktskonsekvenser .....</b>	<b>107</b>
9.1	Inledning.....	107
9.2	Ekonomiska konsekvenser.....	108
9.3	Övriga konsekvensbeskrivningar.....	109
<b>10</b>	<b>Författningskommentar .....</b>	<b>111</b>
1	Förslaget till lag om ändring i lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område.....	111
2	Förslaget till lag om koncessionsavgift på radions område.....	113

<b>Bilagor .....</b>	<b>115</b>
Bilaga 1 Kommittédirektiv .....	115
Bilaga 2 TV4 och konkurrensen om tv-reklamen.....	121
Bilaga 3 Reklammarknadens utveckling 1990-2003.....	145
Bilaga 4 Kanalutbud.....	159

# Sammanfattning

Utredningens uppgift har varit att se över reglerna för koncessionsavgift på televisionens område. Enligt direktiven skall utredningen om den kommer fram till att en avgiftsskyldighet fortsatt är motiverad lämna förslag om hur stor avgiften skall vara och hur den skall beräknas för att fylla avsedd konkurrensreglerande funktion.

Utredningen har sett tre frågor som behöver övervägas särskilt, två från materiella utgångspunkter och en mer principiell. De går dock delvis i varandra.

Den första frågan är om det är motiverat med en ändring – i praktiken en sänkning – av koncessionsavgiften därför att de faktiska förutsättningarna är annorlunda nu än år 1992 på grund av att antalet hushåll som har tillgång till andra kanaler än de marksända är betydligt fler än de var 1992 då regleringen infördes. Idag har drygt 70 % av hushållen tillgång till reklamfinansierade satellitkanaler.

Den andra frågan gäller vad det kostar att driva en TV-kanal i dag jämfört med år 1992. Koncessionsavgiftens beloppsgränser och procentsatser lades fast mot bakgrund av beräkningar i det avseendet.

Utredningen kommer fram till att en avgiftsskyldighet är fortsatt motiverad för att fylla avsedd konkurrensreglerande funktion på TV-reklammarknaden. Koncessionsavgiftens konstruktion med en fast och en rörlig del bör behållas. Procentsatser och beloppsgränser bör inte ändras.

Den principiella frågan gäller det förhållandet att utgångspunkten för hela regleringen var att det programföretag som fick tillståndet skulle komma att vara ensamt om att sända annonser i rikstäckande marksändningar. Eftersom de digitala sändningstillstånd som därefter meddelats också ger rätt att sända annonser i rikstäckande marksändningar har den ursprungliga förutsättningen

rubbats. De digitala sändningarna når i dag som mest 90 procent av landet men det är endast några få procent av tittarna som hittills har skaffat sig möjlighet att se sändningarna. Väsentligt i sammanhanget är dock att regeringen nu har föreslagit att de analoga sändningarna skall upphöra under år 2007, vilket radikalt förändrar scenen. Om riksdagen antar regeringens förslag om en avveckling av de analoga sändningarna år 2007 blir följden rimligen att intresset för de digitala sändningarna ökar. Detta talar för att koncessionsavgiften bör sänkas i takt med att tittarna övergår från analoga till digitala sändningar i marknätet.

När de analoga sändningarna upphör finns inte längre förutsättningar att tillämpa lagen. Utredningen föreslår att bestämmelserna om koncessionsavgift på televisionens område skall upphöra att gälla vid utgången av september månad 2007.

Till följd av att tittarna gradvis kommer att övergå till att ta emot TV-program sända med digital teknik bör det programföretag som har sändningstillstånd ges rätt till en reduktion av avgiften för tiden fram till dess att de analoga sändningarna upphör, dvs. under åren 2004–2007. Utredningen föreslår att avgiftsbeloppen skall reducera med 20 procent för år 2004, med 40 procent för år 2005, med 60 procent för år 2006 och med 80 procent för år 2007.

Utredningen behandlar också frågan om särregler för reklamintäkter i de regionala sändningarna. Utredningen föreslår att koncessionsavgiften för reklamintäkter som härrör från regionala sändningar skall beräknas särskilt. Avgiften skall tas ut med 20 procent av de intäkterna.

Utredningen har beräknat sänkningen av koncessionsavgiften till sammanlagt 800 miljoner kr under fyraårsperioden.

# Författningsförslag

## 1 Förslag till lag om ändring i lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område

Härigenom föreskrivs att 4, 6 och 8 §§ lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område skall ha följande lydelse.

*Nuvarande lydelse*

*Föreslagen lydelse*  
4 §<sup>1</sup>

Den rörliga delen av koncessionsavgiften beräknas för ett kalenderhalvår i sänder. Den är beroende av de intäkter som utgör vederlag till programföretaget för att det sänder annonser i sändningar som sker med stöd av tillstånd enligt 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844) att sända televisionsprogram med analog sändningsteknik och i sändningar som i huvudsak överensstämmer med dessa sändningar. Avgiften tas ut med

- 20 procent av intäkterna till den del de överstiger 375 miljoner men inte 500 miljoner kronor,
- 40 procent av intäkterna till den del de överstiger 500 miljoner men inte 1 000 miljoner kronor,
- 50 procent av intäkterna till den del de överstiger 1 000 miljoner.

I intäkter som utgör vederlag för att programföretaget sänder annonser inräknas intäkter som tillförts någon annan, om det framgår av omständigheterna att de utgör sådant vederlag till programföretaget.

*Vid beräkningen av avgiften enligt första stycket bortses från intäkter som utgör vederlag för annonser som sänts i regionala*

---

<sup>1</sup> Senaste lydelse 2002:369.



*sändningar under förutsättning att annonserna inte förekommer i sändningar i mer än en region. Avgift tas ut med 20 procent av nu angivna intäkter.*

Intäkterna skall bestämmas enligt bokföringsmässiga grunder.

De i första stycket angivna beloppsgränserna skall justeras på ett sätt som motsvarar det sätt som anges i 3 § andra stycket i fråga om den fasta delen av koncessionsavgiften.

*Till följd av det ökade antalet tillstånd för sändningar i hela landet med digital teknik har programföretaget rätt till reduktion på avgifter som avser åren 2004–2007. I 6 § andra stycket finns föreskrifter om hur reduktionen skall beräknas.*

#### 6 §<sup>2</sup>

Programföretaget skall senast den 15 februari respektive den 15 augusti varje år lämna Radio- och TV-verket de uppgifter som behövs för att fastställa den rörliga delen av koncessionsavgiften för television för föregående halvår. Om sådana uppgifter inte lämnas eller de lämnade uppgifterna är ofullständiga, får Radio- och TV-verket förelägga företaget vid vite att fullgöra skyldigheten.

*Sedan avgiften beräknats enligt 4 § skall Radio- och TV-verket innan avgiften fastställs reducera avgiftsbeloppen avseende*

- år 2004 med 20 procent,
- år 2005 med 40 procent,
- år 2006 med 60 procent, och
- år 2007 med 80 procent.

Radio- och TV-verket meddelar senast den 1 mars respektive den 1 september beslut om det belopp till vilket den rörliga delen av koncessionsavgiften för television uppgår för föregående halvår. Om programföretaget inte har fullgjort sin uppgiftsskyldighet enligt första stycket första meningen, meddelar Radio- och TV-

---

<sup>2</sup> Senaste lydelse 2001:533.

verket beslut snarast möjligt efter det att uppgiftsskyldigheten har fullgjorts.

Den rörliga delen av koncessionsavgiften för television skall betalas senast den 31 mars respektive den 30 september om Radio- och TV-verket har meddelat beslut om avgiften senast under mars respektive september månad. I annat fall skall avgiften betalas så snart Radio- och TV-verket meddelat beslut om avgiften.

8 §<sup>3</sup>

Koncessionsavgift och ränta betalas till Radio- och TV-verket genom insättning på ett särskilt *postgirokonto*. Betalning anses ha fullgjorts den dag då den har bokförts på det särskilda *postgirokonto*.

Koncessionsavgift och ränta betalas till Radio- och TV-verket genom insättning på ett särskilt *konto*. Betalning anses ha fullgjorts den dag då den har bokförts på det särskilda *konto*.

---

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2004. För avgifter som avser tiden före ikraftträdandet tillämpas äldre bestämmelser.

---

<sup>3</sup> Senaste lydelse 1995:595.

## 2 Förslag till lag om koncessionsavgift på radions område

Härigenom föreskrivs följande.

### *Avgiftsskyldighet*

1 § Den som enligt 5 kap. radio- och TV-lagen (1996:844) har tillstånd att sända lokalradio skall betala koncessionsavgift till staten enligt denna lag.

### *Beräkning av avgift*

2 § Koncessionsavgiften för den som enligt 5 kap. radio- och TV-lagen (1996:844) har tillstånd att sända lokalradio utgör 40 000 kr för varje kalenderår under vilket sändningsverksamheten får bedrivas.

Avgiften för varje kalenderår skall justeras med hänsyn till kvoten mellan konsumentprisindex för oktober månad året före det år som avgiften avser och konsumentprisindex för oktober månad 2000.

Beloppet avrundas nedåt till närmaste tusental kronor.

### *Fastställande och betalning av avgift*

3 § Skyldighet att betala avgift för tillstånd att sända lokalradio gäller från och med den dag då sändningar får bedrivas med stöd av tillståndet. Att avgiften i vissa fall skall betalas dessförinnan framgår av 5 kap. 9 § radio- och TV-lagen.

I ett beslut om tillstånd att sända lokalradio skall Radio- och TV-verket ange den avgift enligt 2 § som tillståndshavaren skall betala under det första kalenderåret. Avgiften skall betalas så snart Radio- och TV-verket meddelat beslut om avgiften.

Radio- och TV-verket skall senast den 31 december varje år fastställa det belopp som skall betalas under det följande kalenderåret. Avgiften skall betalas före utgången av januari månad det kalenderår som avgiften avser.

4 § Räntan skall betalas på koncessionsavgift från förfallodagen. Räntesatsen bestäms enligt 6 § räntelagen. Radio- och TV-verket beslutar om ränta.

5 § Koncessionsavgift och ränta betalas till Radio- och TV-verket genom insättning på ett särskilt konto. Betalning anses ha fullgjorts den dag då den har bokförts på det särskilda kontot.

6 § Återkallas ett tillstånd att sända lokalradio gäller skyldigheten att betala avgiften till och med nittio dagar från den dag tillståndet enligt 5 kap. 18 § radio- och TV-lagen skall anses ha upphört att gälla.

En tillståndshavares skyldighet att betala avgift gäller inte för tid efter det att någon annan övertagit tillståndet.

7 § Den som får medgivande enligt 5 kap. 15 § radio- och TV-lagen (1996:844) skall betala en avgift som motsvarar vad denne skulle ha betalat om tillståndet förlängts.

### *Återbetalning*

8 § Om det belopp som programföretaget har betalat för en viss period överstiger vad företaget skall betala enligt 2 § eller enligt beslut av Radio- och TV-verket eller domstol, skall det överskjutande beloppet betalas tillbaka till företaget.

Ränta skall betalas på belopp som återbetalas. Räntan beräknas efter en räntesats motsvarande den av Riksbanken fastställda referensränta enligt 9 § räntelagen (1975:635) som gällde vid utgången av året närmast före det år då återbetalningen äger rum. Radio- och TV-verket beslutar om ränta.

### *Verkställighet*

9 § Beslut om koncessionsavgift och ränta får verkställas om avgiften eller räntan är obetald och förfallen till betalning. Härvid tillämpas 12 kap. 6 § första, andra och fjärde styckena, 7 § och 12 § första stycket och 13 § samt 20 kap. skattebetalningslagen (1997:483).

Dröjsmålsavgift skall inte utgå.

10 § Radio- och TV-verket beslutar om ansvar för delägare i handelsbolag enligt 2 kap. 20 § lagen (1980:1102) om handelsbolag och enkla bolag avseende avgift enligt denna lag.

Om beslut enligt första stycket har fattats skall vad som sägs om programföretag gälla ansvarig delägare och vad som sägs om avgift gälla för belopp som delägare är betalningsskyldig för.

*Omprövning och överklagande m.m.*

11 § Radio- och TV-verket skall ompröva ett beslut som har betydelse för skyldigheten att betala koncessionsavgift eller ränta, om programföretaget begär det eller det finns andra skäl.

Ett omprövningsbeslut som är till programföretagets nackdel får inte meddelas efter utgången av det tredje året efter det år då det ursprungliga beslutet meddelades. Ett omprövningsbeslut får inte i något fall meddelas efter utgången av det sjätte året efter det år då det ursprungliga beslutet meddelades.

Om ett beslut som anges i första stycket har överprövats av domstol, får Radio- och TV-verket inte ompröva den fråga som domstolens beslut avser.

12 § Radio- och TV-verkets beslut enligt 3 och 4 §§, 8 § andra stycket samt 10 och 11 §§ får överklagas hos allmän förvaltningsdomstol.

Prövningstillstånd krävs vid överklagande till kammarrätten.

Andra beslut av Radio- och TV-verket enligt denna lag får inte överklagas.

Överklagande av beslut enligt denna lag inverkar inte på skyldigheten att betala den avgift eller ränta som överklagandet avser.

13 § Om det finns särskilda skäl får Radio- och TV-verket meddela anstånd med betalning av koncessionsavgift och ränta för tillstånd att sända lokalradio. Om det finns synnerliga skäl får Radio- och TV-verket medge befrielse helt eller delvis från skyldigheten att betala koncessionsavgift och ränta för tillstånd att sända lokalradio för en viss period.

14 § Avgift enligt denna lag omfattas av lagen (1971:1072) om förmånsberättigade skattefordringar m.m. och lagen (1978:880) om betalningssäkring för skatter, tullar och avgifter.

---

Denna lag träder i kraft den 1 oktober 2007.

Genom lagen upphävs lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område. För koncessionsavgift på televisionens område som avser tid före den 1 oktober 2007 gäller fortfarande äldre bestämmelser.

# 1 Utredningsuppdraget

## 1.1 Direktiven

Min uppgift enligt direktiven har varit att göra en översyn av lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område och att föreslå de författningsändringar som föranleds av övervägandena (dir. 2002:44, *bilaga 1*).

Jag skall beskriva förändringarna inom TV-området och analysera vilka konsekvenser utvecklingen har haft för konkurrens-situationen på TV-reklammarknaden. Vidare skall jag analysera hur konkurrensituationen på TV-reklammarknaden kan komma att påverkas av skiftet från analog till digital sändningsteknik. Slutligen skall jag överväga behovet av att ändra reglerna för koncessionsavgift på TV-området, dels beträffande avgiftsskyldigheten, dels beträffande avgiftens storlek samt hur avgiften skall beräknas.

## 1.2 Utredningsarbetet

Utredningsarbetet påbörjades i juni 2002. Det inleddes med att jag och utredningens sekreterare besökte Radio- och TV-verket för en närmare genomgång av hur reglerna om koncessionsavgift på TV-området fungerar och för en presentation av det svenska TV-landskapet.

Jag och sekreteraren har under hela utredningsuppdraget haft löpande kontakter med företrädare för TV4 AB. För diskussioner om konkurrensituationen på TV-reklammarknaden har vi besökt TV3, Kanal 5 och Annonsörsföreningen. Vi har också i dessa frågor haft kontakter med Konkurrensverket.

Vi har också vid ett par tillfällen träffat företrädare för Teracom AB.

Genom berörda departement i Norge (Kultur- och kyrkodepartementet) och Finland (Trafikministeriet) har jag fått

del av motsvarande lagstiftning om koncessionsavgift på TV-området i dessa båda länder. Genom Independent Television Commission (ITC) har jag fått del av vad som gäller på området i fråga i Storbritannien. Jag och sekreteraren har också personligen besökt det finska Trafikministeriet för att närmare diskutera den finska regleringen till följd av skiftet från analog till digital sändningsteknik i marknätet.

Jag har också låtit genomföra två särskilda studier. Professorn i massmedieekonomi Karl Erik Gustafsson vid Handelshögskolans fakultet vid Göteborgs universitet, har genomfört en analys av vilka konsekvenser utvecklingen haft för konkurrenssituationen på TV-reklammarknaden och hur konkurrenssituationen kan komma att påverkas av skiftet från analog till digital sändningsteknik (*bilaga 2*). IRM, Institutet för reklam och mediestatistik har beskrivit den svenska reklam- och mediemarknadens utveckling åren 1990–2001 med fokus på TV-reklamens utveckling och gjort en prognos för TV-annonseringen och annonsmarknaden som helhet för åren 2002 och 2003 (*bilaga 3*).

MMS Mediamätning i Skandinavien AB har för min räkning tagit fram underlag för TV-kanalutvecklingen i Sverige för åren 1992 och 2002 (*bilaga 4*).

Parallellt med mitt uppdrag har frågan om digital marksänd TV i Sverige beretts inom Regeringskansliet. Till grund för det arbetet ligger Digital-TV-kommitténs betänkande Digital TV – modernisering av marknätet (SOU 2001:90). Först i mitten av mars 2003 överlämnades propositionen Digitala TV-sändningar (prop. 2002/03:72) till riksdagen. Riksdagen beräknas fatta beslut i frågan i slutet av maj. Jag har i mina överväganden därför fått utgå från propositionens förslag.



## 2 Förändringar på TV-området

### 2.1 Framväxten av ett mångkanalsystem

Televisionen har funnits i Sverige i över fyrtio år. Då TV4 AB (dåvarande Nordisk Television AB) i november 1991 fick tillstånd att här i landet sända reklamfinansierad television genom en ny tredje markkanal hade den svenska televisionen utvecklats från ett enkanalsystem med en reglerad public service-TV med några timmars program per kväll till ett tvåkanalsystem år 1969 med två rikstäckande marksända public service-kanaler (Kanal 1 och TV2) och därefter till ett mångkanalsystem via satellitkanalerna under andra hälften av 1980-talet.

År 1992 när TV4 AB började sina sändningar fanns det fem svenskspråkiga TV-kanaler som konkurrerade om samma publik – tre kanaler i det rikstäckande marknätet (Kanal 1, TV2 och TV4) och två satellitkanaler (TV3 och TV5 Nordic).

I dag finns det utöver de två public service-kanalerna SVT1 och SVT2 samt TV4 som distribueras via marknätet ett 15-tal kommersiella kanaler som sänder via satellit och särskilt vänder sig till den svenska publiken. Därutöver finns det möjlighet för den svenska TV-publiken att ta emot ett stort antal TV-kanaler via satellit från hela världen (se vidare bilaga 4).

De förändringar som skett på TV-området under de gångna fyrtio åren är en följd av den tekniska utvecklingen. Ny teknik har successivt medfört inte bara en utbyggnad av distributionsnät utan också en större kapacitet och därmed en möjlighet att distribuera flera TV-kanaler. Varje förändring har inneburit en omprövning av mediepolitiken och en diskussion om reglering eller avreglering. Krav på en fri TV-marknad med fri konkurrens har ställts mot krav på att televisionen skall vara ekonomiskt och politiskt oberoende för att kunna främja nationell kultur, folkbildning etc.

Den nu pågående övergången till digital teknik i samtliga sändningsformer för televisionen – marknät, satellit och kabel –

innebär nya villkor för televisionen. Övergången till digital teknik ger, utöver annat, sändningsutrymme till en lägre kostnad per kanal än dagens analoga teknik. Skälet är att det ryms många fler kanaler inom samma utrymme än tidigare oavsett om sändningen sker via marknätet, via satellit eller genom kabelnätet. Det innebär också att efterfrågan på sändningsutrymme kan tillgodoses i större utsträckning än tidigare. Sändningsutrymmet blir därmed inte längre en lika begränsad resurs som det hittills ansetts vara. Det senare – det skall särskilt framhållas – har gjort det möjligt att ge flera programföretag vid sidan av TV4 AB rätt att bedriva rikstäckande TV-sändningar med reklam i marknät.

## **2.2 Utvecklingen av en licensfinansierad marksänd public service-TV i Sverige**

Provsändningar av televisionsupptagningar kom igång i Sverige i mitten av 1950-talet. Efter diskussion om reklam-TV skulle införas eller om televisionen skulle ges ett public service-uppdrag ombildades dåvarande AB Radiotjänst år 1957 till AB Sveriges Radio och tilldelades av staten koncessionen för den marksända televisionsverksamheten. Samma år startade också reguljära TV-sändningar från Sveriges Radio. Enligt avtalet skulle verksamheten finansieras med licenser (apparatavgifter) och ha samma public service-inriktning som ljudradion. Det senare innebar att programmen skulle göras tillgängliga för alla och nå ut över hela landet. Programutbudet skulle kännetecknas av bredd och kvalitet. Programmen skulle både informera, underhålla och bilda. Särskild hänsyn skulle tas till minoriteter. Ett folkbildningsansvar skulle också åvila verksamheten. Televisionens centrala betydelse för den fria åsiktsbildningen och kulturens utveckling skulle beaktas. Svenska artister och verk av svenska upphovsmän skulle i betydande omfattning förekomma i televisionen. Det är också det public service-ansvar som Sveriges Television alltjämt förvaltar.

Den valda lösningen med en reglerad public service-TV med ett monopol på televisionssändningar riktade till den svenska publiken var som inledningsvis antytts inte någon självklar lösning. Privatfinansierad TV hade redan genomfört provsändningar och skulle således också ha kunnat få TV-rättigheterna. Samtidigt var det tekniskt sett bara möjligt att sända ut en TV-kanal över landet i marknätet, vilket talade för att en sådan kanal skulle vara reglerad i

stället för fri. Från tidningsutgivarnas sida fanns också allvarliga farhågor för att en reklamfinansierad TV-kanal skulle ta över en stor del av tidningarnas annonsintäkter.

I slutet av 1960-talet blev det tekniskt möjligt att bygga ut sändarnätet med ytterligare kanaler och år 1969 inrättades i enlighet med riksdagens beslut en andra TV-kanal – TV 2. Precis som vid TV-starten år 1957 stod nu valet mellan en kommersiell reklamfinansierad kanal och en licensfinansierad public service-kanal. Valet blev en kompromiss mellan fri konkurrens och public service. Statsmakterna stannade för att starta en ny public service-kanal i ”stimulerande tävlan” med den första kanalen. Därmed hade man uppnått, menade man, konkurrens på TV-området.

År 1978 gjordes Sveriges Radio om till en koncern med Sveriges Radio AB som moderbolag samt som dotterbolag för programverksamheten bl.a. Sveriges Television AB, Sveriges Riksradio AB, Sveriges Lokalradio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Enligt avtalen med staten fick inte något av programföretagen i sändningarna medge kommersiell reklam mot vederlag. Sponsrade program tilläts dock inom vissa ramar.

År 1986 träffades ett nytt avtal mellan Sveriges Radio och staten. Det nya avtalet föreskrev en ny kanalstruktur för televisionen. Den inbördes tävlan som hade lyfts fram vid tvåkanalstarten tonades ned. De båda kanalerna skulle i stället ha något olika profiler för att underlätta samordningen mellan dem. Kanal 1 blev rikskanal med Stockholm som bas. TV2 blev en distriktsbaserad kanal (Sverigekanal).

År 1992 bildade staten Teracom Svensk Rundradio AB. Det nya bolaget övertog huvudmannskapet för marknätet (rundradionätet) från dåvarande Televerket.

År 1993 upplöstes Sveriges Radio-koncernen. Programverksamheten överfördes i tre självständiga programföretag, varav Sveriges Television är ett. I syfte att bevara Sveriges Televisions oberoende och integritet i förhållande till staten, olika intresseorganisationer m.fl. överfördes ägandet av Sveriges Television till en särskild förvaltningsstiftelse.

År 1996 döptes Sveriges Televisions båda kanaler om till SVT1 och SVT2. Samtidigt upphörde uppdelningen i en Stockholmskanal och en distriktsbaserad Sverigekanal.

### **2.3 Reklamfinansierad satellitsänd TV bryter Sveriges Televisions monopol på televisionssändningar**

Trots att den svenska televisionen skulle vara fri från reklam började den svenska marknaden för TV-reklam att exploateras i slutet av 1980-talet. Användningen av satelliter för att sända TV-program till allmänheten gav publiken och annonsörerna alternativ till de marksända kanalerna. Redan 1983 hade försökssändningar med kabel-TV inletts och 1986 hade sändningsmöjligheterna permanentats. En särskild myndighet – Kabelnämnden – inrättades med uppgift att ge tillstånd till uppbyggnaden av kabel-TV-nät; en uppbyggnad som successivt gjorde de utländska satellitkanalerna tillgängliga i allt fler bostadsområden samtidigt som Kanal 1 och TV 2 också distribuerades via dessa nät. Det senare säkerställdes genom den vidareändningsplikt som ålades kabel-TV-näten. Samma år infördes också förbud mot reklam dels i program utsända inom Sverige, dels i utländska kanaler om reklamen var riktad särskilt till en svensk publik.

År 1987 startade den privatägda reklamfinansierade svenskspråkiga TV3 satellitsändningar från England som i huvudsak vände sig till den del av den svenska publiken som var ansluten till kabelnät. Därmed bröts Sveriges Televisions monopol på televisionssändningar som riktade sig direkt till den svenska publiken.

År 1989 inledde den privatägda reklamfinansierade svenskspråkiga Nordic Channel (senare namnändrat till Kanal 5) satellitsändningar från England. Året därpå började även den privatägda reklamfinansierade Nordisk Television AB (senare namnändrat till TV4 AB) sända svenskspråkiga TV4 via den svenska satelliten Tele-X. Omkring 45 procent av de svenska hushållen kunde då ta emot reklamfinansierade TV-sändningar via satellit.

### **2.4 Den marksända televisionen öppnas för reklamfinansierade sändningar**

Under slutet av 1980-talet aktualiserades på nytt frågan om reklamfinansiering av svensk marksänd television samtidigt som det fanns kapacitet i marknätet för en tredje rikstäckande kanal. En statlig utredning om reklamen och den framtida TV-politiken

tillsattes, TV-utredningen, U 1989:04. Utredningen redovisade sina överväganden i betänkandet TV-politiken, SOU 1989:73. Införandet av reklamen i den svenska televisionen ansågs enligt TV-utredningen oundviklig eftersom ett fasthållande vid reklamförbudslinjen inte skulle leda till att reklamen hölls borta från vårt land utan bara att satellitkanalerna ensamma fick exploatera reklammarknaden. Frågan gällde i stället enligt utredningen på vilket sätt reklam skulle användas för att finansiera den svenska televisionen (public service). TV-utredningen presenterade tre huvudalternativ för hur detta skulle kunna anordnas. Samtliga alternativ förutsatte att de reklamfinansierade programmen sändes ut i ett rikstäckande nät från marksändare och uppfyllde i demokratisk ordning fastställda krav på kvalitet och omväxling. Det första alternativet innebar att reklamsändningar inleddes av Sveriges Television i den ena av företagets två kanaler eller i båda. Enligt det andra alternativet skulle Sveriges Television delas upp i två företag, ett för varje kanal. Det ena företaget skulle lämna Sveriges Radiokoncernen och sända helt reklamfinansierade program, medan det andra stannade kvar i koncernen och sände avgiftsfinansierade (TV-licens) program utan reklam. Utredningens tredje alternativ innebar att ett fristående programföretag skulle sända TV-program med reklam i en nyupprättad rikstäckande tredje kanal samtidigt som Sveriges Television fortsatte sina avgiftsfinansierade sändningar utan reklam i två kanaler.

Våren 1991 föreslog regeringen i propositionen (1990/91:149) om radio- och TV-frågor att den marksända televisionen skulle öppnas för reklamfinansierade sändningar genom en ny tredje TV-kanal och att den skulle drivas av ett företag utanför Sveriges Radiokoncernen. Riksdagen beslutade därefter att en ny reklamfinansierad TV-kanal skulle få startas i Sverige (KU39, rskr. 370). Den nya kanalen skulle enligt beslutet kunna bedriva rikstäckande marksändningar av TV-program med reklam i Sverige medan programföretagen inom Sveriges Radio-koncernen inte skulle sända betalda annonser. I november samma år gavs Nordisk Television AB (senare namnändrat till TV4 AB) tillstånd att här i landet sända televisionsprogram i rundradiosändning. Enligt det avtal som ingicks i samband med att tillståndet gavs skulle bolaget använda ett sändarnät som skulle byggas ut till att nå omkring 99,8 procent av Sveriges befolkning; dock behövde endast 98 procent nås om programmen även sändes ut via satellit. I avtalet angavs vidare att bolaget skulle få sända reklam mot vederlag och program

mot betalning men att det endast fick ske under annonstid. Det nu gällande sändningstillståndet för TV4 AB innehåller likalydande villkor (se avsnitt 4.2.3).

## 2.5 Utvecklingen av ny teknik i samtliga sändningsformer

Som inledningsvis nämnts innebär den nu pågående övergången till digital teknik i samtliga sändningsformer för televisionen en effektivare TV-distribution. Övergången till digital teknik ger sändningsutrymme till en lägre kostnad per kanal än dagens analoga teknik på grund av att det helt enkelt ryms fler kanaler – mellan fyra till sex kanaler – inom samma frekvensutrymme än vad det gör med analog teknik. Digitaliseringen öppnar därutöver för tillämpningar som hittills varit förknippade med andra medier än TV. Exempel på sådana tillämpningar är elektronisk handel, elektronisk post eller informationssökning (se SOU 2001:90).

Särskilt för marknätet där det begränsade frekvensutrymmet i princip inte har kunnat utnyttjas för mer än tre kanaler har den nya tekniken inneburit helt nya möjligheter. Det gör att marknätet har kunnat öppnas för fler programföretag än Sveriges Television AB och TV4 AB.

### *Digitala TV-sändningar i satellit och kabel*

Reguljära digitala satellitsändningar inleddes år 1995 från satelliten Tele-X (numera Siriussatelliterna). Av de två svenska satellitdistributörerna (se avsnitt 3.3) inledde Canal Digital Sverige AB digitala sändningar hösten 1998. Viasat AB inledde digitala satellitsändningar hösten 2000. Sedan år 2001 sänder de båda satellitoperatörerna i stort sett hela sitt programutbud med digital teknik. Båda bolagen avser att helt upphöra med de analoga sändningarna. De flesta satellitsända TV-kanalerna för den svenska marknaden sänds numera med endast digital teknik. De abonnenter som tidigare abonnerade på analog satellit-TV har fått digital mottagarutrusning gratis av företagen som säljer satellit-TV-abonnemang.

År 1997 inleddes digitala TV-sändningar i kabelnät av com hem ab. UPC Sverige AB inledde sådana sändningar i slutet av

år 2001. Efter förvärvet av kabelföretaget Sweden On Line AB erbjuder Telenor Vision AB sina abonnenter digitala kabelsändningar. Nästan alla kabelanslutna hushåll tar emellertid än så länge emot programmen med enbart analog teknik.

### *Digitala TV-sändningar i marknät*

Våren 1997 beslutade riksdagen att digital marksänd TV skulle införas i Sverige (prop. 1996/97:67, bet. 1997/97:KU17, rskr. 1996/97:178). Beslutet innebar att digital marksänd TV skulle införas i flera steg med möjlighet för staten att successivt ta ställning till på vilket sätt verksamheten skulle fortsätta. Förutsättningarna skulle redan från början vara sådana att krav på yttrandefrihet, tillgänglighet och mångfald tillgodoses. Sändningsverksamheten skulle i sin helhet bekostas av de medverkande företagen. Parallellt med sändningsverksamheten har det skett ett utvärderingsarbete genom Digital-TV-kommitténs försorg (Ku 1997:06).

De digitala sändningarna – som ursprungligen omfattade fem områden med sammanlagt omkring 50 procent av Sveriges befolkning – kom i gång successivt under år 1999 och början av år 2000. Samtidigt tog staten genom Teracom-koncernen initiativ till uthyrning av avkodare (s.k. set top-boxar) för att hushållen skulle kunna ta emot de digitala marksändningarna i sina analoga TV-mottagare. År 2000 nådde de sändningarna i de fem försöksområdena full omfattning med omkring 18 TV-kanaler i samtliga områden.

I november 2000 beslutade riksdagen att marksänd digital-TV skulle få byggas ut i hela landet (prop. 2000/01:1 utg.omr. 17, bet. 2000/01:KrU1, rskr. 2000/01:59).

Regeringen har vid olika tillfällen beslutat om tillstånd att sända marksänd television med digital sändningsteknik. Efter riksdagens beslut om att digital marksänd TV skulle få byggas ut till att omfatta hela landet har tillstånden ändrats så att de ger rätt att sända i hela landet. Flera av tillstånden innebär också rätt att sända TV-program med reklam. I april 2003 hade tolv programföretag regeringens tillstånd att sända sina program med digital teknik i marknät. En redogörelse för vilka företag som har tillstånd finns i avsnitt 3.2.

Det finns för närvarande fem sändarnät för marksänd digital TV. Fyra av näten når omkring 90 procent av den fast bosatta befolkningen i Sverige. Ett femte nät når omkring 50 procent av befolkningen. För omkring 90 procent av Sveriges befolkning finns det för närvarande tekniska förutsättningar att ta emot digital marksänd TV. Antalet hushåll som anskaffat nödvändig mottagarutrustning och således faktisk utnyttjar denna möjlighet är än så länge få. Enligt uppgift från Boxer TV-Access AB hade omkring 140 000 abonnemang tecknats för att kunna ta emot digital marksänd TV i slutet av år 2002.

Digital-TV-kommittén överlämnade i november 2001 sitt slutbetänkande Digital TV – modernisering av marknätet (SOU 2001:90). Kommittén föreslog bl.a. att de analoga marksändningarna skulle avvecklas år 2007.

I mars 2003 överlämnade regeringen till riksdagen propositionen 2002/03:72 Digitala TV-sändningar. I propositionen föreslås att de digitala TV-sändningarna byggs ut och att de analoga TV-sändningarna skall ha upphört senast den 1 oktober 2007. Minst två sändarnät skall byggas ut så att de når mellan 98 och 99 procent av befolkningen. De sändarnät som har den största räckvidden skall i första hand användas av Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio och för andra sändningar som sker med stöd av sändningstillstånd med villkor om opartiskhet, saklighet och ett mångsidigt programutbud. De digitala marksändningarna som skall kunna tas emot utan villkor om särskild betalning skall sändas okrypterat. Vidare har föreslagits att en särskild kommission skall förbereda skiftet från analoga till digitala marksändningar. Skiftet skall ske etappvis och kan tidigast inledas när lagstiftningen om skyldighet att vidareända vissa TV-program i kabelnät har anpassats till att alla marksändningar är digitala. Enligt regeringens bedömning skall en sådan ändrad lagstiftning kunna träda i kraft under år 2005. Propositionen har ännu inte (april 2003) behandlats av riksdagen.

En närmare redovisning av den hittillsvarande utbyggnaden av de digitala marknäten lämnas i avsnitt 3.2.



*Hushållens tillgång till digital-TV*

Något mer än 70 procent av landets TV-tittare har möjlighet att ta emot fler kanaler än de tre analoga markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4.

Omkring 45 procent av tittarna tar emot programmen via kabelnät, 25 procent via egen eller samägd parabolantenn och 35 procent via en tak-, fönster-, balkong- eller bordsantenn. Ett mindre antal tittare tar också emot programmen genom uppkoppling mot Internet. Att summan blir mer än 100 procent förklaras av att olika TV-apparater hos en och samma tittare kan ha olika mottagningsätt.

Enligt Nordicoms Mediebarometer 2002 har 20 procent av befolkningen tillgång till digital-TV. Samma resultat redovisar MMS i en intervjuundersökning genomförd i oktober 2002. Hur stor andel av dem med tillgång till digital-TV som tar emot programmen i marknätet framgår inte av undersökningarna. En bearbetning av redovisade uppgifter i MMS Basundersökning 2002 ger dock följande fördelning.

*Tabell 2.1.* Andel av hela TV-befolkningen 3–99 år som har tillgång till digitala respektive analoga sändningar hösten 2002.

	Markdistribution	Kabeldistribution	Satellitdistribution
Digitala	3	4	12
Analoga	28	42	12

*Källa:* MMS Basundersökning 2002:2.

Detta stämmer väl med uppgifterna från Boxer TV-Access AB om 140 000 abonnemang för marksänd digital-TV vid årsskiftet 2002/2003.

## 3 Det svenska TV-landskapet i dag

### 3.1 En inledande översikt

I stort sett alla hushåll i Sverige har TV. Dessa tar i huvudsak emot sina TV-program från sändningar i marknät, sändningar via kabel-TV-nät eller genom sändningar över satellit. Sändningarna kan vara analoga eller digitala.

Uppskattningsvis tar enligt Mediamätning i Skandinavien MMS AB (MMS Årsrapport hösten 2002) omkring 35 procent av TV-hushållen emot sina TV-program via egen tak-, fönster- eller balkongantenn eller via en gemensam centralantenn, omkring 45 procent tar emot programmen via kabelnät och omkring 25 procent via egen eller samägd parabolantenn. Ett mindre antal hushåll tar också emot programmen från sändningarna genom uppkoppling mot Internet. Mer än hälften av alla TV-hushåll har fler än en TV-apparat. Olika TV-apparater hos ett hushåll kan ha olika mottagningsätt.

Enligt MMS Årsrapport har något mer än 72 procent av de svenska TV-hushållen tillgång till fler kanaler än de tre markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4.

De största svenska TV-kanalerna (bedömda utifrån antal faktiska tittare) är SVT1, SVT2 och TV4 som sänds via marknät. Sedan följer TV 3, Kanal 5, Eurosport, ZTV, MTV och TV6 som sänds via satellit. Alla med undantag av SVT1 och SVT2 är reklamfinansierade. SVT 1 och SVT2 är licensfinansierade.

Två av kanalerna är utländska. Det är Eurosport och MTV. Gemensamt gäller att utländska kanaler i ökad utsträckning genom bl.a. svensk speakerröst eller textning av programmen anpassas till det språkområde de vänder sig till.

Marknätet ägs och drivs av det statliga bolaget Teracom AB. De största kabel-TV-operatörerna, dvs. de företag som bedriver sändningsverksamhet genom kabel (tråd), är com hem ab, UPC, Kabelvision och Sweden On Line. För administrationen av

sändningar från satellit till svenska hushåll finns i Sverige två företag, Canal Digital och Viasat.

TV4 är den enda reklamfinansierade TV-kanal vars sändningar i stort sett hela befolkningen inte bara har möjlighet att ta emot utan också har faktiska förutsättningar att titta på. Det beror dels på att TV4 är den enda reklamfinansierade kanalen som har sändningstillstånd i det analoga rikstäckande marknätet, dels på att kabel-TV-företagen är skyldiga att vidareända TV4 i sina kabelnät (s.k. must carry). I detta avseende har kanalen TV4 liksom Sveriges Televisions kanaler SVT1 och SVT2, som också sänds i det analoga rikstäckande marknätet, en särställning i förhållande till alla andra konkurrerande TV-kanaler. De senare har till helt nyligen varit hänvisade till att sända sina program via satellit för mottagning endast via parabolantenn eller kabelnät. Under slutet av 1990-talet har emellertid statsmakterna beslutat om en digitalisering av marknätet, vilket bl.a. gett andra programföretag än Sveriges Television AB och TV4 AB möjlighet att också få sända program i marknät (se avsnitt 3.2).

En närmare redovisning av kanalutbudet, hushållens tillgång till kanaler och TV-tittandet lämnas i avsnitt 7 och bilaga 4.

### 3.2 Marksänd TV

#### *Analogt nät*

I Sverige finns ett rikstäckande nät av marksändare för distribution av TV-program. Sändarnätet anlades från början för att betjäna Sveriges Television och dess public serviceverksamhet. Sändarnätet för TV4 är tekniskt samordnat med sändarnätet för Sveriges Television genom att samma stationsanläggningar och antennsystem används.

Sändarnätet för Sveriges Televisions båda kanaler SVT1 och SVT2 består av 54 större sändarstationer och omkring 600 mindre stationer. Sändarnätet för SVT1 byggdes upp under perioden 1958–1964 och för SVT2 under perioden 1969–1971. Näten har en befolkningstäckning på närmare 100 procent (99,8 %).

Sändarnätet för TV4 består av 54 större sändarstationer och ett 20-tal mindre stationer. Sändarnätet byggdes upp under perioden 1991–1993. Befolkningstäckningen är närmare 98 procent.

*Digitala nät*

Från början skedde samtliga sändningar i marknätet med analog teknik. Våren 1997 beslutade riksdagen att digital marksänd TV skulle införas i Sverige (prop. 1996/97:67, bet. 1996/97:KU17, rskr. 1996/97:178). Under en första etapp skulle sändningarna inledas på ett begränsat antal områden (fem stycken) i landet och med möjlighet för staten att successivt ta ställning till på vilket sätt verksamheten skulle fortsätta. Förutsättningarna skulle redan från början vara sådana att krav på yttrandefrihet, tillgänglighet och mångfald tillgodosågs. Sändningsverksamheten skulle i sin helhet bekostas av medverkande företag.

Sändningarna kom igång successivt under år 1999 och i början av år 2000. Parallellt med sändningsverksamheten har det skett ett utvärderingsarbete genom Digital-TV-kommitténs försorg. I november 2000 beslutade riksdagen att marksänd digital-TV skulle få byggas ut till att omfatta hela landet (prop. 2000/01:1, utg.omr. 17, bet. 2000/01:KrU1, rskr. 2000/01:59).

Sändningsrätten omfattade ursprungligen fem områden med sammanlagt 50 procent av Sveriges befolkning. Efter riksdagens beslut att digital marksänd TV får byggas ut till att omfatta hela landet har också sändningsrätten sträckts ut till att omfatta hela landet. Vissa tillstånd ger endast rätt att sända i en viss del av landet. Samtliga sändningstillstånd gäller till utgången av år 2003.

I dagsläget finns det fem sändarnät för marksänd digital TV. Ett sjätte nät planeras. Fyra av de befintliga näten når omkring 90 procent av den fasta bosatta befolkningen i Sverige. Det femte nätet når omkring 50 procent av den fast bosatta befolkningen. Varje sändarnät rymmer minst 4 TV-kanaler. För att digitala TV-sändningar skall kunna tas emot krävs en särskild avkodare. Avkodaren kan vara en tillsats till TV-mottagaren, en s.k. set top-box, eller vara inbyggd i själva TV-mottagaren. Det av Teracom till 70 procent ägda bolaget Boxer TV-Access AB hyr ut utrustning för mottagning av digital marksänd TV i Sverige. Enligt bolaget fanns det i slutet av år 2002 omkring 140 000 abonnenter i det digitala marknätet.

Regeringen har nyligen (mars 2003) föreslagit att de digitala TV-sändningarna skall byggas ut och att de analoga TV-sändningarna skall upphöra efter en övergångsperiod (prop. 2002/03:72). Enligt förslaget skall minst två digitala sändarnät med plats för åtta TV-kanaler byggas ut så att de får samma räckvidd som de nuvarande

54 huvudsändarna. Dessa nät skall i första hand användas av Sveriges Television, Sveriges Utbildningsradio och för andra sändningar som sker med stöd av sändningstillstånd med villkor om opartiskhet, saklighet och ett mångsidigt programutbud. Enligt regeringens bedömning kan den angivna räckvidden vara uppnådd senast vid utgången av år 2005. De analoga TV-sändningarna läggs ned etappvis. Nedläggningen skall inledas tidigast när lagstiftningen om skyldighet att vidareända vissa TV-program i kabelnät har anpassats till att alla marksändningar är digitala. De analoga sändningarna skall ha upphört helt senast den 1 oktober 2007.

#### *Marknätoperatörer*

*Teracom AB* äger och driver de analoga och digitala marknäten. Bolaget är helägt av staten och moderbolag i Teracomkoncernen. För bolagets verksamhet gäller delvis olika ekonomiska principer beroende på om verksamheten är konkurrensutsatt eller inte. Icke konkurrensutsatt verksamhet, t.ex. de analoga utsändningarna av television för Sveriges Television AB:s och TV4 AB:s kanaler skall bedrivas med skälig lönsamhet, vilket innebär att prissättningen skall baseras på självkostnadskalkyler. Priset sätts därför oberoende av hur många tittare som faktiskt använder sig av mottagningsformen. För den konkurrensutsatta verksamheten, dit digitala utsändningar av television hör, gäller en marknadsanpassad prissättning, vilket i det här fallet innebär att TV-kanalerna betalar ett visst belopp för varje tittare som använder sig av mottagningsformen. Vidare gäller ett något lägre avkastningskrav för den analoga sändningsverksamheten än för den digitala (se prop. 1991/92:140. bet. 1991/92:KrI28, rskr. 1991/92:329 och prop. 1998/99:1, utg.omr.17, bet. 1998/99:KrU1, rskr. 1998/99:55).

*Boxer TV-Access AB* som ägs till 70 procent av Teracom AB och till 30 procent av Livförsäkringsaktiebolaget Skandia (publ.) hyr ut utrustning för mottagning av digital-tv i analoga TV-apparater (digital-tv-boxar) via återförsäljare och bedriver tjänster kring interaktiv digital-tv. Vidare tillhandahåller bolaget en branschgemensam och konkurrensneutral plattform för paketering, distribution och i förekommande fall också försäljning till en svensk publik av tv-program och andra tjänster som sänds via i första hand Teracoms digitala marknät.

Teracom AB har som framgått monopol på att distribuera rikstäckande analoga marksändningar av television. Något rättsligt hinder för någon annan operatör att jämte Teracom AB distribuera rikstäckande digitala sändningar av television i marknät finns inte. Höga investeringskostnader för att bygga ett sådant nät innebär dock att Teracom AB i praktiken har ett monopol.

### Sändningar med analog teknik

Sveriges Television AB, Sveriges Utbildningsradio AB och TV4 AB har regeringens tillstånd att sända sina TV-program med analog teknik i marknät över hela landet. Bolagens sändningstillstånd går ut den 31 december 2005. Enligt sändningsvillkoren är bolagen skyldiga att anlita Teracom som sändningsoperatör för distributionen av dessa sändningar.

För sändningarna betalar bolagen en distributionsavgift. Prissättningen baseras som nämnts på självkostnads kalkyler för Teracom AB. Enligt uppgift från Teracom är kostnaden för drift och underhåll av det analoga marknätet omkring 160 miljoner kronor om året exklusive moms per frekvens (som rymmer 4–6 programtjänster).

### Sändningar med digital teknik

Som nämnts finns det i dagsläget fem digitala sändarnät. Fyra av näten når omkring 90 procent av befolkningen och det femte omkring 50 procent. I april 2003 hade tolv programföretag regeringens tillstånd att sända sina TV-program med digital teknik i marknät. De är Sveriges Television AB, Sveriges Utbildningsradio AB, TV4 AB, Kanal 5 AB, Canal+ Television AB, DTU Television AB, TV Linköping LänkoMedia AB, Skånekanalen AB, Discovery Communication Europe, Eurosport Sales Organisation, MTV Networks Europe och NonStop Television AB.

Tillstånden ger programföretagen, med undantag för TV Linköping LänkoMedia AB och Skånekanalen AB rätt att sända i hela landet. För DTU Television AB gäller att företaget får sända i hela landet med undantag för Östergötland och Skåne. TV Linköping LänkoMedia AB:s sändningar är begränsade till Östergötland och Skånekanalen AB:s sändningar till Skåne.

Nuvarande sändningstillstånd ger programföretagen rätt att sända sammanlagt 18 rikstäckande kanaler eller programtjänster. Av dessa kanaler och programtjänster är – förutom TV4 AB:s tre kanaler – sex reklamfinansierade. Dessa är Kanal 5, ”DTU7/Noll-Ettan/Skånekanalen”, Discovery Channel, Animal Planet, Eurosport, MTV och E!. En beskrivning av programföretagens kanaler och hur programföretagen finansierar sin verksamhet lämnas nedan i avsnittet Aktörerna i marknät.

Sändningstillstånden ger som sagts flertalet programföretag rätt att sända i hela landet. Eftersom inte något av sändarnäten ännu är fullt utbyggt innebär detta dock i praktiken att ingen sändning kan nå hela landet. Enligt sändningsvillkoren är programföretagen visserligen i princip fria att välja sändningsoperatör för sändningarna. Men för närvarande finns inte någon annan sändningsoperatör än Teracom som distribuerar TV-program med digital teknik i marknät.

För sändningarna betalar programföretagen en marknadsanpassad distributionsavgift. Uppgifter om hur stor denna avgift är för respektive programföretag är inte offentliga.

### **Aktörerna i marknät**

*Sveriges Television AB* ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Stiftelseformen har valts för att säkerställa att verksamheten bedrivs självständigt i förhållande till staten, olika intresseorganisationer m.fl. Ledamöterna i förvaltningsstiftelsen utses av regeringen.

Sveriges Television har som public service-företag primärt som syfte att till hela den svenska befolkningen distribuera sändningar som tillgodoser alla människors smakriktningar och behov. Det innebär bl.a. att man skall sända program som värnar om det svenska språket, speglar de olika kulturer som finns i Sverige, medverkar till folkbildningen och tar ansvar för särskilda publikgrupper som i den kommersiella televisionen ställs utanför (prop. 2000/01:94 och Sveriges Televisions sändningstillstånd).

Sveriges Television bedriver sändningar över marknätet med såväl analog som digital teknik samt i satellit. Bolaget erbjuder för närvarande fem kanaler; SVT1, SVT2, 24, Barnkanalen och SVT Europa samt text-TV och verksamhet på Internet. SVT1 och SVT2

sänds analogt och digitalt i marknät, medan övriga kanaler enbart sänds digitalt, 24 och Barnkanalen i samtliga distributionsformer och SVT Europa över satellit. 24 och Barnkanalen sänds över satellit av Canal Digital och Viasat samt i com hems och UPC:s digitala kabelnät. Dessutom sänds SVT1 och SVT2 i kabelnät på grund av den vidareändningsplikt (must carry) som gäller enligt radio- och TV-lagen.

Finansieringen av verksamheten sker i huvudsak med TV-avgifter (apparatavgifter) vilka betalas in till det särskilda rundradiokontot hos Riksgäldskontoret. Riksdagen fastställer varje år storleken på de medel som skall tilldelas Sveriges Television från kontot. En mindre del av verksamheten finansieras med sponsring av sportsändningar, visningsrätter och tekniska tjänster. Tidigare bidrog även TV4 AB:s koncessionsavgift till finansieringen av verksamheten genom att medlen tillfördes rundradiokontot. Från och med år 1996 betalas dock dessa medel in till statskassan (prop. 1994/95:100 bil 12, bet. 1994/95:KrU26, rskr. 1994/95:367).

*Sveriges Utbildningsradio AB* ägs också av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Samma krav på självständighet som gäller för Sveriges Television i förhållande till staten, olika intresseorganisationer m.fl. gäller också för Sveriges Utbildningsradio. Sveriges Utbildningsradio erbjuder utbildningsprogram och kurser till barn, ungdomar och vuxna på olika utbildningsnivåer inom samtliga utbildningsområden. Sveriges Utbildningsradio bedriver sändningar över marknätet med såväl analog som digital teknik. Bolaget har inga egna kanaler utan sänder sina program enbart i Sveriges Televisions båda kanaler SVT1 och SVT2. Finansieringen av verksamheten sker genom att företaget tilldelas 4,7 procent av TV-avgiftsmedlen.

*TV4 AB* ägs till huvuddelen av Bonnier och Alma Media samt Modern Times Group AB (MTG). TV4 AB sänder kanalerna TV4, TV4 plus, chattjänsten Mediteve och CNN. I TV4-sfären ingår även 16 lokala TV-stationer och TV4 Interaktiv som består av TV4.se och TV4 Text-TV. Den lokala TV-organisationen är organiserad i fem helägda bolag samt två stationer utan ägande från TV4 AB. TV4 AB sänder kanalen TV4 över marknätet med såväl analog som digital teknik. Det gäller även kanalen TV4 plus. Chattjänsten Mediteve sänds endast digitalt i marknätet. Kanalen TV4 sänds även över satellit och kabel med både analog och digital teknik. Kanalen vidareänds också som tidigare nämnts i kabel-TV-



nät på grund av den vidareändningsplikt (must carry) som gäller enligt radio- och TV-lagen. TV4 plus distribueras även i kabelnät av bl.a. com hem ab, Canal Digital, Sweden On Line och Telenor Vision. Finansieringen av programverksamheten sker huvudsakligen genom reklam och sponsring. För sin ensamrätt att sända TV-program med reklam i det analoga marknätet betalar TV4 AB en koncessionsavgift till staten (se vidare avsnitt 4.4).

*Kanal 5 AB* startade år 1989 under namnet Nordic Channel. Bolaget ägs av Scandinavian Broadcasting System (SBS) med huvudkontor i Luxemburg. Bolaget har tillstånd att sända Kanal 5 över marknät med digital teknik. Kanalen sänds även via satellit från Storbritannien. SBS finns i ytterligare sju länder i Europa. Finansieringen av programverksamheten sker genom reklam och sponsring.

*CANAL+ Television AB* ingår i Canal+ Group som i sin tur ägs av Vivendi Universal. Bolaget finns i tio länder i Europa och fyra länder i Afrika. År 1997 lanserade bolaget fem kanaler för den nordiska TV-marknaden, varav Canal+, Canal+ Gul och Canal+ Blå sänds i Sverige. Bolaget har tillstånd att sända de tre kanalerna över marknätet med digital teknik. Kanalerna sänds också i satellit och kabel med både analog och digital teknik med undantag för Canal+Blå som inte sänds analogt via kabel. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsavgifter (betal-TV).

*DTU Television AB* ägs av Malmö Mediantressenter AB, ISB Movieproduction AB och Sky Ventures. Malmö Mediantressenter AB är även huvudägare i Sydtelevision som i sin tur äger Skånekanalen. Bolaget driver kanalen DTU7 som lanserades i början av år 2001. Kanalens innehåll riktar sig i huvudsak till etniska minoritetsgrupper som bor i Sverige i dag. Målgrupper är personer med arabiskt, bosniskt, kosovo-albanskt, persiskt, rumänskt, serbiskt och turkiskt ursprung. Bolaget har tillstånd att sända kanalen DTU7 över marknätet med digital teknik i hela Sverige med undantag för Östergötland och Skåne. Kanalen sänds även i com hems kabel-TV-nät.

*TV Linköping LänkoMedia AB* driver kanalen Noll-Ettan. Bolaget är ett helägt dotterbolag till Lokal-TV Nätverket i Sverige AB som i sin tur ägs av Egmont Holding AB, Visit AB, TV Holding i Sverige AB och Göran Nord. Kanalen sänder lokala och regionala nyheter, sport och underhållning samt information för företag och organisationer i regionen. Bolaget har tillstånd att sända kanalen i det digitala marknätet över Östergötland. Kanalen

sänds också i ett flertal kabel-TV-nät i Östergötland. Sändningarna är även tillgängliga via Internet. Programverksamheten finansieras genom reklam och TV-produktionsuppdrag.

*Skånekanalen AB* (tidigare Landskrona Vision) ägs av Sydtelevision AB, Kristianstad Vision AB, HSB Landskrona och Landskrona Hem samt ett antal mindre företag med förankring i regionen. Kanalen sänder i samarbete med kanalen DTU7 lokala nyheter och samhällsinformation samt text-TV. Bolaget har tillstånd att sända kanalen i det digitala marknätet över Skåne. Kanalen sänds också via regionala kabel-TV-nät. Programverksamheten finansieras genom reklam och sponsring.

*Discovery Communications Europe* ägs av Liberty Media Corporation, Cox Communications Inc. Advance/Newhouse, John S. Hendricks. Discovery Communications kanaler finns i ett 50-tal länder och sänder på ett 20-tal språk. I Sverige sänds sedan år 1989 Discovery Channel via satellit och kabel och sedan år 1997 Animal Planet. Discovery Channel är en dokumentärkanal som främst sänder historie-, teknik-, djur- och astronomiprogram. Animal Planet är en renodlad natur- och djurkanal. Bolaget har sedan november 2001 tillstånd att sända Discovery Channel och Animal Planet i det digitala marknätet. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsavgifter (tittaravgifter), reklam, sponsring och distributionsintäkter.

*Eurosport Sales Organisation* ägs av franska TF1 (tidigare delägare var Canal+). Kanalen Eurosport startade år 1989 som en engelskspråkig sportkanal. Sedan år 1993 är kanalen lokalt anpassad och sänder på svenska. Kanalen finns i 54 länder och sänder på 18 språk. I Sverige sänds kanalen digitalt via satellit och kabel-TV-nät. Eurosport Televisions AB i Sverige svarar för den nordiska verksamheten. Bolaget har tillstånd att sända kanalen Eurosport i det digitala marknätet. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsavgifter (tittaravgifter) distributionsintäkter och till viss del genom intäkter från reklam.

*MTV Europe* ingår i MTV Networks som ägs av Viacom. MTV Networks har TV-kanaler i 164 länder. I Sverige sänder bolaget kanalerna MTV, VH1 och Nickelodeon. MTV är en musikkanal som främst riktar sig till ungdomar, VH1 sänder musikvideos och musikedokumentärer och Nickelodeon är en barnkanal. Kanalerna sänds digitalt och analogt via satellit och kabel-TV-nät. Bolaget har tillstånd att sända kanalerna MTV, VH1 och Nickelodeon i det digitala marknätet. Programverksamheten finansieras genom

abonnemangsavgifter (tittaravgifter) distributionsintäkter och intäkter från reklam, med undantag för VH1 och Nickelodeon som finansieras genom abonnemangsavgifter (tittaravgifter) och distributionsintäkter.

*NonStop Television AB* ägs av Millenium Media Group. Bolaget har tillstånd att sända kanalen E! i det digitala marknätet. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsavgifter.

### 3.3 Satellitsänd TV

TV-överföring via satellit kan ske i tre olika former.

- satelliten förmedlar sändningar mellan två markstationer (sändare och mottagare),
- satelliten förmedlar sändningar mellan en markstation (sändare) och kabelnät eller bredbandsnät (mottagare),
- satelliten förmedlar sändningar mellan en markstation (sändare) och enskilda abonnenter (mottagare).

Såvitt gäller sändningar via satellit är begreppen satellitoperatör, satellitprogramföretag och satellitentreprenör av betydelse. Satellitoperatörerna administrerar sändningarna via satellit för satellitprogramföretag och satellitentreprenörer. Satellitprogramföretag bedriver sändningsverksamhet av program (kanaler) över satellit. Satellitentreprenörer bedriver sändningsverksamhet av program (kanaler) för annans räkning eller upplåter satellitkapacitet.

Two satellitsystem erbjuder i dag sändning från sina satelliter över den nordiska marknaden; Siriussatelliterna (Sirius W, Sirius 2, Sirius 3) vilka ägs av NSAB (Nordiska Satellit AB) och Telenors satelliter (Canal Digital). Viasat hyr kapacitet av NSAB och Canal Digital av Telenor.

#### *Satellitoperatörer*

Two företag dominerar på den svenska marknaden när det gäller administrationen av sändningarna via satellit. Det är Canal Digital och Viasat.

*Canal Digital* ägs av Telenor. Bolaget har drygt 400 000 abonnenter varav uppskattningsvis 350 000 i Sverige. Bolaget

sänder sedan den 3 september 2001 enbart digitalt. Bolaget samarbetar med kabelsändarföretaget Sweden on Line, som är ett dotterbolag till Telenor, i syfte att erbjuda Sweden on Lines abonnenter digital-TV. Canal Digital tillhandahåller digital-tv-boxar med dubbla kortplatser, vilket innebär att det är möjligt att samtidigt ta emot sändningar från flera satellitprogramföretag.

*Viasat* ingår i MTG-koncernen. Bolaget har drygt 450 000 abonnenter varav uppskattningsvis 250 000 i Sverige, varav närmare hälften har digital mottagning. Bolaget sänder analogt endast kanalerna TV3 och ZTV. Abonnenter som tidigare prenumererade på betal-tv har utan kostnad fått tillgång till digital-tv-box.

### Satellitprogramföretag och satellitentreprenörer

Något tillståndskrav gäller inte för den som vill bedriva sändningsverksamhet via satellit. Däremot gäller under vissa förutsättningar ett krav på registrering hos Radio- och TV-verket (2 kap. 3 § radio- och TV-lagen).

Följande tio företag är i dag registrerade hos verket som satellitprogramföretag; Canal+ Television AB, TV 1000 AB, TV 6 Sverige AB, CineCinemas AB/The Studio, Nordic Shopping Sverige Aktiebolag, JAPA Multimedia TV Produktion, Didar HB, Nordiska Satellitaktiebolaget, Great Wall TV AB och Assyria International.

JAPA Multimedia TV Produktion, Didar HB och Great Wall TV AB har ännu inte kommit igång med någon sändningsverksamhet och kommer därför inte att behandlas i den följande redogörelsen över satellitföretagen.

Förutom de företag som är registrerade hos Radio- och TV-verket sänder en rad andra företag som inte omfattas av svensk jurisdiktion satellitsänd TV, exempelvis MTG (Modern Times Group AB) som sänder TV3 och Discovery Communication Europe som sänder Discovery Channel och Animal Planet. Även Sveriges Television AB och TV4 AB sänder över satellit som komplement till sändningarna över marknätet.

*Registrerade satellitprogramföretag*

*Canal+ Television AB* ingår som tidigare nämnts i Canal+ Group som i sin tur ägs av Vivendi Universal. Bolaget sänder svenska Canal+ och Canal +Gul både digitalt och analogt via satellit och kabel-TV-nät. Canal+ BLÅ sänds enbart med digital teknik. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsinträder (tittaravgifter).

*TV1000 AB* ingår som tidigare nämnts i MTG-koncernen. Bolaget sänder kanalerna TV1000 och TV1000 Cinema över satellit med digital teknik. Kanalerna finns också tillgängliga i kabel-TV-nät, men inte längre i marknät. TV1000 sänder filmer, sportevenemang och underhållning. TV1000 Cinema är en renodlad filmkanal. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsinträder (tittaravgifter).

*TV6 Sverige AB* ingår i MTG-koncernen. Kanalen TV6 är delad i TV6 Natur och TV6 Action. Kanalen sänds över satellit och kabel-TV-nät med digital teknik. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsinträder (tittaravgifter).

*The Studio* (tidigare CineCinemas) ägs av multiThématiques Group som i sin tur ägs av Canal Plus, Group Lagardère, Liberty Media, Havs Images och Part 'Com. Företaget sänder kanalen The Studio som är en film- och dokumentärkanal. Kanalen sänds över satellit med digital teknik. Programverksamheten finansieras genom abonnemangsinträder (tittaravgifter).

*Nordic Shopping Sverige AB* driver en köp-TV-kanal. Sändningstiden köps hos Kanal 5.

*Nordiska Satellitaktiebolaget* som bl.a. ägs av Rymdbolaget AB och driver Sirius Satellitplattform driver även kanalen Sirius Channel. Kanalen sänder information för Nordiska Satellitaktiebolagets kunders räkning. Den är fritt tillgänglig för den som har parabolantenn (free to air).

*Satellitprogramföretag som inte är registrerade*

*Viasat Broadcasting UK Ltd* (MTG) sänder sedan den 31 december 1987 kanalen TV3 över satellit från Storbritannien med licens från ITC som är den engelska motsvarigheten till Radio- och TV-verket i Sverige. Enligt Granskningsnämnden för radio och TV faller kanalen utanför svensk jurisdiktion. Kanalen inriktar sig på

underhållning. Programverksamheten finansieras genom reklam och sponsring.

*TV8 AB* som ingår i MTG-koncernen sänder kanalen TV8. Kanalen inriktar sig på ekonominyheter och dokumentärer. Programverksamheten finansieras genom reklam och sponsring.

*Kanal 5 AB* ägs som tidigare nämnts av SBS. Bolaget sänder Kanal 5 över satellit från Storbritannien med licens från ITC. Enligt Granskningsnämnden för radio och TV faller kanalen utanför svensk jurisdiktion. Programverksamheten finansieras genom reklam och sponsring.

#### *Satellitentreprenörer*

Den som för någon annans räkning bedriver sändningsverksamhet av program över satellit eller upplåter satellitkapacitet i Sverige skall registrera sig hos Radio- och TV-verket som satellitentreprenör.

Följande fyra företag är i dag registrerade hos verket som satellitentreprenörer, nämligen Nordiska Satellitaktiebolaget (delvis ägt av Rymdbolaget AB), Telia AB (svenska staten majoritetsägare), Sveriges Utbildningsradio AB (stiftelse bildad av staten) och Teracom AB (helägt statligt bolag).

#### *Paneuropeiska satellitkanaler*

Det finns även ett antal paneuropeiska satellitkanaler som har en hög penetration i Sverige. Några av dessa kanaler har även tillstånd att sända i det digitala marknätet. Kännetecknade för de paneuropeiska kanalerna är att de kan klassificeras som tematiska eller segmenterade efter demografiska variabler eller intresseområden.

Paneuropeiska satellitkanaler med hög penetration i Sverige är Eurosport, MTV, CNN Int., Discovery, BBC Prime och BBC World. Av dessa kanaler är CNN Int. en ren reklamfinansierad kanal, medan övriga kanaler finansieras genom reklam och distribution.

### 3.4 Kabelsänd TV

De flesta sändningar som löper genom kabelnätet är vidare-sändningar. Det förekommer också ursprungliga sändningar. En vidare-sändning är en samtidig och oförändrad återutsändning av ett program från en markstation (sändare) eller från en satellit. En ursprunglig sändning förs direkt ut i kabelnätet.

Utbyggnaden av kabelnät till hushållen tog fart i mitten av 1980-talet genom att program från satelliter vidare-sändes i kabel. I dag är omkring två miljoner hushåll anslutna till kabelnät enligt Kabel-TV-föreningen (en intresseorganisation för kabel-TV-nätinnehavare).

Ett kabelnät kan användas för såväl analog som digital TV-distribution. Centralen i stamnätet behöver dock anpassas till den valda distributionsformen.

Ett och samma företag kan vara såväl nätinnehavare som kabelsändarföretag.

#### Nätinnehavare

För att installera och inneha ett kabelnät krävs inte tillstånd.

Det finns omkring 70 nätinnehavare i Sverige. De nätinnehavare som har flest anslutna betalande hushåll är *com hem ab*, Kabelvision AB, Telenor Vision Sweden On Line AB och UPC Sverige AB.

*com hem ab* ägs av Telia AB. Bolaget har närmare 1 400 000 anslutna hushåll.

*Kabel Vision AB* ägs av Tele2 AB (MTG-relaterat). Bolaget har omkring 320 000 anslutna hushåll.

*Telenor Vision Sweden On Line AB* ägs av det norska bolaget A/S Telenor. Bolaget har omkring 275 000 anslutna hushåll.

*UPC Sverige AB* ägs av United Pan-Europe Communications (United Global Com). Bolaget har omkring 265 000 anslutna hushåll.

#### Kabelsändarföretag

Något tillståndskrav gäller inte för kabelsändningar. Däremot gäller ett krav på registrering hos Radio- och TV-verket för den som sänder ursprungligt (se avsnitt 4.1).

Det finns i dag 94 kabelsändarföretag registrerade hos Radio- och TV-verket. Ett av företagen – com hem ab – bedriver rikstäckande sändningar. Övriga företag sänder lokalt, ofta över en enstaka kommun.

Radio- och TV-verket kan också förordna en juridisk person, som har bildats för att bedriva lokala kabelsändningar, som ett lokalt kabelsändarföretag. Ett sådant förordnade ger företaget utan kostnad tillgång till ett bestämt utrymme i varje kabelnät med fler än hundra anslutna bostäder inom en kommun. Det finns inte några närmare krav på hur ett lokalt kabelsändarföretag skall vara organiserat utöver att det skall vara en juridisk person som kan antas låta olika intressen och meningssinriktningar komma till tals i verksamheten och som har bildats just för att bedriva lokala kabelsändningar. Det finns i dag 28 lokala kabelsändarföretag förordnade av Radio- och TV-verket.

Ett kabelsändarföretag får finansiera sina sändningar med reklam och sponsring. Ett lokalt kabelsändarföretag får finansiera sina sändningar med sponsring (se 7 kap. 11 § radio- och TV-lagen).

### Sändningar med digital teknik

Av kabelsändarföretagen sänder com hem ab, UPC Sverige AB och Telenor Visions Sweden on Line AB sina program med såväl analog som digital teknik. Övriga kabelföretag sänder endast analogt.

I april 2003 hade omkring 90 procent av com hem:s anslutna hushåll (1,3 miljoner) möjlighet att ta emot digitala sändningar. Vid samma tidpunkt hade också omkring 95 procent av UPC Sveriges och omkring 75 procent av Telenor Visions anslutna hushåll (265 000 respektive 275 000) möjlighet att ta emot digitala sändningar. Förutom traditionella TV-sändningar erbjuder alla tre operatörerna tittarna tjänsten Pay-per-View vilken ger tittarna möjlighet att beställa film, sportevenemang och musikprogram från ett visst givet utbud och betala bara för de beställda programmen. Alla tre operatörerna tillhandahåller också höghastighetsinternet-tjänster via sina kabelnät.



## 4 Regelverket

### 4.1 Tillståndspliktiga och inte tillståndspliktiga TV-sändningar

En särskild grundlag för andra massmedier än tryckta skrifter, yttrandefrihetsgrundlagen (YGL), började gälla år 1992. Den omfattar ljudradio, television och vissa liknande överföringar samt filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar. Dess syfte är att värna yttrandefriheten och det fria informationsflödet i vidaste bemärkelse. YGL bygger på samma grundsatser som tryckfrihetsförordningen, vilket innebär bl.a. att principen om etableringsfrihet gäller för hela det moderna massmedieområdet. Endast i fråga om användningen av radiofrekvensspektrum har en etableringsfrihet i tryckfrihetsrättslig mening inte kunnat genomföras. Rätten att sända radioprogram på annat sätt än genom tråd – i dagligt tal etersändningar (eller marksändningar som används motsatsvis till satellitsändningar) – får enligt 3 kap 2 § YGL regleras genom lag som innehåller föreskrifter om tillstånd och villkor för att sända. För trådsändningar – i dagligt tal kabelsändningar – råder däremot etableringsfrihet enligt 3 kap. 1 § YGL.

Radio- och TV-lagen (1996:844) innehåller föreskrifter om sändningar av bl.a. TV-program som är riktade till allmänheten och avsedda att tas emot med tekniska hjälpmedel (1 kap. 1 § första stycket). Vilka sändningar som omfattas av radio- och TV-lagen följer av direktiv 89/552/EEG och 97/36/EG (det s.k. TV-direktivet). Principen är att ett programföretag skall falla inom den stats jurisdiktion där företaget är etablerat. I andra hand är tekniska kriterier avgörande. Om det inte heller med stöd av dessa kriterier går att bestämma vilket land som är ansvarigt, får bestämmelserna i EG-fördraget om etablering falla avgörandet (se prop. 1997/98:184 s. 29–33).

Mot bakgrund av nu redovisade principer för vilken medlemsstat som skall anses ansvarig för sändningarna föreskrivs i 1 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen att lagen gäller för sändningar av TV-program, om sändningen kan tas emot av någon stat som är bunden av avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES-stat) och den som bedriver sändningsverksamheten 1) är etablerad i Sverige enligt definitionen i artikel 2.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG om ändring av rådets direktiv 89/552/EEG om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, 2) varken uppfyller kriterierna under 1 eller är etablerad i någon annan EES-stat, men använder sig av en frekvens som har upplåtits här i landet, 3) varken uppfyller något av kriterierna under 1 och 2 eller använder sig av en frekvens som har upplåtits av någon annan EES-stat, men använder sig av en satellitkapacitet som tillhör Sverige, 4) varken uppfyller något av kriterierna under 1, 2 och 3 eller använder sig av en satellitkapacitet som tillhör någon annan EES-stat, men använder sig av en satellitupplänk belägen i Sverige, eller 5) varken uppfyller något av kriterierna under 1, 2, 3 och 4 eller använder sig av en satellitupplänk belägen i någon annan EES-stat, men är etablerad i Sverige enligt artikel 52 och följande i fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen.

Radio- och TV-lagen gäller för kabelsändningar endast om sändningen når fler än 100 bostäder (1 kap. 3 § första stycket).

För att sända TV-program med hjälp av radiovågor på frekvenser under 3 gigahertz krävs tillstånd (2 kap. 1 § första stycket). Tillstånd meddelas av regeringen (2 kap. 2 § första stycket). Tillståndsplikten gäller oavsett om utsändningen sker med analog eller digital teknik. Sveriges Television AB, Sveriges Utbildningsradio AB och TV4 AB har regeringens tillstånd att sända sina TV-program med analog teknik i marknät över hela landet. Vilka företag som har tillstånd att sända digitalt har redovisats i avsnitt 3.2.

Sändningar i tråd och över satellit är tillståndsfria, men en registreringsskyldighet råder (2 kap. 3 §), främst av tillsynsskäl. Följande tio satellitprogramföretag är registrerade (april 2003): Canal+ television AB, TV1000 AB, TV6 Sverige AB, CineCinemas AB/The Studio, Nordic Shopping Sverige Aktiebolag, JAPA Multimedia TV Produktion, Didar HB, Nordiska Satellitaktiebolaget, Great Wall TV AB och Assyria International. I avsnitt 3.3

har lämnats en redogörelse för vilka satellitprogramföretag som är registrerade. Vidare finns 184 registrerade kabel-TV-företag.

Sändningstillstånd som meddelas av regeringen får förenas med villkor som innebär att sändningsrätten skall utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i televisionen. Ett sändningstillstånd får därutöver förenas med vissa skyldigheter och förbud som anges i 3 kap. 2–4 §§ andra stycket (3 kap. 1 §). Vad dessa skyldigheter och förbud närmare går ut på framgår bl.a. av Sveriges Televisions AB:s och TV4 AB:s sändningstillstånd (se avsnitt 5.2.3).

#### *Vidaresändningar i kabelnät*

Var och en som äger eller annars förfogar över ett kabelnät för vidaresändning av TV-program till allmänheten och som når fler än tio bostäder skall se till att de boende i fastigheter som är anslutna till nätet kan ta emot TV-sändningar som sker med tillstånd av regeringen och som är avsedda att tas emot i området utan villkor om särskild betalning. Skyldigheten gäller dock inte för samtliga sådana sändningar utan endast för sändningar för vilka sändningstillståndet har förenats med krav på opartiskhet och saklighet samt ett villkor om ett mångsidigt programutbud där det skall ingå nyheter (8 kap. 1 § första stycket). Vidare gäller att sändningarna skall kunna tas emot på ett tillfredsställande sätt och utan kostnad för själva mottagningen. Ett program som har sänts ut enbart med digital teknik behöver sändas vidare endast om det sänds andra program i nätet med digital teknik. Det behöver då sändas vidare endast digitalt (andra stycket). Sändningsplikten gäller även sändningar som en tillståndshavare sänder för att uppfylla skyldigheten att sända i hela landet eller till delar av landet, men där sättet att sända inte kräver regeringens tillstånd (tredje stycket).

Bakom bestämmelserna om sändningsplikt, den s.k. must carry-skyldigheten, ligger uppfattningen att program som är avsedda att tas emot av var och en med enkel utrustning också skall vara tillgängliga för den som är ansluten till ett kabelnät.

Enligt 3 kap. 2 § första stycket 1 radio- och TV-lagen kan regeringen ställa krav på att sändning sker till hela landet eller del av landet. Om tillståndshavaren uppfyller detta krav genom att till en del av landet sända över satellit, såsom för närvarande sker enligt

tillståndet för TV4 (se avsnitt 4.2.3) omfattas även dessa kompletterande TV-sändningar av sändningsplikten.

Sändningsplikten har dock begränsningar. Sändningsplikten omfattar högst tre samtidigt sända TV-program som sänds av tillståndshavare vars verksamhet finansieras genom anslag från TV-avgiften enligt lagen (1989:41) om TV-avgift och högst ett TV-program som sänds av en annan tillståndshavare (8 kap. 1 § fjärde stycket). Det innebär att utöver de nuvarande programkanalerna SVT1 och SVT2 kan högst ett utsänt program (i praktiken digitalt) omfattas av sändningsplikten i kabelnät där det sänds andra program med digital teknik. Vidare rymms TV4 i sändningsplikten enligt p. 3 övergångsbestämmelserna till lagen (1998:1713) om ändring i radio- och TV-lagen.

## **4.2 TV4:s tillstånd att sända rikstäckande marksänd television med analog teknik**

### **4.2.1 1991 års sändningstillstånd**

Den 11 november 1991 gavs Nordisk Television AB (senare namnändrat till TV4 AB) tillstånd med stöd av bestämmelserna i dåvarande radiolagen (1966:755) att här i landet sända televisionsprogram i rundradiosändning. Enligt det avtal som ingicks mellan staten och bolaget åtog sig bolaget – utom annat – att låta sända ut sina program över ett nät av marksändare som skulle byggas ut så att 99,8 procent av Sveriges befolkning kunde ta emot programmen före utgången av år 1997. Enligt avtalet fick bolaget under annonstid sända reklam mot vederlag och program mot betalning.

### **4.2.2 1996 års sändningstillstånd**

*Skärpta krav på kulturproduktioner och krav på att programmen skall göras tillgängliga för funktionshindrade*

1991 års tillstånd gällde ursprungligen till utgången av februari 1998, men ersattes den 12 december 1996 av ett nytt sändningstillstånd. Samtidigt upphävdes avtalet mellan staten och bolaget. Avtalet ersattes av ett beslut med tillståndsvillkor som utformades med stöd av bestämmelserna i radio- och TV-lagen (1996:844), som hade trätt i kraft den 1 december samma år. Enligt det nya

tillståndet gavs TV4 tillstånd att sända rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen. Det innebar enligt tillståndet rätt för TV4 att i hela landet, under hela dygnet samtidigt sända ett program. Vidare föreskrevs i tillståndet – vilket var en nyhet – att TV4 skulle använda analog utsändningsteknik för marksändningarna.

I det nya sändningstillståndet skärptes kraven på programföretaget på några punkter, bl.a. angående kulturproduktioner. Vidare skulle programmen göras tillgängliga för funktionshindrade (prop. 1996/97:67 s. 36 f.). I övrigt gällde i princip samma krav på programverksamheten som tidigare. Graden av detaljreglering minskades dock väsentligt. I stället skulle en årlig uppföljning ske av programverksamheten.

När det gällde regionala TV-produktioner innebar 1996 års tillstånd att den regionala förankringen behölls. Sättet att organisera programverksamheten skulle bidra till att händelser och skeenden i olika delar av landet speglades i programmen. Nyhetsförmedling och samhällsbevakning skulle utgå från olika perspektiv, så att händelser inte ensidigt värderades från Stockholms utgångspunkter. Produktionsföretag som var verksamma utanför Stockholms län skulle medverka i programproduktionen.

#### *1996 års tillstånd kompletteras med krav på regionala sändningar*

I 1991 års avtal med TV4 fanns inga direkta krav på regionala sändningar. TV4 åtog sig ensidigt att upprätta redaktioner i Malmö, Göteborg och Norrland. Detta åtagande uppfylldes inte utan TV4 valde att i stället träffa avtal med ett flertal lokala TV-stationer som sände regionala program på fasta tider i TV4:s sändningar.

Den 5 juli 1997 beslutade regeringen efter det att TV4 lämnat ett åtagande angående regionala sändningar att TV4:s nya sändningstillstånd med verkan från den 1 juli 1997 skulle kompletteras med en skyldighet för TV4 att regionalt sända och producera program och att de regionala sändningarna skulle ske i minst samma antal områden och i minst samma omfattning som under år 1996. I gengäld ändrades reklamreglerna så att TV4:s rätt att sända annonser ökades i vissa avseenden (se prop. 1996/97:101 s. 15–17 och avsnitt 4.3).

### 4.2.3 Gällande sändningstillstånd

1996 års tillstånd gällde till och med den 31 december 2001. Den 20 december 2001 förlängdes tillståndet på i huvudsak oförändrade villkor med ytterligare fyra år sedan tillståndsvillkoren hade godtagits av TV4. Tillståndet trädde i kraft den 1 januari 2002 och gäller t.o.m. den 31 december 2005. Samtidigt upphörde TV4:s då gällande sändningstillstånd.

I det nya tillståndet anges redan i ingressen att tillståndet att sända rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen gäller marksänd television med analog teknik. Det tidigare tillståndet innehöll inte någon sådan precisering utan angav endast att tillståndet gällde rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen. Att det tidigare tillståndet avsåg marksänd television med analog utsändningsteknik följde i stället av de närmare villkoren för sändningsrätten.

Liksom tidigare tillstånd gäller att tillståndet i enlighet med bestämmelserna i 3 kap. 7 § andra stycket radio- och TV-lagen förlängs på oförändrade villkor med ytterligare fyra år, om TV4 önskar det och regeringen inte senast två år före tillståndstidens utgång meddelar att tillståndet inte kommer att förlängas eller att regeringen önskar förändra villkoren samt att tillståndet kan återkallas enligt bestämmelserna i 11 kap. 1 och 2 §§ radio- och TV-lagen. Det innebär att TV4, förutsatt att företaget uppfyller tillståndsvillkoren, har rätt att sända rikstäckande marksänd television med analog teknik t.o.m. den 31 december 2005.

För sändningsrätten föreskrivs följande villkor (inom parentes anges tillämplig bestämmelse i 3 kap. radio- och TV-lagen).

#### *Allmänna villkor*

Sändningsrätten skall utövas opartiskt och sakligt. Bestämmelserna i 6 kap. 5 § radio- och TV-lagen om förbud mot åsiktsreklam skall iakttas. Kravet på opartiskhet och saklighet gäller dock inte reklam och program som inte är reklam och som sänds på uppdrag av någon annan. TV4 skall beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i televisionen (1 §).

TV4 skall sända program i hela landet (2 § 1). Att sända till hela landet innebär att minst 98 procent av den fast bosatta befolk-

ningen skall kunna ta emot sändningarna via marknätet. Därutöver skall programmen distribueras genom satellit till den del av befolkningen som inte utan stora kostnader kan nås av utsändningar från marksändare. Sändningarna skall ha samma utbredning som under år 1996.

TV4 skall utforma marksändningarna på sådant sätt att de inte endast kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet (2 § 17). I den mån satellitsändningen kodal skall den del av befolkningen som enbart kan ta emot TV4 via satellit kunna göra detta utan kostnad för själva mottagningen.

TV4 skall sända program under i genomsnitt minst 50 timmar per vecka under ett kalenderår (2 § 2).

TV4 skall göra stora underhållningsprogram och svensk TV-dramatik tillgänglig för funktionshindrade i minst samma omfattning som under år 1996 (2 § 5). Verksamheten för funktionshindrade skall under tillståndsperioden utökas i den mån nya tekniska förutsättningar gör detta möjligt inom ramen för oförändrade kostnader.

TV4 skall använda analog utsändningsteknik för marksändningar och köpa utsändningstjänster för analoga marksändningar från Teracom AB (2 § 7 och 8).

#### *Villkor för programverksamheten*

TV4 skall ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen (2 § 9).

Den enskildes privatliv skall respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat (2 § 12).

TV4 skall, inom ramen för de kommersiella villkor företaget har att följa, erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet. Programmen skall utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet i skälig omfattning tillgodoser skiftande behov och intressen hos landets befolkning. Sättet att organisera verksamheten skall bidra till att händelser och skeenden i olika delar av landet speglas i programmen (2 § 13).

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning skall utgå från olika perspektiv, så att händelser inte ensidigt värderas från Stockholms utgångspunkter. TV4 skall meddela nyheter samt kommentera eller på annat sätt belysa händelser och skeenden och därvid ge den

allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och kunna ta ställning i samhällsfrågor. TV4 skall stimulera till debatt kring viktigare samhällsfrågor och inom ramen för nyhets- och samhällsbevakning tillgodose olika intressen i fråga om exempelvis religion och vetenskap (2 § 13).

TV4 skall granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra samman slutningar och föreningar (2 § 13).

TV4 skall under tillståndsperioden vidga sitt kulturansvar. Det innebär att TV4 kontinuerligt skall spegla, granska och bevaka det svenska kulturlivet. I programmen skall en mångfald kulturaktiviteter från olika delar av landet förmedlas och konstnärlig förnyelse skildras. TV4 skall därutöver samarbeta med kultur- och musikinstitutioner i hela Sverige i syfte att erbjuda utsändningar av föreställningar och evenemang samt bidra till utvecklingen av en svensk filmproduktion (2 § 13).

TV4 skall sända program avsedda för barn under 12 år. Under de nio månader av året som utgör högsäsong (september – maj) skall tiden för dessa program inte understiga fem timmar per vecka. Minst två och en halv timme av sändningstiden för barnprogrammen skall upptas av material som har svenska eller något av de andra nordiska ländernas språk som originalspråk. Med sist nämnda barnprogram likställs även program med svensk ram som innehåller mindre än hälften av materialet på annat originalspråk (2 § 13).

Produktionsföretag som är verksamma utanför Stockholms län skall medverka i programproduktionen.

TV4 skall regionalt sända och producera program (2 § 14). De regionala sändningarna skall ske i minst samma antal områden och i minst samma omfattning som under år 1996.

TV4 skall i nödsituationer kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten (s.k. VMA-meddelanden) om en myndighet begär det (2 § 15). TV4 sänder därutöver VMA-meddelanden enligt avtal som bolaget träffar med Statens räddningsverk.

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående skall beredas tillfälle till genmäle. Begäran om genmäle skall behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmäle, skall ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser. Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av TV4 skall TV4 lämna



information till den berörde om förutsättningarna för att hos Granskningsnämnden för radio och TV (Granskningsnämnden) anmäla TV4:s beslut eller dess handläggning av ärendet. Ett beslut om avslag skall innehålla uppgifter om skälen för avslaget. Nu redovisade bestämmelser om genmäle gäller endast i fråga om sådan begäran om genmäle som har kommit in till TV4 inom sex månader efter sändningen av det program som anmärkningen avser (2 § 11).

TV4 skall på begäran av Granskningsnämnden lämna uppgifter som är nödvändiga för nämndens bedömning om sända program stämmer överens med de villkor som har meddelats TV4. TV4 skall därutöver årligen senast den 1 maj till Granskningsnämnden redovisa hur TV4 har fullgjort de skyldigheter som har föreskrivits i tillståndet. TV4 skall i sin redovisning ta fram uppföljningsbara resultatmått baserade på tillståndsvillkoren. I detta arbete skall även fastställas vilka programkategorier som verksamheter skall indelas i. För att underlätta uppföljning och utvärdering skall programstatistiken utformas så att jämförelser blir möjliga under tillståndspanoroden (2 § 16).

#### *Villkor för reklam och sponsring*

TV4 får inte diskriminera annonsörer (3 § andra stycket). TV4 får inte heller sända sponsrade program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år (3 § första stycket 2).

#### *Villkor för TV4:s ägarförhållanden*

Ägarförhållandena och inflytandet i TV4 får inte i sin helhet påtagligt förändras så att ägarkoncentrationen inom medierna ökar. TV4 skall i sin bolagsordning föreskriva att ingen kan rösta för egna och andras aktier för sammanlagt mer än en femtedel av de på stämman företrädda aktierna (4 §).

### **4.3 Regler för reklam och annan annonsering i svensk television**

Såvitt gäller yttrandefriheten i de av YGL skyddade medierna får begränsningar göras endast om de följer av grundlagen (1 kap. 1 § andra stycket). Enligt 1 kap. 12 § andra stycket YGL hindrar

bestämmelserna inte att det i lag meddelas föreskrifter om kommersiell reklam i television eller om villkor för sådan reklam.

Sverige har haft lagstiftning om reklamsändningar i television sedan den 1 juli 1991. Då trädde de ändringar i radiolagen (1966:755) i kraft som skulle möjliggöra en ny reklamfinansierad tredje TV-kanal i Sverige. Regler om reklam och annan annonsering i television finns numera i 7 kap. radio- och TV-lagen (1996:844), som trädde i kraft den 1 december 1996.

Reklambestämmelserna har utformats för att tillgodose de krav som direktiv 89/552/EEG och 97/36/EG (det s.k. TV-direktivet) ställer. Direktiven hindrar inte Sverige från att ha strängare regler vilket i några fall har utnyttjats, främst i fråga om barnreklam, se 7 kap. 4 §, och alkoholreklam, se 7 kap. 9 §.

Bestämmelserna i 7 kap. radio- och TV-lagen handlar om reklam och annan annonsering. Vissa regler gäller både television och ljudradio, medan andra endast avser sändningar i television. Bestämmelserna gäller inte för sådan reklam som den sändande gör för sin egen programverksamhet, s.k. programglimtar eller trailers (12 § första stycket).

Viktiga begrepp i radio- och TV-lagen är annonser, reklam och sponsring. Begreppet reklam har samma innebörd som i marknadsrätten, dvs. det skall föreligga ett avsättnings- eller tillgångsfrämjande syfte, med det krävs inte att det görs mot ersättning (se prop. 1995/96:160 s. 109 f.). Med annonser avses dels reklam, dels sändningar som utan att vara reklam sänds på uppdrag av någon annan (1 § tredje stycket). Ett sponsrat program är ett program som inte är en annons men som helt eller delvis har bekostats av någon annan än den som bedriver sändningsverksamheten eller som framställer audiovisuella verk (8 § första stycket).

Annonser skall kunna urskiljas i förhållande till annat programinnehåll. Före och efter varje sändning av annonser skall det därför sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar (1 § första stycket).

Sändningstiden för reklam och annan annonsering är begränsad. Annonser får sändas i högst åtta minuter under en timme mellan hela klockslag. I TV-sändning får denna tid dels under sändningstiden mellan klockan 19.00 och kl. 24.00, dels i rena undantagsfall, utsträckas till högst tio minuter. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag får annonser sändas under högst tio procent av den tiden. Annonser får i en TV-

sändning sändas under högst tio procent av sändningstiden per dygn (5 § första och andra stycket).

Huvudregeln är att annonser skall sändas mellan programmen. Under vissa förutsättningar är det dock tillåtet att avbryta TV-program med annonser. Som villkor gäller då att avbrottet sker på sådant sätt att – med hänsyn till naturliga pauser samt programmets sändningstid och karaktär – varken programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter kränks (7 § första stycket).

I sportprogram där det förekommer längre pauser eller i program som är föreställningar eller evenemang med pauser för publiken får annonser sändas i pauserna. I program som består av avslutade delar får annonser sändas mellan delarna. I spelfilmer och filmer som är gjorda för TV – utom TV-serier, lätta underhållningsprogram och dokumentärprogram – får annonser sändas om den programlagda sändningstiden överstiger 45 minuter. Annonser får sändas en gång för varje hel period om 45 minuter. Om den programlagda sändningstiden är minst 20 minuter längre än två eller flera fullständiga perioder om 45 minuter får annonser sändas ytterligare en gång. I andra program än sportprogram, program som är föreställningar eller evenemang med pauser för publiken och program som består av avslutande delar skall det vara minst 20 minuter mellan annonssändningarna i programmen (7 a §).

Vissa programtyper får inte alls avbrytas med annonser. Det gäller gudstjänster eller program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år (7 b § första stycket).

Program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer, dokumentärprogram och program om livsåskådningsfrågor får inte avbrytas av annonser om den programlagda sändningstiden är kortare än 30 minuter (7 b § andra stycket).

Vissa särskilda regler gäller för TV-reklam riktad till barn. Reklam i en TV-sändning får inte syfta till att fånga uppmärksamheten hos barn under 12 år (4 § första stycket). I reklam i en TV-sändning får det inte heller uppträda personer eller figurer som spelar en framträdande roll i program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år (andra stycket). Det får inte heller förekomma reklam omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år såvida det inte är fråga om ett s.k. sponsringsmeddelande (7 b § tredje stycket). Som nämnts är i detta avseende de svenska reglerna strängare än TV-direktivet.

Bestämmelser om förbud mot reklam för alkoholdrycker och tobaksvaror finns i 4 kap. alkohollagen (1994:1738) och i tobakslagen (1993:581). Såvitt gäller alkohol har Sverige strängare regler än TV-direktivet. Enligt radio- och TV-lagen får ett program inte sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet gäller tillverkning eller försäljning av alkoholdrycker eller tobaksvaror (9 §).

Förbud gäller också mot reklam för receptbelagda läkemedel och sådan medicinsk behandling som endast är tillgänglig efter ordination (10 §).

Efterlevnaden av radio- och TV-lagens bestämmelser om reklam, annan annonsering eller sponsring övervakas till viss del av Granskningsnämnden för radio och TV och i övrigt av Konsumentombudsmannen (9 kap. 2 §).

Vid överträdelser av bestämmelserna om reklam, annan annonsering eller sponsring kan i de flesta fall programföretaget åläggas att betala en särskild avgift (se 10 kap. radio- och TV-lagen). Överträdelser av vissa bestämmelser sanktioneras emellertid enligt marknadsföringslagen (1995:450).

#### *Ändringar i lagstiftningen om reklamsändningar*

De nu redovisade bestämmelserna om reklamsändningar i televisionen har i några fall varit föremål för ändring efter det att de ursprungligen tillkom.

Före den 1 juli 1997 gällde att 10 procent av sändningstiden – eller i genomsnitt 6 minuter per timme – fick utgöras av annonser. Genomsnittet avsåg sändningstiden som helhet. Vidare gällde, för att motverka en förskjutning av annonserna från dagtid till kvällstid, att högst tio procent av sändningstiden mellan kl. 18.00 och 24.00 fick avse annonser. Inom dessa ramar tilläts en viss flexibilitet. Således kunde inom en sändningstid av en enskild timme annonser få förekomma under högst 8 minuter, eller i rena undantagsfall, 10 minuter. Genom riksdagens beslut (prop. 1996/97:101, bet. 1996/97:KU19, rskr. 1996/97:208) ändrades detta. Från och med den 1 juli 1997 gäller som framgått att den sammanlagda tiden för annonsinslag mellan kl. 19.00 och 24.00 får vara 10 minuter per timme. Skälet för ändringen var främst att med ändrade reklamregler skulle TV4:s sändningstillstånd kunna förenas

med skyldigheten att regionalt sända och producera program (a. prop. s. 15–17).

Vidare gällde före den 1 april 2002 att annonser endast fick sättas in vid längre pauser i sportprogram, eller i föreställningar eller evenemang där det görs pauser för publiken eller mellan vissa avslutande delar i program. Genom riksdagens beslut (prop. 2001/02:82, bet. 2001/02:KU16, rskr. 2001/02:187) ändrades detta så att det numera är tillåtet att avbryta TV-program för att sända annonser. Skälet för ändringen var främst att minska de störningar som reklamavbrott i kommersiell TV innebär för publiken men också att minska den konkurrensfördel som de programföretag med inriktning på den svenska marknaden har som valt att etablera sig utanför Sverige (a. prop. s. 10 f.).

De nya reglerna – som är en anpassning till TV-direktivet – innebär att för program i allmänhet får annonser sättas in under förutsättning att minst 20 minuter förflyter mellan annonserna i programmet. I fråga om program som består av avslutande delar gällde tidigare att varje del som föregår eller följs av annonser skulle vara minst 20 minuter. Något sådant krav ställs inte längre upp. Vidare gäller som nämnts att spelfilmer och filmer gjorda för TV får avbrytas av annonser om den programlagda sändningstiden är minst 45 minuter. Annonser får då sättas in en gång för varje hel period av 45 minuter samt ytterligare en gång om den programlagda sändningstiden är minst 20 minuter längre än två eller flera fullständiga perioder om 45 minuter. Program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer, dokumentärprogram och program om livsåskådningsfrågor får avbrytas av annonser om den programlagda sändningstiden är minst 30 minuter.

Vissa programtyper får inte heller i fortsättningen avbrytas av annonser. Det gäller alla gudstjänster och program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

*Svensk jurisdiktion gäller inte för utomlands etablerade programföretag.*

Av TV-direktivet följer att ett programföretag skall falla inom den stats jurisdiktion där det är etablerat (se avsnitt 5.1). Innebörden av denna princip har varit föremål för prövning i EG-domstolen. Enligt domstolen utgör TV-direktivet hinder för att på sändningar som härrör från andra medlemsstater tillämpa en bestämmelse i

nationell lagstiftning om radiosändning (se dom den 9 juli 1997 i mål C-34/95, mål C-35/95 och mål C-36/95, Konsumentombudsmannen mot De Agostini, REG 1997I-3843). För programföretag som är etablerade i ett annat EU-land, t.ex. Storbritannien där både TV3 och Kanal 5 är etablerade, gäller därmed det landets lagstiftning.

#### 4.4 Koncessionsavgiften på TV-området

I anslutning till att frågan om en särskild reklamfinansierad TV-kanal behandlades (prop. 1990/91:149) togs också upp frågan om en särskild avgift till staten baserad på det reklamsändande TV-företagets intäkter. Man kunde enligt föredraganden konstatera att ett TV-företag som fick tillgång till ett rikstäckande nät av marksändare skulle komma att få en avsevärd konkurrensfördel i form av högre befolkningstäckning i förhållande till de programföretag som utnyttjade satellit. Enligt hans bedömning borde man därför kunna räkna med att reklamsändningar i en TV-kanal efter en uppbyggnadsperiod skulle kunna ge en årlig inkomst i storleksordningen uppemot 1,5 miljard kr. Därav drogs slutsatsen att inkomsterna från reklam i TV inte bara skulle komma att vara tillräckliga för att möjliggöra ytterligare en rikstäckande marksänd TV-kanal utan att det även kunde komma att var möjligt att, utan att ge avkall på kvalitetskraven, avlänka en del av reklaminkomsterna i form av en koncessionsavgift för att finansiera en del av Sveriges Radios verksamhet. En sådan koncessionsavgift bedömdes komma att kunna avkasta ungefär 300 miljoner kr per år sedan verksamheten kommit i gång. Dessa inkomster avsågs tillföras rundradiokontot. Svårigheterna att förutse hur reklamintäkter och kostnader skulle komma att utvecklas innebar emellertid att beräkningarna med nödvändighet måste bli osäkra. Föredraganden förordade därför att finansieringen av Sveriges Radio skulle tas upp till prövning efter en lämplig tidsperiod, förslagsvis i samband med medelsberäkningen för år 1996. Om det vid en sådan kontrollstation visade sig att den föreslagna finansieringsmetoden inte gav tillräckliga resurser för att Sveriges Radio skulle kunna uppfylla sina åtaganden borde man på nytt pröva frågan om rätt för Sveriges Television att sända annonser mot betalning (a. prop. s. 44).

I propositionen anfördes vidare att det inte kunde uteslutas att reklam-TV-företaget på sikt skulle kunna komma att få betydligt

högre intäkter än om det från början hade tävlat med Sveriges Television om annonserna. Det var t.o.m. möjligt att inkomsterna blev så höga att reklam-TV-företaget frestades att konkurrera ut Sveriges Television från de mest populära programkategorierna vilket inte skulle ligga i publikens intresse. Mot den bakgrunden ansåg föredraganden att reklam-TV-företaget borde erlægga en del av sin inkomst i form av en särskild koncessionsavgift till staten. Intäkterna borde tillföras rundradiokontot och på så sätt tillsammans med TV-avgiftsmedlen finansiera statens åtagande att bekosta Sveriges Radiokoncernens verksamhet. Avgiften borde införas genom en särskild lag (a. prop. s. 168). Det anfördes vidare att det var naturligt att den särskilda koncessionsavgiften skulle upphöra om omprövningen skulle leda till att Sveriges Television började sända betalda annonser. Också om något annat företag skulle få tillstånd att sända rikstäckande TV-reklam förordades att någon avgift inte längre skulle utgå. I en sådan situation var det emellertid inte lika självklart att skyldigheten att betala avgift helt skulle bortfalla. I stället kunde det vara skäl att mer förutsättningslöst ompröva avgiftens konstruktion och storlek (s. 169).

Det uppskattades vid den tiden (mars 1991) att 45 % av hushållen kunde ta emot reklamfinansierade satellitsändningar och att antalet skulle komma att öka något (a. prop. s. 39). Den nya reklamfinansierade kanalens sändarnät skulle byggas ut så att sändningarna kunde tas emot i alla befolkade delar av landet (s. 41).

Lagen (1992:72) om koncessionsavgift på televisionens och radions område (koncessionsavgiftslagen) trädde i kraft den 1 mars 1992 (prop. 1991/92:78, bet. 1991/92:KU21, rskr 1991/92:114). I lagen regleras bl.a. skyldigheten för ett programföretag att betala koncessionsavgift till staten för tillstånd att sända television i hela landet. Skälen för att låta det TV-företag som fått tillståndet till rikstäckande sändningar betala en avgift redovisades även i det ärendet. De skäl som åberopades var att avgiften skulle motverka effekterna av den bristfälliga konkurrens som blev följden av att det företag som fick ensamrätt att sända reklam-TV i rikstäckande marksändningar i viss mån verkade på en skyddad marknad. Det bedömdes att företaget skulle kunna erbjuda annonsörerna en potentiell publik som var åtminstone dubbelt så stor som satellitkanalernas (a. prop. s. 10–12). Avgiften fastställs av Radio- och TV-verket. Koncessionsavgiften tillfördes ursprungligen rundradiokontot. Från och med år 1996 betalas medlen in till

statskassan (prop. 1994/95:100 bil. 12, bet. 1994/95:KrU26, rskr. 1994/95:367).

I sak har regleringen sedan den infördes varit oförändrad såvitt avser belopp och procentsatser. Det förestående skiftet från analog till digital sändningsteknik i marknätet har dock medfört att reglerna på senare tid vid ett par tillfällen har ändrats såvitt gäller de sändningar som intäkterna skall beräknas på.

Enligt 1 § första stycket skall ett programföretag som enligt 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844) har tillstånd att i hela landet sända TV-program med analog sändningsteknik betala koncessionsavgift till staten under förutsättning av företaget har rätt att sända reklam i en sådan sändning och är ensamt om denna rätt här i landet. Det är således i praktiken TV4 som omfattas av lagen.

Koncessionsavgiften består enligt 2–4 §§ av en fast del och en rörlig del och beräknas från och med månaden efter den då sändningsverksamheten påbörjats.

Den fasta delen av koncessionsavgiften utgör 4 167 000 kronor för varje månad under vilken sändningsverksamheten har bedrivits. Den rörliga delen av koncessionsavgiften beräknas numera för ett kalenderhalvår (tidigare gällde kalenderår) i sänder. Den är beroende av de intäkter som utgör vederlag till programföretaget för att det sänder annonser i sändningar som sker med stöd av tillståndet enligt 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen med analog sändningsteknik och med sändningar som i huvudsak överensstämmer med dessa sändningar. Avgiften tas ut med 20 procent av intäkterna till den del de överstiger 375 miljoner men inte 500 miljoner kronor och med 40 procent av intäkterna till den del de överstiger 500 miljoner men inte 1 000 miljoner kronor samt med 50 procent av intäkterna till den del de överstiger 1 000 miljoner kronor.

Den fasta avgiften och beloppsgränserna för den rörliga avgiften justeras årligen med hänsyn till utvecklingen av konsumentprisindex. För år 2002 uppgick den fasta delen av koncessionsavgiften till 58 476 000 kronor och den rörliga delen till 356 074 062 kronor och avgiften således sammanlagt till 414 550 062 kronor. En sammanställning över TV4 AB:s koncessionsavgift sedan starten år 1992 lämnas sist i detta avsnitt.

Före den 1 juli 2001 var skyldigheten att betala koncessionsavgift knuten till att programföretaget var ensamt om rätten att bedriva rikstäckande TV-sändningar med reklam, oavsett sändningsteknik.



Genom riksdagens beslut (prop. 2000/01:132, bet. 2000/01:KU26, rskr. 2000/01:277) ändrades detta. Bakgrunden till ändringen var att Radio- och TV-verket i ett beslut den 24 april 2001 hade funnit att den fasta delen av koncessionsavgiften inte skulle utgå under 2001. Av beslutet framgick att verket senare skulle ta ställning till frågan om uttagande av den rörliga delen av avgiften för år 2001. Skälen för beslutet var att flera programföretag utöver TV4 genom ett beslut av regeringen den 21 december 2000 hade fått tillstånd att i hela landet sända TV-program i det digitala marknätet med reklam, varför rättslig grund enligt verket saknades för att enligt koncessionsavgiftslagen ta ut den fasta delen av koncessionsavgiften. I beslut den 1 mars 2002 fann verket av samma skäl att det inte fanns grund för att ta ut den rörliga delen av koncessionsavgiften för det första halvåret 2001.

Från och med den 1 juli 2001 gäller som redovisats avgiftsskyldigheten under förutsättning att programföretaget är ensamt om att ha tillstånd att med analog sändningsteknik bedriva rikstäckande TV-sändningar med reklam.

Före den 1 juli 2002 gjordes vid beräkningen av koncessionsavgiften ingen åtskillnad på sådana reklamintäkter som härrörde från sändningar med analog sändningsteknik och andra sändningar. Enligt den då gällande lydelsen av 4 § var koncessionsavgiften beroende av de intäkter som utgjorde vederlag till programföretaget för att det sände annonser. Från och med den 1 juli 2002 gäller att koncessionsavgiften skall beräknas på de intäkter som utgör vederlag till programföretaget för att det sänder annonser i sändningar som sker med stöd av tillståndet enligt 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen att sända TV-program med analog sändningsteknik och i sändningar som i huvudsak överensstämmer med dessa sändningar (prop. 2001/02:170, bet. 2001/02:KU36, rskr. 2001/02:272). Utanför underlaget för avgiftens beräkning faller således reklamintäkter från unikt digitala programtjänster i marknätet. Enligt övergångsbestämmelserna får de nya reglerna för beräkningen av koncessionsavgiften tillämpas även vid fastställande av den rörliga delen av koncessionsavgiften för andra kalenderhalvåret 2001 och första kalenderhalvåret 2002 i den utsträckning reglerna inte leder till en för programföretaget högre koncessionsavgift.

Huruvida ändringen av beräkningen av koncessionsavgiften den 1 juli 2002 skall ses som en lindring eller skärpning av koncessionsavgiften är beroende av utgången i ett pågående mål avseende den

rörliga delen av koncessionsavgiften för andra kalenderhalvåret 2001 och första kalenderhalvåret 2002.

TV4 överklagade nämligen Radio- och TV-verkets beslut avseende den rörliga delen av koncessionsavgiften för andra kalenderhalvåret 2001 och första kalenderhalvåret 2002. Bakgrunden till överklagandet var att TV4 hade en annan uppfattning än radio- och TV-verket om hur koncessionsavgiftslagen skulle tolkas efter den ändring som trätt i kraft den 1 juli 2001 och som innebar att det var TV:s ensamrätt att sända rikstäckande analoga sändningar som var avgörande för avgiftsskyldigheten. Frågan var vilken hänsyn som vid avgiftsberäkningen skulle tas till att sändningarna till en del togs emot med digital teknik. TV4 ansåg att någon avgiftsskyldighet inte förelåg för reklamsändningar som togs emot med digital sändningsteknik. Länsrätten i Stockholm län (dom den 5 december 2002, mål nr 5419-02 och 16609-02) tolkade 4 § i dess äldre lydelse på det sättet att annonsintäkter från sådana sändningar i marknätet inte skulle ingå i underlaget för avgiftens beräkning. Enligt länsrätten innebar därför ändringen – till skillnad från den bedömning regeringen gjorde av rättsläget i prop. 2001/02:170 – att beräkningsunderlaget för koncessionsavgiften i viss mån hade utvidgats i fråga om annonsintäkter från vissa digitala sändningar. De nya reglerna kunde därför inte tillämpas i målet eftersom en retroaktiv tillämpning skulle medföra att TV4 påfördes högre koncessionsavgifter till följd av att avgiftsunderlaget breddats. Domen har överklagats av Radio- och TV-verket. Kammarrätten har (april 2003) ännu inte avgjort målet.

Även Radio- och TV-verkets beslut om den rörliga delen av koncessionsavgiften för andra halvåret 2002 har överklagats av TV 4 AB. Länsrätten har ännu inte avgjort målet.

#### *Särskilt om regionala sändningar*

Tillstånd att i hela landet sända TV-program utesluter inte företaget från att också bedriva regionala sändningar. Även i dessa sändningar förekommer reklam.

Av 4 § koncessionsavgiftslagen följer att i intäkter som utgör betalning för att programföretaget sänder annonser inräknas intäkter som tillförts någon annan, om det framgår av omständigheterna att de utgör sådan betalning till programföretaget.

Intäkterna skall då bestämmas enligt bokföringsmässiga grunder (prop. 1991/92:78 s.13). Huruvida intäkterna härrör från rikstäckande program eller från regionala program saknar således betydelse för beräkningen av koncessionsavgiften, likaså om reklamintäkterna från sändningarna har tillförts någon annan. Det innebär att TV4 AB skall betala koncessionsavgift även på annonsintäkter som tillförs de lokala TV-bolagen som sänder i TV4 oavsett TV4 AB:s ägarandel i dessa bolag. Skulle däremot de lokala TV-bolagen själva få rätt att bedriva lokala TV-sändningar med reklam skulle de dock inte omfattas av avgiftsskyldigheten enligt koncessionsavgiftslagen (prop. 1991/92:78 s. 11).

I det avtal som ingicks i samband med att Nordisk Television AB (senare namnändrat till TV 4 AB) den 11 november 1991 gavs tillstånd att här i landet sända televisionsprogram i rundradio-sändning fanns inga direkta krav på regionala sändningar. TV4 AB åtog sig ensidigt att omgående etablera ett regionalt centrum i Malmö och där bygga upp kapacitet för reguljära direktsändningar. Utgångspunkten var att det skulle skapas en kvalificerad nyhetsredaktion med tillräckliga resurser för att spegla samhälle och kultur i södra Sverige. Vidare åtog sig TV4 AB att etablera dels en kvalificerad nyhetsredaktion i Göteborg som på tre års sikt skulle nå en redaktionell och teknisk resursnivå motsvarande Malmöredaktionen, dels en kvalificerad nyhetsredaktion i Norrland som på fem års sikt skulle nå denna nivå. Man åtog sig också att för den regionala nyhetsbevakningen teckna löpande kontrakt med ett 20-tal produktionsbolag utanför storstadsregionerna. Detta åtagande uppfylldes inte utan TV4 AB valde att i stället träffa avtal med ett flertal lokal TV-stationer som sände regionala program på fasta tider i TV4:s sändningar.

I en gemensam skrivelse till regeringen inför regeringens överläggningar hösten 1996 om ett nytt sändningstillstånd för TV4 AB framställde lokal-TV-bolagen önskemål om att lokal-TV:s reklamintäkter skulle avgiftsbeläggas separat, för att bolagens överlevnad skulle garanteras den vägen. Den särskilda avgiften för lokal-TV skulle om en sådan ordning infördes uppgå till 6,5–7,5 procent av reklamintäkterna. Regeringen ansåg emellertid att en sådan konstruktion fordrade en lagändring och att det kunde innebära lagtekniska svårigheter att precisera vilka intäkter som skulle särredovisas och omfattas av den lägre koncessionsavgiften.

För att underlätta för lokal-TV-bolagen och ge bolagen bättre förutsättningar att utvecklas vidare förordade regeringen i stället en

förändring av bestämmelserna om annonser. En sådan ändring var regeringen också beredd att föreslå riksdagen om TV4 före februari månads utgång 1997 träffade avtal med lokala TV-företag om att fortsätta med regionala sändningar i minst samma antal områden och i minst samma omfattning som under år 1996 (prop. 1996/97:67 s. 36–38). Åtagandet skulle i så fall gälla hela den kommande tillståndspanoroden och innebära att lokal-TV gavs goda utvecklingsmöjligheter, bl.a. i fråga om ekonomiska förutsättningar och sändningstider. Ett sådant åtagande presenterades därefter av TV4 AB och i juli 1997 beslutade regeringen att TV4 AB:s sändningstillstånd med verkan från den 1 juli 1997 skulle kompletteras med en skyldighet för TV4 AB att regionalt sända och producera program och att de regionala sändningarna skulle ske i minst samma antal områden och i minst samma omfattning som under år 1996. I gengäld ändrades reklamreglerna (prop. 1996/97:101 s. 15–17). Den särskilda begränsningen av mängden annonser som fick sändas under bästa sändningstid (högst tio procent av sändningstiden mellan kl. 18 och 24) utgick och annonsinslagens längd under en timme tilläts öka till tio minuter mellan kl. 19 och 24, vilket gäller även idag.

*TV4 AB:s koncessionsavgift*

*Tabell 4.1. TV4:s koncessionsavgift för åren 1992–2003*

År	Fast del	Rörlig del
2003	59 844 000	
2002	58 476 000	356 074 062
2001	28 530 000	167 263 716
2000	56 436 000	492 086 366
1999	55 908 000	398 753 015
1998	56 412 000	369 588 535
1997	55 608 000	287 886 275
1996	55 824 000	215 513 076
1995	54 540 000	230 025 116
1994	53 280 000	166 393 612
1993	51 084 000	29 393 612
1992	41 670 000	-

*Källa:* radio- och TV-verket.

## 5 Koncessionsavgift på TV-området i några andra länder

### 5.1 Inledning

Endast ett fåtal länder inom EU har koncessionsavgifter för reklam-TV. Det är Sverige, Norge, Finland och Storbritannien. Gemensamt och unikt för dessa länder är att public service-företagen, Sveriges Television och dess motsvarigheter, finansieras med licensavgifter från allmänheten och inte till någon del med reklam. Det ger privata, reklamfinansierade TV-företag med tillgång till samma markdistribution som public service-företagen en särställning på reklammarknaden. Det finns därmed ett monopolreglerande motiv för en koncessionsavgift. Det vanligaste inom EU är att public service-företagen hämtar en större eller mindre del av sina intäkter från reklammarknaden och alltså uppträder som konkurrenter på denna marknad. I Danmark, för att nämna ett exempel, ägs delvis den reklamfinansierade, rikstäckande TV-kanalen TV2 av staten. Det är därför naturligt att den kanalen inte betalar någon koncessionsavgift. I pågående diskussioner om en privatisering av danska TV2 förutsätts att den avyttras till marknadspris.

För samtliga länder gäller dock att någon koncessionsavgift inte utgår för den markdistribution som sker med digital teknik. Om samma programutbud sänds i både analog och digital form gäller dessutom att koncessionsavgiften får reduceras med beaktande av hur många av tittarna som har möjlighet att digitalt ta emot sändningarna från marknätet. Som tidigare redovisats i avsnitt 4 tillämpas inte något sådant avräkningsförfarande enligt nuvarande svenska regler.

## 5.2 Norge

I Norge finns precis som i Sverige ett rikstäckande nät av marksändare för analog distribution av TV-program. Våren 2002 har man utlyst ett tillstånd att disponera kapaciteten i tre digitala sändarnät, av vilket ett skall vara rikstäckande. En ansökan har kommit in och enligt denna skall sändarnäten byggas ut regionvis och de analoga sändningarna upphöra i regionen efter förhållandevis kort tid. Räckvidden anges till mellan 91 och 93 procent av befolkningen.

TV2 AS sänder för närvarande rikstäckande i det analoga marknätet. Statligt ägda Norsk Rikskringkasting (NRK) sänder inom ramen för ett public service-uppdrag de båda licensfinansierade kanalerna NRK1 och NRK2. Privatägda TV2 AS sänder sedan år 1992 med stöd av koncession den reklamfinansierade kanalen TV2. Dessutom sänder privatägda TVNorge (som bl.a. ägs av TV2) sedan slutet av 1990-talet reklamfinansierad lokal-TV över i stort sett hela Norge i ett nät som används av lokal-TV-stationerna.

Televisionsverksamhet utövas även i kabel- och satellitnät. Bland andra sänder MTG reklamfinansierade TV3 via satellit sedan 1988.

TV2 AS ursprungliga koncession löpte ut vid årsskiftet 2002/2003. Bolaget tilldelades hösten 2001 en ny koncession för rikstäckande analog reklamfinansierad TV. Den nya koncessionen gäller till och med den 31 december 2009. Enligt koncessionsvillkor skall TV2 AS betala ett engångsbelopp på 150 miljoner kronor vid tilldelningen av koncessionen. Vidare skall bolaget betala en årlig fast avgift på 25 miljoner kronor till Norsk filmfond. Därutöver skall bolaget betala en årlig rörlig avgift baserad på bolaget reklamintäkter. Den rörliga avgiften som är progressiv utgår enligt följande.

- 7,5 procent av reklamintäkterna mellan 1 000 och 1 500 miljoner kronor,
- 10 procent av reklamintäkterna mellan 1 500 och 2 000 miljoner kronor, och
- 20 procent av reklamintäkterna över 2 000 miljoner kronor.

Vid beräkningen av den rörliga delen av avgiften skall enligt koncessionsvillkoren avgiften till Norsk filmfond räknas av. Avgiften skall dock alltid vara minst 25 miljoner kronor. Den rörliga delen av avgiften skall beräknas på bolaget reklamintäkter.

Intäkter från sponsring, försäljning av program, interaktiva tjänster och liknande skall inte ingå i beräkningsunderlaget. Reklamintäkterna omfattar samtliga intäkter från försäljning av reklamtid i kanalen TV2, oavsett om sändningarna distribueras analogt eller digitalt via satellit, analogt eller digitalt via kabelnät eller analogt via marknätet. Intäkter från försäljning av reklamtid i ett digitalt marknät eller i andra digitala plattformar ingår därvid inte i underlaget.

För det fall det under koncessionsperioden skulle införas någon form av reklamfinansiering i någon av NRK:s båda kanaler och detta skulle få betydelse för TV2:s ekonomi, har TV2 enligt koncessionsvillkoren rätt att kräva omförhandling av villkoren och reducering av koncessionsavgiften. Detta gäller också om andelen tittare som faktiskt tar emot TV2 direkt från det analoga marknätet under koncessionsperioden skulle bli färre än 15 procent.

### 5.3 Finland

Även i Finland finns ett rikstäckande nät av marksändare för analog distribution av TV-program. I mitten av 1990-talet togs beslut om digitalisering av den marksända televisionen. Den 1 september 2000 inleddes digitala marksändningar i de tre befolkningstätaste regionerna. I slutet av år 2000 hade den första delen av utbyggnaden av det digitala marknätet färdigställts med en befolkningstäckning på omkring 50 procent och den 27 augusti 2001 inleddes den reguljära sändningsverksamheten. Genom fortsatt utbyggnad av det digitala marknätet har i dagsläget något mer än 70 procent av hushållen möjlighet att ta emot digital marksänd TV. Antalet hushåll som har faktiska förutsättningar att utnyttja denna möjlighet, genom att nödvändig mottagarutrustning anskaffats, uppgår dock ännu så länge till endast 40 000 (januari 2003). Målsättningen är att de analoga sändningarna i marknätet skall upphöra vid utgången av år 2006.

Riksomfattande analog televisionsverksamhet bedrivs för närvarande på fyra kanaler, varav två public service-kanaler som finansieras med licensmedel från allmänheten och koncessionsavgifter – TV1 och TV2 – och två kommersiella reklamfinansierade kanaler – MTV3 och Nelonen.

Rundradion AB (YLE), som är motsvarigheten till Sveriges Television, sänder kanalerna TV1 och TV2. MTV AB sänder

kanalen MTV3 och Oy Ruutunelonen AB kanalen Nelonen. MTV AB:s och Oy Ruutunelonen AB:s sändningstillstånd löper ut den 31 december 2006. För sändningstillstånden betalar MTV AB och Oy Ruutunelonen AB en progressiv koncessionsavgift baserad på programföretagens reklamintäkter. För år 2000 betalade de båda bolagen tillsammans närmare 290 miljoner mark i koncessionsavgift. Koncessionsavgifterna tillförs statens televisions- och radiofond. Fondens medel används i huvudsak till att finansiera Rundradion AB:s verksamhet.

Rundradion AB, MTV AB och Oy Ruutunelonen AB jämte ytterligare några programföretag har sedan den 1 september 2000 tillstånd att sända sina TV-program även med digital teknik i marknätet. Dessa sändningstillstånd löper ut den 1 augusti 2010. För närvarande finns det tio digitalkanaler. Utöver YLE:s, MTV3:s och Nelonens basutbud finns en nyhetskanal och en sportkanal. Samtliga digitalkanaler är än så länge gratiskanaler. Någon koncessionsavgift utgår inte sedan den 1 juli 2002 för dessa sändningstillstånd.

Televisionsverksamhet utövas även i kabel- och satellitnät. Närmare en miljon hushåll är anslutna till kabelnät, vilket motsvarar drygt 40 procent av alla hushåll. Närmare 350 000 hushåll tar emot satellitprogram via egen eller gemensam parabol.

Den 1 juli 2002 halverades i princip koncessionsavgiften för de båda kommersiella kanalerna MTV3:s och Nelonens analoga sändningar i marknätet. Samtidigt drogs avgiften in för marksändningar med digital teknik fram till den 1 september 2010. Det huvudsakliga skälet bakom denna åtgärd var att förbättra de kommersiella TV-företagens möjligheter att utveckla nya digitala tjänster men också för att göra det lättare för företag i allmänhet att komma in på TV-marknaden. För det fall ett programföretag sänder samma program både i digital och analog form gäller att företaget i sin fakturering och bokföring skall redovisa vilken del av omsättningen som härrör från analog respektive digital utsändning så att den kan läggas till grund för bestämmande av koncessionsavgiften. Är detta inte möjligt får Kommunikationsverket fastställa den andel som skall anses ha inlutit av digital sändning. Då verket fastställer andelen skall det beakta den digitala signalens sebarhets- och hörbarhetsområde samt antalet digitala mottagare. Syftet med de nu redovisade bestämmelserna är som ovan nämnts att underlätta övergången till digitala utsändningar i marknätet. Den särredovisning av omsättningarna för analog respektive digital



utsändning gäller därför inte programutbud som sänds vidare i kabelnät och som omfattas av koncessionsavgiften.

Koncessionsavgiften är liksom tidigare progressiv och tas ut enligt följande (belopp i 1 000 euro).

Omsättning	Koncessionsavgift vid den nedre gränsen	Koncessionsavgift i procent för den del av omsättningen som överskrider den nedre gränsen
3 400–5 000	0	5
5 000–6 700	84	7,5
6 700–10 000	210	10
10 000–	547	12,25

Den lägsta koncessionsavgiften är 500 euro.

## 5.4 Storbritannien

Digitala marksändningar pågår sedan 1998. Sex sändarnät används. Tre av näten används huvudsakligen av de programföretag som även svarar för analoga marksändningar – dvs. BBC, Channel 3, Channel 4 och Channel 5. Övriga sändarnät drivs av ett operatörsföretag, sedan den 1 juli 2002 av statliga British Broadcasting Corporation (BBC) i samarbete med privata Crown Castle.

Enligt plan skall de analoga sändningarna om vissa kriterier uppfylls avvecklas mellan åren 2006–2010. Ett villkor är att minst 95 procent av befolkningen skall kunna ta emot digitala marksändningar. Ett annat villkor är att minst 70 procent av hushållen också har möjlighet att ta emot sändningarna. Det senare följer av att så många som 70 procent av hushållen i Storbritannien enbart använder marknätet för sin TV-mottagning.

Som nämnts sänder BBC, Channel 3, Channel 4 och Channel 5 analoga marksändningar. Egentliga public service-företag är BBC och reklamfinansierade Channel 4. Channel 3 och Channel 5 är reklamfinansierade kanaler i public service-systemet utan något sådant uppdrag. Independent TV Commission (ITC) övervakar den privata TV-sektorn och BBC:s kommersiella verksamhet. ITC ger också licens för sändningstillstånd inom ramen för det s.k. ITV-systemet som idag består av ett 15-tal programföretag med olika regionala sändningstillstånd. Kanaler med ITC-licens betalar för analoga marksändningar en koncessionsavgift som grundar sig

på en anbudstävlan. Avgiften består dels av en fast avgift (Cashbid) som justeras varje år, dels av en procentsats av den årliga omsättningen (Qualifying Revenue). För kanaler som sänds både analogt och digitalt i marknätet gäller att de får reducera underlaget för beräkningen av koncessionsavgiften proportionellt i förhållande till andelen hushåll som tar emot sändningarna digitalt (Digital Dividend).