

Remissvar på Kulturdepartementets promemoria Vissa frågor om kommersiell radio (Ds 2016:23). Ert dnr Ku2016/01767/MF

Tillväxtverket arbetar för att stärka företagens konkurrenskraft. Det gör myndigheten genom att skapa bättre förutsättningar för företagande och attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas.

Remissvaret är skrivet utifrån dessa utgångspunkter.

Tillväxtverkets ställningstagande

Tillväxtverket arbetar för en mångfald av och konkurrenskraftiga företag i hela Sverige. Det är viktigt att företag kan konkurrera på lika villkor och att de spelregler som omgärdar företagen är tydliga och långsiktiga för att skapa så lite omotiverat merarbete som möjligt.

Förslagen syftar till ökad konkurrens och mångfald inom den kommersiella radion. I konsekvensanalysen av förslagen bedöms de ej inverka negativt på de berörda företagens administrativa börda och de eventuella kostnadsökningar som förslagen kan medföra härrör från en ökad konkurrens mellan företagen som är aktiva på radiomarknaden, varför Tillväxtverket inte har något att invända.

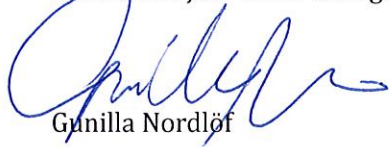
Förändringarna bedöms också medföra en ökad priskonkurrens avseende annonsering i radio vilket bör gynna enskilda näringsidkare som önskar köpa reklamtid i radio. Tillväxtverket anser att sådana effekter bidrar positivt till förutsättningar för företag generellt att bedriva sin verksamhet.

Tillväxtverket bedömer vidare att förändringarna specifikt kan främja förutsättningarna för företag inom den kulturella och kreativa sektorn:

- Dels öppnas marknaden för flera radioföretag, dels kan underleverantörer till tillståndsinnehavarna, exempelvis av programinnehåll eller av musikaliska verk, påverkas positivt av en ökad konkurrens på radiomarknaden. De största två delbranscherna inom den kulturella och kreativa sektorn är, vid en indelning i SNI-undergrupper, just "Planering/sändning av program" respektive "Underhållning och kulturell verksamhet".
- Sannolikt breddas marknaden även för de näringsidkare inom media- och kommunikationsbranschen som säljer tjänsten att utforma och producera radioreklam.

- De kulturella och kreativa företagens marknad är mycket oftare nationell än regional. Detta beror bland annat på att produkterna har en immateriell karaktär och många gånger kan konsumeras inom hela det svenska språkområdet. Förslaget att möjliggöra andra områden för sändningstillstånd än lokalt geografiska harmonierar således med verkligheten för företag inom den kulturella och kreativa sektorn, och kan därför komma att förstärka genomslagskraften för många av dessa företag.

Beslut i detta ärende har fattats av generaldirektör Gunilla Nordlöf. Christina Nyström har varit föredragande. I handläggningen har Klas Rabe och enhetschef Jens Heed deltagit.



Gunilla Nordlöf



Christina Nyström