

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K



Sendt med e-mail til arh@kum.dk (kopi til kum@kum.dk)

Odense/København, den 08-11-2022

HØRINGSSVAR VEDRØRENDE FORSLAG TIL FORORDNINGEN OM OPRETTELSE AF EN FÆLLES RAMME FOR MEDIETJENESTER I DET INDRE MARKED

Kulturministeriet har ved e-mail af 18. oktober 2022 anmodet om eventuelle bemærkninger til EU-Kommissionens forslag til forordningen om oprettelse af en fælles ramme for medietjenester i det indre marked (europæisk retsakt om mediefrihed) og om ændring af direktiv 2010/13/EU – KOM (2022)457.

TV 2 DANMARK A/S (herefter "TV 2") takker for muligheden for at afgive hørings-svar og har følgende bemærkninger.

Generelle bemærkninger

TV 2 støtter forslagets overordnede formål om at understøtte de europæiske medi-ers uafhængighed og pluralisme ved bl.a. at sikre et stabilt og transparent grundlag for medi-ers og journalisters udøvelse af deres for et demokratisk samfund betyd-ningsfulde virksomhed.

TV 2 finder dog samtidig, at omfanget og eksistensen af de problemer, forordningen har til formål at løse, i høj grad varierer indenfor EU. En lang række europæiske me-diemarkeder er velfungerende og præges ikke af de problematikker, EU-Kommissi-onen påpeger i forslaget til forordning.

Dele af forslaget til forordning indebærer således i forhold til visse markeder, herun-der det danske, en uhensigtsmæssig grad af overregulering, der kan have skadelig indvirkning på ellers velfungerende mediemarkeder.

For så vidt angår forslagets enkelte bestemmelser, har TV 2 følgende bemærkninger.

Forslagets artikel 5

Forslagets artikel 5, stk. 1, fastslår, at public service-medi-udbydere på en upartisk måde skal tilvejebringe en mangfoldighed af oplysninger og meninger til deres pub-likum i overensstemmelse med deres public serviceopgave.

Overholdelsen af artikel 5, stk. 1, skal ifølge forslagets artikel 5, stk. 4, overvåges af en eller flere uafhængige myndigheder, der udpeges af de respektive medlemssta-ter. EU-Kommissionen har dog samtidig kompetence til at iværksætte traktatbruds-procedurer imod enhver medlemsstat, der ikke overholder forordningen. Det frem-går ikke af forslaget til forordning, om EU-Kommissionen også vil have adgang til at

TV 2 DANMARK A/S

Rugaardsvej 25
5100 Odense
+45 65 91 91 91

Teglholt Allé 16
2450 København SV
+45 39 75 75 75

www.tv2.dk



iværksætte traktatbrudsprocedurer imod medlemsstater, der efter EU-Kommissionens opfattelse ikke overholder forslagets artikel 5, stk. 1 – f.eks. ved ikke at have underlagt sine public service-medieudbydere tilstrækkeligt pluralistiske public serviceopgaver.

En sådan kompetence for EU-Kommissionen vil imidlertid være i klar modstrid med den kompetencefordeling mellem medlemsstaterne og EU-Kommissionen, der følger af Amsterdamprotokollen og retspraksis fra EU-Domstolen på statsstøtteområdet. Ifølge denne kompetencefordeling er det medlemsstaternes klare prærogativ at fastlægge indhold og omfang af public serviceopgaven. EU-Kommissionens kompetence er begrænset til at sikre, at medlemsstaterne har fastlagt en mekanisme, hvorefter public service-udbyderes overholdelse af deres public serviceforpligtigelser kontrolleres af en uafhængig myndighed.

Hvis forslaget til forordning ikke tilsigter at tildele EU-Kommissionen en kompetence, der går videre end det, der følger af Amsterdamprotokollen og statsstøttestraksis, finder TV 2 det hensigtsmæssigt, at dette tydeliggøres i forordningen, f.eks. ved en bemærkning i forordningens præambel.

Forslagets artikel 24

Forslagets artikel 24, stk. 1 og 4, fastslår, at enhver modydelse eller fordel, offentlige myndigheder indrømmer medietjenesteudbydere med henblik på køb af statslig reklame eller andre varer eller tjenester, skal tildeles efter gennemsigtige, objektive, forholdsmæssige og ikkediskriminerende kriterier og efter åbne, forholdsmæssige og ikkediskriminerende procedurer. Offentlige myndigheder omfatter ifølge forslagets artikel 2, nr. 15, og artikel 24, stk. 2, også statsejede selskaber.

TV 2 finder det hverken hensigtsmæssigt eller nødvendigt at vedtage regler vedrørende den procedure, hvorefter offentlige myndigheder (herunder statsejede selskaber) indkøber statslig reklame eller andre varer eller tjenester fra medietjenesteudbydere, der går videre, end de regler, der følger af EUs regler om offentlige indkøb og EUs statsstøtteregler.

Kravene i artikel 24, stk. 1 og 4, finder anvendelse på alle offentlige indkøb uanset værdi og vil kunne risikere at gøre offentlige selskabers og andre offentlige myndigheds indkøb af statslige reklame og andre varer og tjenester hos medietjenesteudbydere mere besværligt og dermed mindre attraktivt set i forhold til f.eks. indkøb af statslig reklame hos videodelingsplatforme, der ikke omfattes af bestemmelsen. Det samme gør sig for så vidt gældende i forhold til artikel 24, stk. 2, vedrørende pligten til offentliggørelse af oplysninger om reklameudgifter anvendt hos medietjenesteudbydere.

Offentliggørelsespligten i artikel 24, stk. 2, har endvidere potentiale til at øge gennemsigtigheden på reklamemarkedet i et omfang, der vil kunne være konkurrenceretligt problematisk. Gennemsigtighed om bl.a. de statsejede *selskabers* fordeling af deres reklameudgifter mellem de forskellige medietjenesteudbydere vil således kunne risikere at påvirke prissætningen – og dermed konkurrencen – overfor disse annoncører.

TV 2 opfatter det endvidere som en konkurrencemæssig ulempe, at TV 2s ikke-statsejede konkurrenter ikke vil være omfattet af offentliggørelsespligten, mens TV 2 som statsejet selskab vil være forpligtet til at offentliggøre oplysninger om



fordelingen af TV 2s markedsføringsbudget mellem andre medietjenesteudbydere. TV 2 anser således generelt oplysninger om anvendelsen af selskabets markedsføringsbudget som konkurrencefølsomme oplysninger. TV 2 antager, at noget tilsvarende vil gøre sig gældende for andre statsejede selskaber, der, ligesom TV 2, er kommercielt drevne og operer på konkurrenceudsatte markeder.

Hertil kommer, at statsejede medietjenesteudbyderes indkøb af reklame samt programmer, rettigheder eller lignende fra andre medietjenesteudbydere tilsyneladende også vil være underlagt de krav til kriterier og procedure for statsligt indkøb, der følger af artikel 24, stk. 1 og 4. Statsejede medietjenesteudbydere, såsom TV 2, vil herved blive underlagt begrænsninger i deres muligheder for at agere frit på markedet, som andre, ikke-statsejede medietjenesteudbydere ikke er underlagt. Det vil kunne betyde en konkurrencemæssig ulempe for statsejede medietjenesteudbydere og forvride konkurrencen på markedet.

Det kan navnlig i lyset af ovenstående ikke anses som nødvendigt for at sikre et effektivt indre marked at lade offentlige indkøb, der normalt ikke omfattes af EU's regler om offentlige indkøb, være underlagt lignende krav til kriterier og procedure, blot fordi der er tale om indkøb hos *medietjenesteudbydere*. Dette gælder navnlig på markeder såsom det danske, hvor de problemer med "skjult" statsstøtte og utilbørlig påvirkning af medietjenesteudbydere, som EU-Kommissionen ønsker at imødegå med forslagets artikel 24, ikke gør sig gældende.

EU-Kommissionen har endvidere efter TV 2s opfattelse ikke forklaret, hvorfor EU's statsstøtteregler ikke allerede sikrer EU-Kommissionen egnede og tilstrækkelige midler til at gribe ind overfor de medlemsstater, hvor de problemer, EU-Kommissionen beskriver, rent faktisk gør sig gældende.

TV 2 finder det i forlængelse af ovenstående betænkeligt, at medlemsstaterne forpligtes til at lade et nationalt tilsynsorgan overvåge fordelingen af statslig reklame på mediemarkedet. Tilsynsorganets indgrebsbeføjelser samt kriterierne for eventuelle indgreb er ikke beskrevet, men det er nærliggende at antage, at tilsynsorganet vil blive tildelt en eller anden form for beføjelse til at gribe ind, hvis det konstateres, at der foregår en utilbørlig og diskriminerende fordeling af statslig reklame på det pågældende mediemarked. Såfremt dette er tilfældet, og såfremt artikel 24 fortsat påtænkes indført, bør kriterierne for indgreb beskrives nøje i forslaget og således, at det præciseres, at indgreb forudsætter noget andet og mere end en simpel "skæv" fordeling af offentlige myndigheders indkøb af reklame hos medietjenesteudbydere. På de mange velfungerende og fuldt konkurrenceudsatte reklamemarkeder i EU, vil en såkaldt "skæv" fordeling således ikke være udtryk for andet end resultatet af fri konkurrence.

Med venlig hilsen

Lisbeth Qvist
Juridisk chef