

Analys/Johan Lindström

Radiobolagens
planer för DAB

DAB-radio har funnits i Sverige sedan 1995. Men genombrottet har uteblivit. De tidiga mottagarna var dyra, reklamradion har inte funnits med och ett stort antal utredningar har bromsat utvecklingen. Men nu kan den ta fart.

Digitalradions historia i Sverige

1995 – De första permanenta DAB-sändningarna i världen startas från Nacka-masten den 27 september. En timme senare startas de digitala sändningarna i Storbritannien. Sändare i Göteborg, Malmö och Luleå tas i bruk, vilket gör att täckningen blir 35 procent. Radio- och TV-verket utlyser digitala tillstånd för reklamradion.

1996 – Täckningen för Sveriges Radios digitala sändningar når 45 procent.

1997 – Premiär för Sveriges Radios första heldigitala kanal P7 Sisuradio.

1999 – Täckningen för Sveriges Radios digitala sändningar når 85 procent. Radio- och TV-verket fördelar tillstånd till reklamradion, som dock drar tillbaka sina ansökningar eftersom koncessionsavgifterna för FM inte sänks.

2001 – Riksdagen beslutar att Sveriges Radios kostnader för digitala sändningar ska minskas. DAB-nätets räckvidd reduceras därefter till 35 procent.

2002 – En särskild utredare presenterar en kartläggning och analys. En parlamentarisk digitalradioutredning tillsätts.

2003 – Den parlamentariska digitalradioutredningen föreslår att digitaliseringen ska fortsätta, men väljer ingen standard. Reklamradion utlovas avgiftssänkningar om de deltar i DAB-projektet. Folkpartiet motsätter sig en digitalisering.

2005 – Kulturminister Leif Pagrotsky stoppar en utbyggnad av DAB-nätet, men sändningarna i Stockholm, Göteborg, Malmö och Luleå fortsätter.

2006 – Radio- och TV-verket får i uppdrag att undersöka olika tekniker för digitalradio.

2008 – Radio- och TV-verkets rapport Framtidens radio konstaterar att Sveriges Radio och reklamradion är överens om standarden DAB+. Utredningen om kommersiell radio kommer fram till att nya FM-nät inte bör skapas och föreslår regler för digitala reklamradiosändningar.

2009 – Public service-propositionen förespråkar en marknadsdriven utveckling av digitalradio.

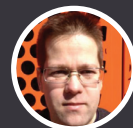
2010 – Den nya Radio- och TV-lagen införs med regler för tillståndsgivning till reklamradion. Regeringen ger plats för två DAB-nät för reklamradion och förnyar de digitala tillstånden för SR och UR. Försökssändningar med DAB+ inleds i Stockholm, Uppsala och Gävle.

2011 – Myndigheten för radio och TV fastställer en strategi för tillståndsgivning för digital kommersiell radio.

2012 – Myndigheten för radio och TV utlyser tillstånd för digital kommersiell radio.

2013 – Riksdagen röstar igenom en public service-proposition med målen att digitalisera radion med DAB+ och avsluta FM-sändningarna 2022. Regeringen tillsätter en branschsamordnare som ska ta fram en plan för radiodigitaliseringen.

2014 – Public service-utredningen förordar utbyggnad av digitalradion med DAB+. Sverigedemokraterna och Miljöpartiet motsätter sig en digitalisering med DAB. Myndigheten för radio och TV beslutar om 22 nationella och fyra regionala tillstånd för digital kommersiell radio. Branschsamordnaren Nina Wormbs presenterar sin plan för digitaliseringen.



**JOHAN
LINDSTRÖM**

Redaktör för Radio-nytt.se och skriver även internationella radionyheter för Radiointelligence.com. Började bevaka radio 1991 i musikbransch-tidningen Topp 40 och fortsatte senare i efterföljaren Musikindustrin. Har även varit svensk korrespondent för Music & Media och nordisk korrespondent för Media & Marketing.

**Medie
världen**
Premium



» Digitalradio med standarden DAB har funnits i Sverige sedan 1995. Men genombrottet har uteblivit. Orsakerna är många: de tidiga mottagarna var dyra, reklamradion var inte med och den ursprungliga DAB-tekniken var begränsad i antal kanaler. Dessutom skapade ständiga utredningar och förseningar osäkerhet om framtiden för digitalradion.

Två stora bakslag har dessutom drabbat DAB. Riksdagen skar 2002 ned Sveriges Radios anslag till de digitala sändningarna och tre år senare skrotade kulturministern Leif Pagrotsky ett förslag från en parlamentarisk utredning om att bygga ut sändningarna. Sedan dess har digitalradion varit i pausläge.

De senaste åren har frågan kommit upp igen. En utredning av Radio- och TV-verket förordade 2008 en digitalisering med den moderniserade versionen DAB+, som har ny ljudkodning och som ger plats för dubbelt så många kanaler eller bättre ljudkvalitet. Sveriges Radio och reklamradiobolagen SBS Discovery Radio och MTG Radio har tillsammans med det statliga sändningsbolaget Tera-com förespråkat en nylansering av digitalradion.

Den förra regeringen avsatte frekvensutrymme för digital kommersiell radio 2010 och i den senaste public service-propositionen föreslogs en utbyggnad av digitalradion. Regeringen utsåg förra året Nina Wormbs till "branschsamordnare" med uppdrag att tillsammans med branschen ta fram en plan för digitaliseringen. I utredningsdirektivet skriver regeringen att utgångspunkten ska vara att public service och reklamradion slutar sända på FM 2022.

Planen "Från analog till digital marksänd radio" presenterades 1 december:

- * Sveriges Radio och reklamradion lanserar gemensamt digitala sändningar i slutet av 2016, med en 70-procentig täckning av landet.
- * Sveriges Radio och reklamradion lämnar FM-bandet 2022. För att det ska ske krävs att fyra kriterier nås 2020: Sveriges Radios sändarnät ska ha en täckning på 99,8 procent, det ska finnas ett mervärde för lyssnarna med ett brett kanalutbud, minst 50 procent ska lyssna digitalt (inklusive via internet) och det

Alternativ till DAB

HD Radio – Digitalradio på existerande FM-frekvenser som ger plats för upp till tre digitala extrakanaler. Etablerat i USA och i några latinamerikanska länder.

DRM/DRM+ – Europeisk standard för att sända digitalt över långvåg, mellanvåg, kortvåg och med den nyare versionen DRM+ även över FM-bandet. Indien har valt DRM som standard för sin digitalisering.

DVB-T2 Light – Ny teknik för att sända digitalradio via marknätet för digital-TV. Plats för tre gånger fler stationer än med DAB+. Testas i Köpenhamn.

Frekvensutrymme

Sverige har i internationella förhandlingar fått frekvensutrymme för fyra DAB-nät, med plats för upp till 15 kanaler i varje. Reklamradion har två nät, som är nedbrytbara i 34 regioner. I oktober fördelade Myndigheten för radio och TV 21 nationella och fyra regionala tillstånd för kommersiell digital radio. Sveriges Radio föreslås få ett eget nät med 21 regioner.

**Medie
världen
Premium**

ska vara "ekonomiskt och praktiskt möjligt" att konvertera radion i bilen. Om kriterierna inte nås lämnas FM 2024.

- * Reklamradions FM-tillstånd, som går ut 2018, förlängs fram till FM-släckningen och blir avgiftsfria. På så sätt får reklamradion råd att investera i DAB.
- * Sveriges Radios investering i digitalradio finansieras på två sätt. Under övergångsperioden beräknas det fullt utbyggda DAB-nätet kosta 100 miljoner per år för Sveriges Radio. Det bekostas med ett lån från Riksgälden, som betalas tillbaka med de besparingar som görs efter att FM-sändningarna släcks ned. Programsatsningen och utvecklingsarbetet, som också beräknas till 100 miljoner årligen, betalas till hälften av besparingar på andra håll inom företaget och till hälften av extra tillskott från licensmedlen.
- * Närradion är inte med i förslaget om digitalisering med hänvisning till att DAB inte passar lokala radiostationer med tanke på att sändningsområdena är större än de som närradion har. Närradion fortsätter därför på FM, enligt förslaget. Nina Wormbs säger dock att det i framtiden skulle vara möjligt med en nationell

ideell radio på ett av de fyra DAB-nät som Sverige har tilldelats. Hon nämner också de försök med småskalig och billig DAB som pågår i Storbritannien och att något liknande skulle kunna bli aktuellt i Sverige. Reklamradion har ställt sig positiv till att bereda plats för närradion i sina DAB-nät.

Om förslaget från branschsamordnaren blir verkligt är reklamradiobolagen de stora vinnarna. De slipper sina dyra koncessionsavgifter för FM-frekvenserna, får lägre sändningskostnader förutsatt att digitaliseringen lyckas, kan sända nationellt och kan starta nya kanaler. De lägre sändningskostnaderna och utrymmet för fler kanaler gäller även för Sveriges Radio.

Efter att förslaget från branschsamordnaren har gått på remiss skulle riksdagen kunna ta ett beslut under hösten 2015, vilket krävs för att tidsplanen i digitaliseringsförslaget ska hålla.

Allianspartierna stod bakom en digitalisering i den senaste public service-propositionen och även Socialdemokraterna var åtminstone då förespråkare. Sverigedemokraterna var emot och Miljöpartiet ville utreda konsumenternas behov och valet av teknik. Kulturdepartementet, som leds av en miljöpartistisk



"NÄRRADION KAN
DÄREMOT FÖRLORA PÅ
DIGITALISERINGEN.
OM DE ÄR ENSAMMA KVAR
PÅ FM RISKERAR DE ATT
FÖRLORA LYSSNARE"

minister, har ännu inte uttalat sig i frågan. En osäkerhet inför beslutet är dessutom den granskning av digitalradiofrågan som görs av Riksrevisionen och som väntas i mars 2015.

Argument för DAB

Den viktigaste fördelen med DAB är att det ger plats för fler kanaler och för nya aktörer på radiomarknaden. I storstäderna finns redan i dag ett stort radioutbud, men på de flesta håll i landet går det bara att lyssna på fyra Sveriges Radio-kanaler och två reklamstationer. Fler kanaler skulle i sin tur kunna leda till ökat lyssnande om de ger ett bredare utbud och ökade valmöjligheter för lyssnare att hitta en kanal som passar dem.

Att sända på DAB är billigare än att sända på FM, åtminstone när det gäller nationella och regionala kanaler. Sveriges Radio betalar ungefär 160 miljoner kronor årligen för att sända fyra kanaler på FM, medan ett nationellt DAB-nät med plats för 15 kanaler beräknas kosta 100 miljoner årligen.

De största fördelarna får reklamradion, som får möjlighet att sända över hela landet och slipper koncessionsavgifterna som förra året uppgick till 128,2 miljoner kronor. De måste däremot betala de kostnader det innebär att parallellsända på FM och DAB.

Argument mot DAB

Det har riktats mycket kritik mot DAB, som har kallats en föråldrad teknik. En digitalisering innebär stora investeringar i både sändarnät och nya mottagare för konsumenterna. Totalt beräknas det att nio miljoner fler mottagare måste återvinnas vid en digitalisering än om den inte sker. Kritikerna vill att konsumenternas behov ska utredas.

Det finns lediga FM-frekvenser och det går att skapa ytterligare ledigt utrymme om FM-bandet omplaneras. Detta i kombination med det utbud som redan finns tillgängligt via internet och mobilnäten sägs göra en digitalisering av marksändningarna onödig. Om en sådan ändå skulle behövas i framtiden finns alternativa tekniker (se faktaruta).

Något som också har nämnts är att den marksända radion riskerar att förlora lyssnare om konsumenterna vid en digitalisering inte köper nya mottagare. Det gäller särskilt lyssnandet i bilar, eftersom det kostar mycket att ersätta en analog bilmottagare med en digital om man inte nöjer sig med en billig adapter.

Radiobolagens planer

Att Sveriges Radios fyra huvudkanaler kommer att ingå i DAB-nätet kan man utgå ifrån. Men vilka andra kanaler som bolaget vill ha med är inte klart, inte heller hur många de blir. Det som brukar nämnas är att sportsändningarna

"RADION RISKERAR ATT FÖRLORA LYSSNARE OM KONSUMENTERNA VID EN DIGITALISERING INTE KÖPER NYA MOTTAGARE. DET GÄLLER SÄRSKILT LYSSNANDET I BILAR"



skulle kunna brytas ut ur P4 och att P2 skulle kunna bli en renodlad musikkanal. Utbudet för tonåringar och de äldre lyssnarna behöver också bli bättre. Tillfälliga kanaler under evenemang och krissituationer kan också bli aktuella.

Just nu har Sveriges Radio fyra digitala kanaler: ungdomskanalen P3 Star, P2 Klassiskt, barnkanalen Radioapans knattkanal och finskspråkiga P7 Sisuradio. Några av dessa kan komma att ingå i ett kommande DAB-utbud. En annan möjlig kanal är Alltid Nyheter, som drevs på försök oktober 2011–maj 2012.

SBS Discovery Radio fokuserar till att börja med på att få ut sina fyra FM-kanaler – Mix Megapol, Rockklassiker, The Voice och Vinyl – till hela landet. SBS har även tillstånd för musikkanalerna Party People (dansmusik), Radio 107,5 (dansmusik) och We Love 80's (80-tals-oldies) samt för den lokala versionen av Mix Megapol i Göteborg. Vad bolaget ska göra i en andra fas är ännu inte beslutat och stationernas programinriktningar kan komma att förändras.

MTG Radio har fått elva tillstånd för DAB+. Vid sidan av FM-kanalerna Rix FM, Bandit Rock och Lugna Favoriter har MTG Radio planer på att återuppliva pratradiokanalen Radio 1, starta trafikkanalen Bilradion och lansera sportkanalen Viasat Sport – möjligen till OS i Rio de Janeiro sommaren 2016. Vid sidan av dessa har MTG Radio tillstånd för fem musikkkanaler: Power Hit Radio (hits), Malung Forever (dansband), Indie 100 (indiepop), Retro (oldies) och Svenska Favoriter (svensk pop).

Ytterligare fyra reklamradiobolag har fått tillstånd från Myndigheten för radio och TV. NRJ har fått nationella tillstånd för NRJ+ och Radio Nostalgi (oldies). DB Media får sända Dansbandskanalen nationellt och Guldkanalen regionalt i Skåne. Skärgårdsradions tillstånd gäller i regionerna Stockholm och Visby. Slutligen har NTM-ägda Norrköpings Radio & Co fått tillstånd för ungdomskanalen East på NTM:s dagstidningsmarknader i sydöstra Sverige, Uppsala och Norrbotten samt i Stockholm.

DAB i Norge

I Norge inleddes DAB-sändningarna 1995, alltså samma år som i Sverige. Utvecklingen gick länge långsamt. Men för tre år sedan bestämde stortinget att FM-sändningarna ska läggas ned 2017 förutsatt att fem kriterier uppfylls. Om de inte uppfylls flyttas slutåret till 2019. Efter beslutet har den digitala lyssningen (inklusive lyssning via internet och digital-TV) ökat och uppgår nu till 52 procent dagligen. Kriterierna ansågs under hösten uppnådda i Norge och ett politiskt beslut väntas under våren 2015. Då bestäms det även vilka radiostationer som får fortsätta på FM. Några kommersiella aktörer med lokala stationer har kritiserat FM-släckningen och vill fortsätta på FM.

Framgången i Norge sägs bero på tydliga politiska beslut – framförallt om FM-släckningen – samt enighet och samordning mellan radiobolagen.

Det finns två norska nationella DAB-nät. Public service-bolaget NRK täcker in 99,5 procent av landet och reklamradios nät 90 procent. NRK har 14 rikstäckande kanaler och reklamradiobolagen P4 (som ägs av MTG) och SBS

De norska kriterierna:

1. 99,5 procents täckning med radio-sändarna runt om i landet för public servicekanalerna (NRK).
2. 90 procents täckning för de kommersiella kanalerna.
3. DAB ska ge mervärde i programutbudet. Man har ökat från 5 till 22 rikstäckande kanaler. Framför allt är det de kommersiella kanalerna som fått ökat sändningsutrymme, men även NRK har till exempel skapat en kanal för äldre lyssnargrupper, P1+, som bara går höra för digitalradiolyssnarna.
4. DAB ska vara möjligt att installera i bilen. Det ska finnas serviceverkstäder för installation i minst hälften av kommunerna.
5. Det femte kravet är att hälften av alla som lyssnar på radio gör det via DAB-radioapparat, dator eller mobil.

Discovery Radio totalt åtta. NRK har haft framgång med NRK P1+, som enbart sänds via DAB-nätet. SBS och MTG-ägda P4 väntas starta ytterligare kanaler. Regionala sändningar har startats i fyra områden och i Oslo finns nu 19 stationer vid sidan av de nationella, bland annat några ideella.

Digitaliseringen drivs av radiobolagen via branschorganet Digitalradio Norge, som sedan 2009 sköter information till konsumenter och dessutom fungerar som operatör för reklamradios DAB-nät. Digitalradio Norge ägs av NRK och P4, men har ett nära samarbete med SBS.



DAB i resten av världen

Det finns permanenta digitala sändningar med DAB i 16 europeiska länder, däremot har inget land valt en annan digital teknik. Vid sidan av Norge, har Storbritannien och Schweiz kommit längst. I Schweiz presenterade radiobranschen nyligen en nedsläckningsplan för FM, i Nederländerna talar den ansvariga ministern om att sluta använda FM inom ett par år och även public service-radion i Tyskland vill sätta ett slutdatum för FM. Utanför Europa har DAB fått ett genombrott i Australien, där flera miljoner lyssnar i storstadsområdena.

Det är dock inte bara i Sverige som DAB har haft svårt att få genomslag. I Finland stoppades DAB-sändningarna 2005. I Danmark har försäljningen av digitala mottagare gått ned de senaste två åren. Politikerna verkar tveka om den FM-släckning som har planerats. SBS Discovery Radio och Radio 24 Syv vill behålla FM-sändningarna och public service-bolaget DR kan tänka sig att avvakta med ett beslut i frågan. I Frankrike har de tre stora reklamradiobolagen motarbetat digitaliseringen och public service saknar finansiering. Digitala sändningar pågår dock i tre städer med totalt 99 radiostationer.

Slutsatser:

» En satsning på digitalradio med DAB skulle kunna lyckas. För det talar att det nu finns billigare mottagare och en bättre teknisk standard som ger fler kanaler samt enighet mellan de stora radiobolagen.

» Men digitaliseringen skulle också kunna bli inställd eller avstanna. Exempelvis om politikerna väljer att återigen skjuta projektet på framtiden, om något av de kommersiella bolagen får ett nej till satsningen från sin ägare eller om utvecklingen i utlandet går åt fel håll.

Andel hushåll med DAB-mottagare

Gibraltar	70 %
Norge	53 %
Sydkorea	50 % (med DMB)
Storbritannien	48 %
Danmark	37 %
Schweiz	33 %
Malta	25 %
Australien	23 %
Irland	12 %
Polen	10 %
Tyskland	8 %