



Innspill til Medietilsynet: NRKs bidrag til mediemangfoldet og konkurransemessige virkninger av NRKs tilbud

07.11.2025

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten, som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal styrke og verne de publisistiske verdier som representeres av Redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

MBL skal bidra til at et mangfold av økonomisk sunne medier kan fungere som det åpne samfunns arena for fri informasjon, samfunnskritikk og debatt.

MBL representerer ca. 325 medlemsbedrifter med ca. 10.000 ansatte: ca. 210 mediehus, herunder 190 aviser hvorav 150 er lokalaviser. Andre mediehus er kommersiell allmennkringkasting, magasiner og lokal-tv. MBL representerer også virksomheter tilknyttet mediehusene, bl.a. avistrykkerier og distribusjonsselskaper.

Generelt

MBL er intervjuet av Oslo Economics i forbindelse med oppdraget Medietilsynet har fått fra Kultur- og likestillingsdepartementet om NRKs bidrag til mediemangfoldet og konkurransemessige virkninger av NRKs tilbud. Vi ønsker her å utdype våre innspill.

Vi viser ellers til innspillene fra Aller, Amedia og Schibsted og støtter disse.

Oppsummering

- Mens private redaktørstyrte mediehus har gjennomgått en voldsom omstilling som gjør dem sårbare for økonomiske og markedsmessige svingninger, har NRK blitt en stadig mer dominerende aktør i det norske mediemarkedet.
- NRKs innhold på nett konkurrerer direkte med private redaktørstyrte mediehus.
- NRK skal ikke øve sterkt konkurransepress mot private redaktørstyrte mediebedrifter.
- Det må være en god balanse mellom NRK og private redaktørstyrte aktører.
- Kravene til hvordan NRK skal styrke mediemangfoldet må skjerpes betydelig.
- NRK bør dele teknologi med kommersielle mediehus.
- Det må stilles krav om at NRKs tilbud skal tilføre reell økt samfunnsverdi.

Journalistikken under press

Verden er blitt mer usikker. Den regelstyrte verdensordenen som ble etablert etter andre verdenskrig vakler, og det er krig i Europa. Med økende desinformasjon og propaganda er et mangfold av redaktørstyrte medier avgjørende for tillit, beredskap og motstandskraft i befolkningen.

Selv om teknologigigantene gir flere mulighet til å ytre seg, bidrar algoritmene til å forsterke ekkokamre, polarisering og feilinformasjon. Når spredning av desinformasjon og propaganda belønnes med synlighet og klikk, trues selve fundamentet for en åpen og opplyst samfunnsdebatt – og dermed demokratiets bærekraft. Fri, redaktørstyrt journalistikk er viktigere enn noensinne.

Medienes samfunnsoppdrag er både en sentral del av demokratiets infrastruktur og viktig for komparative fortrinn Norge har, som tillit og høy kompetanse. Private redaktørstyrte medier er en av grunnsteinene i et fritt og demokratisk samfunn.



Norske redaktørstyrte medier har et godt utgangspunkt: høy tillit hos brukerne, generelt god betalingsvilje i befolkningen og de er verdensledende i digitalisering.

Men de private mediehusene står i en knallhard kamp om brukernes tid og penger. Globale teknologigiganter blir stadig sterkere på annonsemarkedet, og i år er det estimert at de vil ta 13,5 mrd. av et totalt marked på 28,5 mrd. kr. Til sammenligning er de samlede annonseinntektene til norske aviser på 3,9 mrd. kr. Brukerinntektene øker, og utgjør ca. 65 prosent av inntektene. Driftsinntektene i perioden 2021-2024 har stått stille på ca. 12,1 mrd. kr.

Styrket mediepolitikk

Selv om det ligger utenfor mandatet for Medietilsynets arbeid i denne omgang, er det viktig å peke på at det er avgjørende at mediepolitikken styrkes fremover, hvor det viktigste tiltaket er at momsfritaket igjen gjøres plattformnøytralt slik at de redaktørstyrte nyhetsmediene uten hindringer kan drive utvikling og lage produkter som møter særlig yngre brukeres forventninger og krav til formater og presentasjon. Mye står på spill om vi ikke lykkes.

Betydelig konkurransepress

Store deler av NRKs virksomhet gir et betydelig konkurransepress mot privat medievirksomhet. NRKs nettavis, NRK.no, er i et marked hvor det ikke mangler tilbud til publikum. Det er ingen tvil om det tekstbaserte innholdet på NRK.no, der både innholdstyper, virkemidler og sjangre er identiske med og konkurrerer med det som andre leverer, er svært problematisk særlig for en rekke større avismediehus.

NRK.no posisjonerer seg som en gylden middelvei for innhold, der mange formater er identiske med formatene til private redaktørstyrte medier. NRK.no oppleves derfor av mange som et alternativ til store private redaktørstyrte avismediehus.

De private redaktørstyrte mediene må selv finne frem til bærekraftige inntektsmodeller i en digital medie verden. I denne meget utfordrende markedssituasjonen er det imidlertid ikke en statlig oppgave å øve sterkt konkurransepress mot private redaktørstyrte mediebedrifter.

NRK og internett

Da NRK-plakaten ble etablert i 2007 var det et sentralt argument å hindre at NRK ble irrelevant på grunn av teknologit utviklingen, og man utvidet derfor vedtektene på flere punkter, blant annet ble det innført et punkt som påla NRK å utvikle et «attraktivt tilbud» på nye medieplattformer. NRK har trolig det bredeste mandatet blant offentlige allmennkringkastere i Norden, og har benyttet seg av friheten man er gitt til å etablere en tjeneste, NRK.no, som er i et marked hvor det ikke mangler tilbud til publikum, og leveres i konkurranse med private aktører. NRK benytter også sitt store apparat og gjennomslagskraft til å markedsføre sine tilbud på tvers av plattformer.

NRK har hatt en betydelig vekst i statlige overføringer, og for 2026 foreslås 7,75 mrd. kr (inkl. momskompensasjon). Til sammenligning var avisenes samlede driftsinntekter i 2024 på 12,1 mrd. Denne solide økonomien har satt NRK i stand til å opparbeide seg en unik posisjon i det norske markedet, både i kraft av antall journalister og andre medarbeidere, dekning, samlet publikumsoppslutning og utvikling av nye digitale produkter.

Men NRK har en annen rolle enn private redaktørstyrte mediehus. I et demokratisk samfunn må statsfinansierte medieforetaks virksomhet balanseres og avgrenses opp mot privat medievirksomhet. Grenseflater mot privat medievirksomhet må være tydelig regulert gjennom lover, forskrifter og vedtekter.



NRK må pålegges å vurdere de konkurransemessige effektene av sitt tilbud

Allerede for nesten ti år siden pekte Familie- og kulturkomitéen på at NRK har et tydelig ansvar for mediemangfoldet da den behandlet Meld. St. 15 (2016-2017) *Eit moderne og framtidsretta NRK - Finansiering og innholdsplikter*:

«NRK har videre et ansvar for å påse at organisasjonens aktivitet ikke er til hinder for andre aktører innen det norske mediemarkedet.»

For NRKs rammer handler også om fremtiden for norsk, betalt innholdsproduksjon og hvordan vi sikrer et godt mediemangfold fremover. Private redaktørstyrte medier møter gjennom nettavisen NRK.no en statlig medieaktør som tenker og agerer kommersielt, men som ikke behøver å tenke på inntekter eller de økonomiske utfordringene de private redaktørstyrte mediene må håndtere.

Digital produksjon og distribusjon har snudd opp ned på publikums bruksmønstre, og dermed også på betalingsstrømmene i bransjen. Brukerinntekter utgjør nå en dominerende del av private redaktørstyrte mediers inntekter, og det er kritisk viktig at NRKs virksomhet ikke er til hinder for at disse lykkes med å få så mange betalende brukere som mulig.

NRK må pålegges å vurdere de konkurransemessige effektene av sitt tilbud, ikke bare i forbindelse med utvikling av nye tjenester, men også innenfor kjernevirksomheten. NRK må pålegges å teste sin virksomhet på NRK.no opp mot kringkastingsloven § 6-1 a og kringkastingsforskriften § 6-2.

Bidra til mangfold

Debatten om NRK må også handle om hvordan NRK kan bidra til å styrke mangfoldet, både innholdsmangfoldet og avsendermangfoldet. NRK bruker i noen grad sosiale medier til å distribuere sitt innhold. Det burde vært minst like naturlig at NRK gjør sitt innhold tilgjengelig for publikum gjennom de norske mediehusene. På den måten kan NRK styrke disse, samtidig som innholdet når enda flere.

NRK er en medie gigant i norsk sammenheng, og har store ressurser og høy kompetanse innenfor medieteknologi. En viktig måte å bidra til mangfold på vil derfor være å dele teknologi med kommersielle mediehus. Det vil være kostnadsbesparende for disse, og gi mange et teknologisk løft.

MBL har et strukturert samarbeid med NRK, på områder der partene ser styrker i å arbeide sammen. Det handler overordnet om disse områdene:

1. Sikre gode rammevilkår for mediemangfoldet gjennom forutsigbare ordninger som underbygger innovasjonen, som i størst mulig grad sikrer konkurranse på like vilkår og som er plattformnøytrale,
2. Teknologiforståelse og utvikling,
3. Innholdssamarbeid og deling,
4. Kompetanse og mangfold i mediebransjen.

Balanse er nødvendig

Det må være en god balanse mellom NRK og private redaktørstyrte aktører. Ellers vil innholdsmangfoldet og mediemangfoldet bli svekket. Det rammer både brukerne og samfunnet. NRK er en medie gigant, som både har stor makt og stor gjennomslagskraft. Dette ansvaret må en offentlig allmenkringkaster være seg bevisst. NRK må utøve sin virksomhet med et svært bevisst forhold til hvilke konkurransemessige effekter virksomheten har i det private mediemarkedet. Det ville være betenkelig om statlig medievirksomhet skulle utkonkurrere eller svekke private redaktørstyrte medieaktører, som er viktige for demokratiet. I dag er NRK bare i begrenset grad pålagt å ta slike hensyn. Det bør tas inn i vedtektene en ny bestemmelse som gjør det til en plikt for NRK å vurdere de konkurransemessige virkningene av sitt tilbud, ikke bare ved etablering av nye tjenester, men også NRK.no og innenfor kjernevirksomheten.



Avgrensning av NRKs oppdrag på internett

Lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester (kringkastingsloven), § 6-1 a, omhandler forhåndsgodkjenning av nye tjenester i allmennkringkastingsoppdraget. Det er Medietilsynet som avgjør om det skal gis tillatelse til å innlemme nye tjenester i NRKs allmennkringkastingsoppdrag. Kun tjenester som oppfyller demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet kan godkjennes. Bestemmelsen, som kom i 2009, innebærer at det skal vurderes om det, ut fra et samfunnsmessig perspektiv, er ønskelig at NRK tilbyr den aktuelle tjenesten.

Forskriften som regulerer dette er *Forskrift om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester*, hvor det i § 6-2 heter at det skal også legges vekt på «hvilken effekt tjenesten vil ha på markedet som sådan ...». Videre heter det at det skal legges vekt på «hvorvidt tjenesten vil tilføre en merverdi ut over det som allerede tilbys i markedet. Dette må avveies imot de potensielle konkurransebegrensende virkningene av at tjenesten tilbys.»

NRKs tilbud på NRK.no siden 2007 burde vært prøvd opp mot dette regelverket. Det er liten tvil om det tekstbaserte innholdet på NRK.no, der både innholdstyper, virkemidler og sjangre er identiske med og konkurrerer med det som andre leverer, er svært problematisk for store avismediehus.

NRK-plakaten

I lys av drøftingen over vil MBL kommentere noen sentrale paragrafer.

§ 14 NRK skal ha et selvstendig ansvar for å bidra til det norske mediemangfoldet (regionalt og nasjonalt).

Paragrafen bør utvides. Ansvaret bør gjøres aktivt, slik at NRK pålegges å bidra til kompetanseheving og å dele innhold med de private mediehusene. NRK bør også pålegges å vurdere de konkurransemessige effektene av sitt tilbud, ikke bare i forbindelse med utvikling av nye tjenester, men også innenfor kjernevirksomheten.

Her vil det også være naturlig at NRK pålegges å teste sin virksomhet på NRK.no opp mot kringkastingsloven § 6-1 a og kringkastingsforskriften § 6-2.

§ 26 NRK skal ha et særlig ansvar for å dekke tematiske og geografiske blindsoner.

De private redaktørstyrte avismediehusene har vært nødt til å foreta omfattende nedbemanninger som følge av inntektsfall, noe som har bidratt til blindsoner. For å motvirke denne utviklingen vil det mest effektive være å sette inn tiltak som gjør disse i stand til å fylle blindsoner de tidligere dekket. Paragrafen må dessuten sees i sammenheng med § 20: «NRK skal reflektere det geografiske mangfoldet i Norge og ha et godt lokalt tilbud. NRK skal være til stede i alle fylker.» Det er her allerede slått fast hvilket geografisk ansvar NRK har. Kravet om å dekke geografiske blindsoner åpner for at NRK kan utvikle lokale tjenester, som dermed vil stenge for at private redaktørstyrte medier kan ta slike posisjoner. Kravet bør derfor fjernes, og det bør heller legges opp til å styrke de kommersielle mediehusene for å dekke blindsoner.

§ 41 NRK skal kunne formidle samme type tilbud som også tilbys av kommersielle aktører, men bør etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet.

Dersom NRK skal tilby innhold som tilbys av private redaktørstyrte mediehus må det være et tydelig krav, ikke bare en anmodning, at det tilføres økt samfunnsverdi.

§ 50 NRKs tjenester på Internett skal samlet i levende bilder, lyd og tekst i det minste inneholde et løpende oppdatert tilbud av: Nasjonale og internasjonale nyheter; Et eget regionalt nyhets- og



innholdstilbud; Egenutviklet innhold for barn og unge; Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmål; Kunst og kultur; Sport og underholdning; Tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse

Det er her i liten grad noen reell avgrensing av hva NRK kan tilby på NRK.no. Paragrafen må sees i sammenheng med §§ 14 og 41. NRKs innhold på internett ligner i stor grad på innholdet som tilbys av private redaktørstyrte mediehus, og konkurrerer derfor direkte med deres betalte tilbud. NRK bør i større grad tilby innhold som private redaktørstyrte mediehus ikke tilbyr. I lys av kringkastingsloven § 6-1 a og kringkastingsforskriften § 6-2 må det stilles krav om reell økt samfunnsverdi for det som tilbys på NRK.no.