

Nefndasvið Alþingis
b.t. allsherjar- og menntamálanefndar
Austurstræti 8-10
101 Reykjavík

Reykjavík, 15. febrúar 2022

Efni: Umsögn um frumvarp til laga um Ríkisútvarpið, fjölmiðill í almannabágu (viðskiptaboð), 170. mál.

Samband íslenskra auglýsingastofa (hér eftir „SÍA“) vísar til umsagnarbeiðni allsherjar- og menntamálanefndar um ofangreint mál, dags. 1. febrúar sl. Frumvarpið felur í sér að Ríkisútvarpið yrði tekið af auglýsingamarkaði. Í greinargerð með frumvarpinu kemur fram að markmið þess sé að jafna samkeppnisstöðu einkarekinna fjölmiðla gagnvart ríkisreknu fjölmiðlafyrirtæki.

SÍA telur ríka ástæðu til að vekja athygli á hverjar afleiðingar þess að taka RÚV af auglýsingamarkaði yrðu enda þarf að skoða þá ákvörðun í stærra samhengi en einungis með tilliti til einkarekinna fjölmiðla.

Áhrif á samkeppni, auglýsendur og neytendur

Líkt og Gylfi Magnússon, prófessor við hagfræðideild Háskóla Íslands, benti á á dögnum virðist hugmyndin um að taka RÚV af auglýsingamarkaði fyrst og fremst vera hugsuð út frá hagsmunum annarra innlendra fjölmiðla en sú ákvörðun gæti haft talsverð og óheppileg áhrif annars staðar í samfélaginu.

Það er mat SÍA að ef RÚV yrði tekið af auglýsingamarkaði myndi það hafa verulegar afleiðingar á sjónvarpsauglýsingar og neytendur verði af mikilvægum upplýsingum um vörur og þjónustu. Aðrar sjónvarpsstöðvar hafa ekki það áhorf sem þarf til að standa undir kostnaði við framleiðslu og birtingar. Áhorf á fréttir RÚV er rúmlega 22% og vinsælasta efnið á RÚV fer almennt yfir 40% á meðan vinsælasta efni Stöðvar 2 er undir 10% og vinsælasta efni Sjónvarps Símans er undir 5%. Sjónvarpsauglýsingar gegna mikilvægu hlutverki í vörumerkja- og ímyndaruppbyggingu fyrirtækja. Það yrði erfiðara og dýrara fyrir þau að byggja upp virði vörumerkja sinna þegar þau ná ekki augum og eyrum jafn margra. Brotthvarf RÚV af auglýsingamarkaði myndi leiða til verri nýtingar á birtingafé fyrirtækja, hærri kostnaðar og þar af leiðandi herra vöruverðs. Það sé mikilvægt fyrir auglýsendur að hafa aðgang að sterkum íslenskum miðlum til að byggja upp sín vörumerki og efla samkeppni. Um þetta sagði Gylfi:

„Auglýsingar eru afar mikilvæg leið til að miðla upplýsingum um vörur og þjónustu og fleira og sú miðlun er lykilatriði í samkeppni á markaði. Ef erfiðara verður að koma upplýsingum um vörur og þjónustu til viðskiptavina þá getur það dregið verulega mátt úr samkeppni. Fólk hefur þá bara áfram að kaupa það sem það hefur keypt til þessa. Samkeppni á Íslandi er veikburða fyrir svo að þetta yrði ekki góð þróun fyrir neytendur.“

Það er hagur íslenskra neytenda að auglýsendur nái til þeirra með hagkvæmum hætti en ekki síður að næg fjölbreytni ríki á auglýsingamarkaði og eðlileg samkeppni þrífist.

Áhrif á auglýsingastofur og skapandi greinar

Ákvörðun um að taka RÚV af auglýsingamarkaði mun ekki auka áhorf á aðrar íslenskar sjónvarpsstöðvar. Það þýðir að það fjármagn sem nú fer í auglýsingar á RÚV færast ekki yfir á hinar sjónvarpsstöðvarnar. Líklegasta niðurstaðan er að fjármagn sem nú fer til birtinga á sjónvarpsauglýsingum minnki því framleiðsla á íslenskum sjónvarpsauglýsingum mun dragast saman. Það mun hafa áhrif á auglýsingastofur

og aðrar greinar en fjöldi fólks í mörgum skapandi greinum kemur að framleiðslu íslenskra sjónvarpsauglýsinga, s.s. kvikmyndagerðarfólk, leikarar, stílistar, tónlistarfólk og starfsfólk í eftirvinnslu svo einhver séu nefnd. Það er því ljóst að ákvörðun um að taka RÚV af auglýsingamarkaði mun hafa mikil áhrif á fjölda fyrirtækja og starfa.

Fjölmiðlar á Íslandi hafa veikt vegna tilkomu erlendra fjölmiðla hér á landi og breyttrar fjölmiðlaflóru. Almennur eyðir sífellt meiri tíma á samfélagsmiðlum, í áhorf erlendra streymisveitna, hlustun hljóðvarpa og almenna notkun á netinu. Á þessum miðlum er aðgengi auglýsinga takmarkað og þar sem auglýsingar eru mögulegar er um erlenda miðla að ræða. Á síðustu árum hafa auglýsingar á netinu aukist og þar með fjármagn til erlendra netmiðla (þar af eru Google og Meta/Facebook stærstir). Reynsla erlendis frá sýnir að ef RÚV fer af auglýsingamarkaði munu fyrirtæki í auknum mæli birta auglýsingar gegnum erlendar veitur til að ná til markhópa sinna. Því má búast við að fjármagnið muni að miklu leyti færast út úr landi. Lögð hefur verið fram sú hugmynd að skattleggja eigi þá miðla sem mun leiða til hærri auglýsingakostnaðar fyrirtækja og veikja samkeppnisstöðu þeirra. Sérstaklega á þetta við minni fyrirtæki sem nýta þessa miðla hlutfallslega meira en þau stærri og veikir þannig samkeppnisstöðu þeirra. Sömuleiðis mun það hafa áhrif á íslensk fyrirtæki í markaðssetningu erlendis, s.s. ferðaþjónustu sem nýtir hvað mest erlenda netmiðla til að koma skilaboðum til hugsanlegra kaupenda erlendis.

Brotthvarf RÚV af auglýsingamarkaði mun skaða verulega auglýsendur og neytendur og stuðla að fækkun starfa í framleiðsluiðnaðinum og skapandi greinum. Í stað þess að taka RÚV af auglýsingamarkaði ættu aðgerðir frekar að snúast um að auka styrki til dagskrárgerðar á frjálsum fjölmiðlum.

Með vísan til framangreinds leggur SÍA leggur áherslu á að engar breytingar verði gerðar á stöðu RÚV á auglýsingamarkaði án þess að fram hafi farið ítarleg greining á afleiðingum þess í stærra samhengi en fyrirbyggjandi frumvarp tekur mið af.

Virðingarfyllst,
f.h. SÍA



Guðný Hjaltadóttir, lögfræðingur