

**Medietilsynet**

Innspill@medietilsynet.no

Marie.therese.lilleborge@medietilsynet.no

Deres ref.:

Vår ref.:

Dato: 31.10.2025

Innspill fra P4 Radio Hele Norge – Utredning om NRK og mediemangfold

P4 Radio Hele Norge takker for muligheten til å få komme med innspill til Medietilsynets utredning om NRKs bidrag til mediemangfoldet og konkurransemessige virkninger av NRKs tilbud.

I 2025 feiret en samlet norsk radiobransje at det er 100 år siden første radiosending var på lufta her i landet. Det er i den anledning en glede å registrere at radio og lyd fortsatt står svært sterkt i Norge. Det som imidlertid bekymrer oss i den kommersielle delen av radiobransjen er NRKs dominerende markedsposisjon. Dette – i kombinasjon med at NRK i stadig økende grad nærmer seg sine kommersielle konkurrenter innholdsmessig – er noe av det vi ønsker å belyse i denne høringsuttalelsen.

NRK fortsetter å ta markedsandeler

Vi har over tid registrert at debatten om NRKs markedsposisjon og påvirkning på mediemangfoldet nær sagt utelukkende har dreid seg om forholdet til skrivende journalistikk. I denne forbindelse vil vi derfor påpeke at NRKs markedsposisjon er langt sterkere – og sågar *økende* – i radiomarkedet sammenlignet med både fjernsyn, aviser og digitale plattformer. Det er derfor svært viktig at problemstillinger knyttet til radiomarkedet blir viet plass i rapporten, slik at ambisjonene om et godt balansert mediemarked i Norge kan nås.

Ferske PPM-tall (den offisielle lytterundersøkelsen for radio) viser hvordan markedsandelen til statsfinansierte NRK bare fortsetter å øke over tid, og nå nærmer seg 70%. Dette er langt høyere enn hva som bør være en rimelig målsetting dersom ivaretagelsen av mediemangfoldet også skal omfatte radio. Utviklingen går på bekostning av de kommersielle aktørene i bransjen, som er helt avhengige av gode lyttertall og bred dekning i befolkningen for å kunne tiltrekke seg annonsører.

P4 Radio Hele Norge AS

P.B. 817

2626 Lillehammer

P4@p4.no

Lillehammer

Besøksadresse:

Storgata 129, 2615 Lillehammer

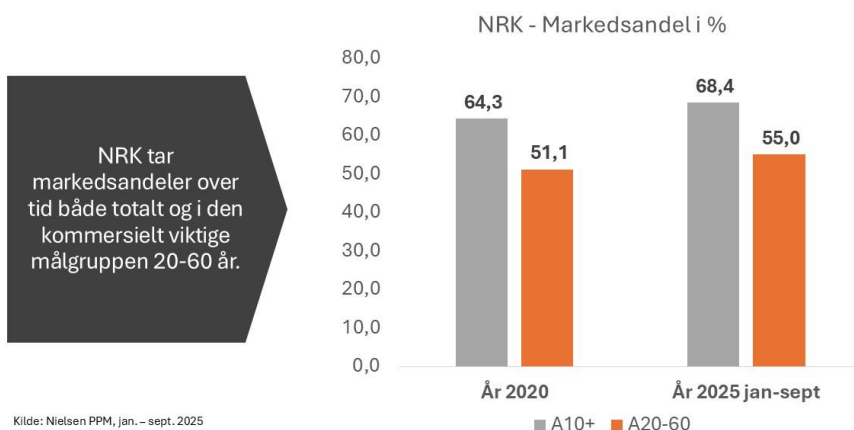
Tel: +47 61248444

Oslo

Besøksadresse:

Karvesvingen 7, 0579 Oslo

Foretaksnummer: 963 789 505



NRK P1 - stadig mer lik de kommersielle kanalene

Det å operere som én av to kommersielle aktører i et radiomarked hvor NRK har en så sterk og dominerende markedsposisjon er krevende. I vårt forrige høringssvar pekte vi på at NRKs største radiokanal, NRK P1, opererer på en måte som i stor grad konkurrerer med kommersielt innhold hos våre radiostasjoner. Dette står i aller høyeste grad fortsatt ved lag, og P4 ser med bekymring på hvordan NRK P1 blir mer og mer lik de kommersielle kanalene i både form og innhold.

Vi mener NRK P1 fortsetter å plassere innhold i tråd med allmenkringkasterkravene på tidspunkter i løpet av døgnet hvor radiolyttingen er på sitt laveste, mens de i stor grad sender «kommersielt innhold» på de mest attraktive sendetidspunktene. En slik praksis er med på å undergrave de krav og intensjoner som ligger til grunn for NRKs oppdrag, samtidig som det svekker grunnlaget for de kommersielle aktørene i markedet.

NRKs spesielle ansvar for mangfold på radio - Særlig for norsk musikk

Da det for over 30 år siden ble åpnet for riksdekkende kommersielle radiokanaler her i landet var musikken noe av det som i særlig grad skilte oss fra statsfinansierte NRK. Slik er det ikke lenger. Vi ser en bekymringsfull utvikling hvor særlig NRKs hovedkanal – NRK P1 – blir mer og mer lik sine kommersielle konkurrenter.

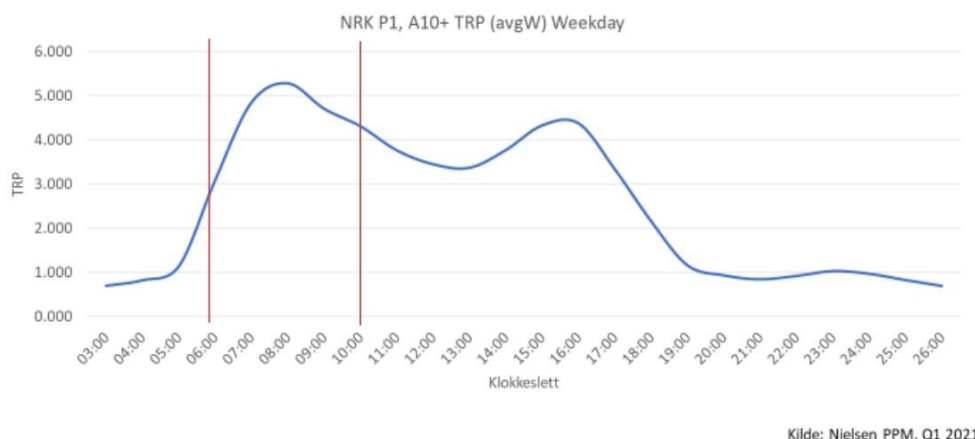
Kringkastingslovens §3g sier at «minst 35 % av musikken som spilles skal være norsk». Vi mener det relevante i denne sammenhengen må være å se på norsk musikk fremført på norsk. Ferske tall viser at selv om NRK leverer på dette *i snitt* gjennom døgnet på P1, så ligger norsk på norsk-andelen konsekvent langt under dette i den kommersielt viktige morgenflaten mellom kl. 06.00 og 10.00 på hverdager.

Andelen norsk på norsk om morgenen på P1 er nå nede på 27%, og dette viser at NRK unnlater å eksponere norsk musikk i de sendeflatene der de har klart flest lyttere (se figur for lyttemønster). Dette gir grunnlag for å spørre seg om NRK i tilstrekkelig grad ivaretar sitt oppdrag og sin egenart i forhold til det kommersielle tilbudet.

	Total norsk på norsk P1	Norsk på norsk P1 kl. 06.00-10.00	Differanse norsk på norsk om morgenen vs. resten av døgnet
2014	27	22	-17,9 %
2015	30	25	-15,5 %
2016	30	27	-10,9 %
2020	34	23	-32,4 %
2024	35	27	-22,9 %

Alle totalandeler er hentet fra NRKs årsrapporter. Analysene av sendetiden kl. 6-10 er gjort ved hjelp av musikkdata fra Radiomonitor på P1s største distriktssending (Østlandssendingen).

Lyttermønster gjennom dagen NRK P1



Kommersialisering av musikk og innhold

Det er ikke bare vi i den kommersielle delen av norsk radiobransje som frykter at NRK i stadig større grad beveger seg bort fra sitt allmenkringkasteroppdrag når det gjelder musikk. 5. september 2025 varslet NRKs musikksef Mads Borch Bugge at statskanalen planla flere store endringer i musikktilbudet. Årsaken var at NRK ville at «*musikktilbudet vårt nå skal være tydeligere, skarpere og mer tilgjengelig*». Som en følge av dette har NRK blant annet bestemt at musikkprogram som Spillerom, Jazzklubben, Y2K, Hegstad, Musikkreisen og Klassisk vorspiel skal legges ned ¹.

Endringen har ført til høylytte protester fra flere musikkmiljøer i Norge. 26. september 2025 sendte Komponistforeningen klage til Kringkastingsrådet, og viste blant annet til «*at endringene vil føre til et fattigere musikktilbud og true det musikalske mangfoldet*» og «*at publikum blir*

¹ https://www.nrk.no/presse/_tydeligere_-skarpere-og-mer-tilgjengelig-1.17556575

frarøvet mye spennende musikk”². Styreleder i NKF, Knut Olaf Sande, uttrykte i sakens anledning sterk bekymring, og mente blant annet at de planlagte endringene innebærer «at hele spektre av musikkfeltet blir borte» og «vil føre til et fattigere musikktilbud og true det musikalske mangfoldet»³.

Norsk musikkråd har også klaget til Kringkastingsrådet, og i tillegg tatt initiativ til oppropet «NRK må romme hele musikklandet». Oppropet er signert av 60 norske musikkaktører, og gir uttrykk for at «vi er svært bekymret for denne utviklingen og etterlyser NRKs oppdrag som ansvarlig allmenkringkaster (...). NRK skal betjene hele befolkningen. Dette innebærer nyskaping og tradisjon – noe som også betyr å gi plass til musikken som ikke markedskreftene selv løfter inn i kommersielle flater»⁴.

Vi mener dette tydelig viser at store deler av norsk musikkbransje er bekymret for det samme som oss, nemlig at NRK i stadig større grad beveger seg bort fra det å spille musikk som gjør at de oppfyller allmenkringkasteroppdraget, og dermed skiller seg fra de kommersielle radioaktørene. Det at NRK legger ned spesial- og temaprogrammer bidrar til at smalere, tyngre og mindre kommersielt innhold enten forsvinner eller legges til kanaler og tidspunkt med færre lyttere.

Det er ikke bare den såkalt smale musikken som kuttes eller flyttes fra NRK P1 over på smalere kanaler. Det gjør også programmer som er en viktig del av allmenkringkasteroppdraget. 6. november 2023 ble Morgenandakten – som i alle år har gått på NRK P1 – flyttet til kanalen P1+ og til NRK Radio på nett. Til avisen Vårt Land sier NRKs radiosjef Bjørn Tore Grøtte at noe av bakgrunnen for flyttingen er at NRK «ønsker å gjøre kanalene mer forskjellige»⁵. Men det som samtidig skjer da, er at NRK P1 blir mer og mer lik P4 og de andre store kommersielle radiokanalene. Dette mener vi er en svært uheldig utvikling som på sikt kan bidra til å svekke mediemangfoldet fordi lytterne heller velger en kanal uten reklame.

Det er etter vårt syn også problematisk at NRK er det eneste mediehuset her i landet som har en ren musikk-kanal, nemlig NRK mP3. Dette er noe vi i den kommersielle delen av bransjen bare kan drømme om siden vi er helt avhengige av reklame for å ha inntekter. Å treffe unge lyttere på radio kan være krevende, så at NRK bruker sine finansielle muskler til å lage en reklamefri kanal som utelukkende spiller hitmusikk beregnet på et ungt publikum, er direkte konkurransevidende. NRK mP3 tar stadig andeler, og vi stiller derfor spørsmål ved om det overhodet er statens jobb å finansiere en kanal av denne typen.

I sum gjør endringer som det vi har pekt på her at NRK P1 over tid oppleves som stadig mer kommersiell og lettrent, og dermed mer lik de kommersielle kanalene. Gitt NRKs høye markedsandeler på radio burde statskanalen etter vår mening vært rausere med det smale innholdet, også på de store brede kanalene. Vi mener det ville vært et viktig bidrag til

² <https://komponist.no/aktuelt/norsk-komponistforening-sender-ny-klage-til-kringkastingsradet>

³ <https://www.ballade.no/politikk-debatt/komponistforeningen-klager-nrk-inn-til-kringkastingsradet-pa-ny/>

⁴ <https://www.musikk.no/nmr/nyheter/opprop-nrk-ma-romme-hele-musikklandet>

⁵ <https://www.vl.no/kultur/nrk-fjerner-andakten-fra-landets-storste-radiokanal/978130?fbclid=IwARoCgOw6mML6R51WHBEoGSxNU6NgbnpSNyI5v5PbKr508K8uLpWdKD7skmE>

mediemangfoldet om NRK hadde som mål å løse allmenkringkasteroppdraget sitt på hver *enkelt* kanal, og ikke bare på noen få.

Nyhetsssendingene mer lik de kommersielle kanalene – kutter lokalt innhold

Kommersialiseringen av NRKs innhold og musikk er på ingen måte ny, og vi har pekt på utviklingen i flere tidligere høringsuttalelser. Det som imidlertid *er* nytt, er at NRK nå også kommersialiserer nyhetssendingene sine.

En viktig del av NRKs allmenkringkasteroppdrag er å formidle innhold med lokal forankring, noe som er tydelig beskrevet i NRK-plakatens §3. Som del av dette har distriktskontorene i flere tiår sendt faste nyhetsbulletiner på NRK P1 gjennom hele formiddagen. Fra februar i år tok imidlertid dette slutt, og de lokale nyhetsbulletinene mellom kl. 09.00 og 14.00 ble lagt ned.

Endringen er del av et større prosjekt som ifølge NRK handler om å teste en ny form for nyhetsformidling der man i større grad lager det som kalles «flytradio». Kanalsjef for NRK P1, Bjørn Tore Grøtte, beskriver i Medier 24 endringen slik: «Nyhetsankeret blir er del av flyten på sendinga» og «dette er en fleksibel måte å melde lokale nyheter på, som vi vet mange setter pris på i en moderne nyhetshverdag»⁶.

«Flytradio», nyhetsankere som sømløst deltar i andre deler av sendingene og fleksibel formidling av nyheter er nøyaktig den måten de kommersielle kanalene har formidlet nyheter på i alle år. Ved at NRK tar disse formgrepene har de nå lagt seg så tett opp til de kommersielle kanalenes måte å formidle nyheter på at det snart ikke er mulig å høre forskjell på oss. NRK fjerner med dette viktig egenart og mangfold, i tillegg til at de svikter distriktene og dermed også allmenkringkasteroppdraget.

Krysspromotering av eget innhold

I NRK-plakatens § 25 heter det at “NRKs allmennkringkastingstilbud skal være reklamefritt og skal ikke inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til konsernets kommersielle tjenester og produkter”. Vi mener NRK - ved sin utstrakte bruk av promoer på tvers av medieflater - er alt annet enn reklamefritt, og at dette får en konkurransevridende effekt. NRK er en gigant i det norske mediemarkedet, og på radio er NRK fullstendig dominerende med en markedsandel som er godt over dobbelt så stor som de to riksdekkende kommersielle radiohusene til sammen.

Når NRK i så stor grad promoterer eget innhold på tvers av medieflater bidrar dette til at NRK ytterligere styrker sine allerede usunne markedsandeler og usunne markedspekt. Krysspromoteringen har en enorm rekkevidde og effekt og er et helt uforholdsmessig sterkt verktøy for å sementere statskanalens allerede dominerende posisjon. Som kommersielle radiokanaler er det umulig å møte denne praksisen med samme virkemiddel, da vi hverken har de økonomiske ressursene, eller tilsvarende distribusjonsnett å bruke til denne formen for reklame og annonsering.

⁶ <https://www.m24.no/bjorn-tore-grotte-distriktsdivisjonen-hanne-bernhardsen-nordvag/nrk-dropper-lokalsendinger-pa-radio-flere-er-skeptiske/788116>

Den utstrakte bruken av krysspromotering på tvers av kanaler er etter vårt syn direkte konkurransevidende, og for å bøte på dette bør NRK i all hovedsak holde seg til å promotere TV på TV, radio på radio og podkast på podkast.

Honnør til NRK for å ha trukket seg ut av kommersielle plattformer

I tidligere høringssvar har vi alltid brukt spalteplass på NRKs forhold til kommersielle distribusjonsplattformer som Spotify, Podme, Podimo, Apple, Acast, Pocket Cast og TuneIn. Det vil vi gjerne gjøre denne gangen også, men nå med motsatt fortegn. For der vi tidligere har påpekt det problematiske ved at statsfinansierte NRKs innhold har vært fritt tilgjengelig på globale techgiganters plattformer og dermed bidratt til å bygge disse, vil nå gi NRK honnør for å ha trukket seg ut av de aller fleste.

I januar 2024 trakk både NRK og P4-gruppen alle sine radiokanaler ut av radiodistributøren TuneIn, og for oss var det helt avgjørende at vi gjorde dette sammen. NRK hadde naturligvis en egeninteresse, men hensynet til mediemangfoldet og vår bærekraft var sentralt i argumentasjonen deres. I denne saken brukte NRK virkelig mediemakten sin, og tok på alvor at de har et ansvar for å bidra til et mediemangfold utover seg selv.

Oppsummering

P4-gruppen mener initiativet med en gjennomgang av NRK og mediemangfold er av avgjørende viktighet for radiomarkedet. NRK har en dominerende – og stadig økende – markedsposisjon i det norske radiomarkedet, og benytter sine ressurser på en måte som ofte er i konflikt med de kommersielle interessene i bransjen.

Derfor mener vi det er helt avgjørende at Medietilsynet nå særlig følger med på følgende:

- Hvordan NRK Radio **oppfyller sitt samfunnsoppdrag** som en aktør som *skiller seg* fra sine kommersielle konkurrenter både når det gjelder innhold, nyheter og musikk. Særlig gjelder dette NRKs ansvar for å spille mye norsk musikk.
- Hvordan NRK **benytter krysspromotering** for å styrke egen markedsposisjon for radio.
- Hvordan NRK i stadig økende grad **flytter det smale innholdet fra NRK P1** og over på mindre kanaler. Utviklingen har etter vårt syn særlig to uheldige konsekvenser: Innholdet som er ment å oppfylle allmenkringkasteroppdraget «gjemmes bort» på små kanaler, og NRKs hovedkanal – NRK P1 – blir stadig mer lik sine kommersielle konkurrenter.

Med vennlig hilsen



Kenneth Andresen

Ansvarlig redaktør og adm.dir.