

## Nr 183

Av herr Nordgren m. fl., om utredning angående kommersiell TV i Sverige.

(Lika lydande med motion nr 143 i Första kammaren)

Riksdagen fattade den 24 maj 1956 ett beslut rörande formerna för den svenska televisionens organisation och finansiering. Beslutet innebar i huvudsak att följande principer fastslogs:

att televisionen skulle utbyggas helt i statlig regi;

att programproduktionen skulle upplåtas med ensamrätt till Sveriges Radio AB; samt

att verksamheten i princip skulle finansieras genom inkomster av licensavgifter på televisionsmottagare.

Beslutet fattades i enlighet med statsutskottets majoritetsutlåtande, i vilket följande formulering återfinnes: "Möjligen kan en gång den situationen inträffa, att det med hänsyn till önskvärldheten att hålla licensavgiften nere ter sig befogat att medgiva betalda reklaminslag i en eller annan form." Frågan om kommersiella inslag i televisionsverksamheten prövades, som framgår av ovanstående, med resultat att i vart fall tills vidare televisionens organisation och finansiering inte skulle på något sätt sammankopplas med kommersiella intressen. Erfarenheterna av kommersiella inslag i televisionsverksamheten var vid tiden för beslutet otillräckliga, och det förelåg enligt riksdagens mening icke någon anledning att uppskjuta ett ställningstagande till frågan om televisionens organisation och finansiering.

När frågan om kommersiella inslag vid tidigare tillfällen tagits upp till debatt i vårt land har det ofta skett i tämligen nära anslutning till diskussionen kring televisionsverksamhetens allmänna finansieringsproblem. Denna aspekt har emellertid mistat en del av sin aktualitet mot bakgrund av de snabbt stigande licensinkomsterna, vilka möjliggjort en oant snabb och effektiv utbyggnad och finansiering av televisionen i Sverige.

Alltsedan den reguljära televisionsverksamheten startades i Sverige hösten 1956 har licensavgiften varit fixerad till 25 kronor per kalenderkvartal, eller 100 kr per år. Vid avgiftens införande motiverades dess storlek med att de synnerligen betydande initialkostnaderna i samband med TV-nätets utbyggnad inte borde — bl. a. med hänsyn till då ansträngda statsfinansiella läge — i alltför hög grad belasta statsbudgeten utöver vad löpande licensinkomster kunde beräknas skapa utrymme för.

I och med den reguljära televisionsverksamhetens igångsättande inleds en internationellt sett utomordentligt snabb utveckling. Vid 1961 års utgång uppgick antalet TV-licenser till 1 352 000, vilket betyder att TV nått en spridning motsvarande en apparat per vartannat bostadshushåll. Det är onödigt att i detta sammanhang poängtera att samtliga de prognoser som tidigare gjorts upp i syfte att söka utröna den framtida utvecklingen av TV-apparatbeståndet icke varit tillräckligt optimistiska.

Till följd av det snabbt stigande antalet apparatinnehavare har televisionsrörelsens inkomster härrörande från licensavgifter fått en sådan omfattning att det blivit möjligt att finansiera icke blott den löpande driften utan även investeringarna i TV-anläggningar etc. Detta senare har samtidigt kunnat ske med fullständiga avskrivningar. Televisionen har dessutom till staten kunnat återbetala de lån som upptogs under själva introduktions-skedet. Trots detta har det varit möjligt att för de senaste åren redovisa betydande överskott. För budgetåret 1960/61 kunde televisionsrörelsen redovisa ett nettoöverskott uppgående till 33,7 milj. kr. Vid utgången av budgetåret 1962/63 beräknar telestyrelsen det ackumulerade överskottet till drygt 90 milj. kr. Detta belopp motsvarar 55 % av de licensinkomster som telestyrelsen räknar med skall flyta in under sagda budgetår. Det kan i själva verket ifrågasättas huruvida det är rimligt att TV-innehavarna på detta sätt ålägges att år efter år i form av licensavgifter inleverera tiotals miljoner kronor utöver vad som erfordras för televisionsverksamhetens och utbyggnadens finansiering.

Nedanstående tabell ger en överblick över den väntade utvecklingen.

	1962/63	1963/64	1964/65	1965/66	1966/67
	miljoner kronor				
Investeringar					
Telestyrelsen .....	22,0	20,0	19,0	16,0	14,0
Byggnadsstyrelsen ....	15,1	19,2	29,4	31,7	13,0
Driftkostnader					
Sveriges Radio .....	75,0	90,0	110,0	130,0	150,0
Telestyrelsen .....	23,5	27,0	29,0	31,0	33,0
Summa kostnader .....	135,6	156,2	187,4	208,7	210,0
Licensintäkter .....	163,0	184,0	196,0	205,0	212,0
Överskott .....	27,4	27,8	8,6	— 3,7	2,0
Ackumulerat resultat ...	+90,8	+118,6	+127,2	+123,5	+125,5

Källa: telestyrelsens per den 31 aug. 1961 daterade petitaskrivelse.

Finner man vid ett övervägande det icke vara riktigt att även i fortsättningen uttaga den uppenbart alltför höga licensavgiften, bör en sänkning av densamma aktualiseras. En sänkning från nuvarande 25 till 20 kr. per kalenderkvartal kan i så fall tänkas bli aktuell. En sådan reducering skulle

emellertid efter några år förbyta televisionsrörelsens ackumulerade överskott — sådant detta beräknats av telestyrelsen — till ett icke oansenligt underskott, vilket framgår av följande tabell.

*Saldoeffekt som följd av en med 20 procent reducerad TV-licensavgift*

Vid utgången av budgetåret	Televisionsrörelsens (ackumulerade) saldo	
	Vid oförändrad TV-licensavgift (100 kr. per år) <sup>1</sup>	Vid med 20 procent reducerad TV-licensavgift (80 kr. per år)
	milj kr.	milj kr.
1962/63	+ 90,8	+ 50,8
1963/64	+ 118,6	+ 21,4
1964/65	+ 127,2	— 17,8
1965/66	+ 123,5	— 58,8
1966/67	+ 125,5	— 101,2

<sup>1</sup> Enligt telestyrelsens budgetberäkningar.

I den svenska debatten om kommersiell televisionsverksamhet har frågan hittills i första hand betraktats från kulturpolitisk och allmänt ideell synpunkt. Vid beslutet om TV-verksamhetens igångsättande angavs att "televisionen bör liksom rundradion ställas i samhällets, kulturens, folkbildningens och hemmets tjänst". De vilka ställt sig negativa till reklamsändningar via television har sett en kulturfara i sådana sändningar samtidigt som de sannolikt haft en benägenhet att generellt betrakta reklamverksamhet som uttryck för andlig förflackning.

Självfallet är det synnerligen angeläget att vid en introduktion av kommersiell TV-verksamhet i vårt land ge denna verksamhet en sådan utformning, att den icke är ägnad att få de från kultursynpunkt menliga följder, som vid diskussionen befarats och som angivits vara den helt avgörande nackdelen med reklam i TV. Erfarenheter från televisionsverksamhet i Västeuropa visar emellertid, att det är möjligt att på olika sätt förebygga sådana följder. Man kan därför konstatera att det låg en hög grad av realism i den uppfattning som 1956 års televisionsutredning gav uttryck för på bl. a. följande sätt: "Enär televisionsreklamen, rätt organiserad och rätt skött, icke kan anses motverka den ideella televisionens syften utan snarare främja dessa, vore det välbetänkt att åtminstone försöksvis införa televisionsreklam i Sverige."

I diskussionen om den svenska kommersiella TV-verksamhetens utformning har den missuppfattningen ofta framförts att det här gäller att acceptera den metod som tillämpas i Förenta staternas kommersiella TV-verk-

samhet. Denna kännetecknas av att annonsören har möjlighet att beträffande uppläggning och utformning påverka det program som åtföljer själva reklammeddelandet. Annonseren kan t. ex. göra avbrott i pågående föreställning vid ett eller flera tillfällen då åskådarrunderlaget på vissa grunder beräknas vara särskilt stort, för att då framföra sitt meddelande. För vårt lands vidkommande har denna metod inte varit aktuell och kan inte heller tänkas bli det. De som sett en kulturfara i reklamsändningar via television torde sannolikt stödja sig på erfarenheterna av den amerikanska metoden.

De två former för kommersiell TV-verksamhet som vi anser tänkbara för svensk del representeras för närvarande av den engelska modellen å den ena och den tyska modellen å den andra sidan. I England finns ett fristående TV-bolag som sänder program i konkurrens med det statliga BBC. Programmen utarbetas av särskilda programbolag vilka köpt sändningstid av TV-bolaget. I Tyskland sändes TV-reklamen av det regeringskontrollerade TV-företaget via samma nät som dettas övriga TV-program. Båda dessa former för organisationen av kommersiell TV-verksamhet har sina fördelar. För vårt lands del är vi närmast av den uppfattningen att — åtminstone till en början — det tyska systemet är det lämpligaste, inte minst därför att det ger tillfälle till en lämpligt avvägd försöksverksamhet varigenom psykologiska och andra förutsättningar för fortsatt kommersiell TV-verksamhet kan utrönas.

Det torde inte råda något tvivel om att ett tillåtande av kommersiell TV-verksamhet i Sverige skulle medföra att betydande belopp inlevererades i form av avgifter för annonstid. Att här ange något mått på storleken av dessa belopp tjänar emellertid icke något ändamål enär det endast skulle bli fråga om en gissning från vår sida. Det kan dock erinras om att Industriens utredningsinstitut för ca två år sedan företog en undersökning avseende att klarlägga hur mycket företagen skulle vara beredda att satsa på reklam via TV. Resultatet utvisade att beloppet skulle uppgå till åtminstone 30—35 miljoner kronor. I dagens läge finnes sannolikt förutsättningar för ett väsentligt högre belopp.

Tack vare dessa reklamintäkter skulle TV-verksamhetens ekonomi förbättras. Härigenom skulle möjlighet skapas, antingen för mera påkostade program, ökad sändningstid och snabbare utbyggnad av TV-nätet eller för sänkta licensavgifter. Föredrar man i en sådan situation att satsa på flera och mera påkostade program, blir slutsatsen att reklam i TV — tvärt emot de dystra spådomarna — skulle kunna bidra till en både kvantitativ och kvalitativ upprustning och därmed från kulturell synpunkt vara en klar förbättring.

Även om den kulturella aspekten är i hög grad central och därför inte får negligeras, skall frågan om kommersiella inslag i TV i framtiden också

betraktas ur den ekonomiska utvecklingens synvinkel. När kommersiell TV eller kommersiella inslag i TV under de senaste åren införts i en rad västeuropeiska länder, nämligen i redan 13 av Västeuropas stater, har ett avgörande argument varit, att en allt hårdare konkurrens ställer ökade krav på effektivitet, inte minst inom försäljnings- och distributionsarbetet. Då reklamen utgör ett viktigt hjälpmedel i detta arbete, har man bedömt det som angeläget att låta ett högeffektivt medium som TV bli utnyttjat i strävanden, som ytterst är ägnade att resultera i en inom samhällsekonomin stegrad produktivitet.

Den kommersiella TV-verksamheten ute i Europa har fått en alltmer allmän utbredning, och mot bakgrund härav finns det allt starkare skäl att ställa frågan huruvida vårt land verkligen skall anses ha råd att avstå från ett instrument som i likhet med televisionen i hög grad är ägnat att tjänstgöra som ett betydelsefullt medel när det gäller att skapa effektiv kontakt mellan producent och konsument. Allvaret i denna frågeställning accentueras om denna betraktas mot bakgrund av att den internationella konkurrensen måste förutses få en för vårt lands vidkommande ökande betydelse, detta inte minst med hänsyn till den europeiska sammarnadens tillkomst — vilken utformning denna marknad än kommer att få på längre sikt.

Samtidigt med att man konstaterar televisionens stora betydelse för att göra de svenska varorna kända och sålda inom ramen för ett större avsättningsområde måste man hålla i minnet vilka problem den tekniska utvecklingen på TV-området kan förutses medföra vid spridningen av olika länders TV-program inom allt större områden. Redan eurovisionen har haft till följd att ett lands TV-program kan nå apparatinnehavare i angränsande länder. Den tekniska utvecklingen kommer med säkerhet att leda till en allt större spridningskapacitet hos TV-sändarna. Det kan således vara en fråga på relativt kort sikt när den svenska TV-publiken kan bearbetas med hjälp av exempelvis västtysk eller brittisk TV-reklam med en för våra inhemska producenter synnerligen oförmånlig konkurrenssituation som omedelbar följd. Exempel på problem av detta senare slag kan hämtas från Danmark, vars TV-tittare redan i dagens läge nås av den västtyska TV-reklamen. Att skjuta upp introduktionen av kommersiell TV-verksamhet skulle enligt vår uppfattning medföra alltför stora risker. Att vänta till dess utvecklingen tvingar oss att tillåta oss reklaminslag i TV förefaller vara ett än olyckligare alternativ. I ett sådant fall föreligger fara för att den i debatten så centrala kulturaspekten kommer att bli skjuten i bakgrunden.

Även om man bortser från den internationella konkurrensspekten är det möjligt — för att inte säga troligt — att man för framtiden måste räkna med att försäljnings- och distributionsarbetet kommer att kräva en allt större andel av tillgängliga resurser i vad avser både arbetskraft och kapi-

tal. Vår högt uppdrivna teknik i samband med själva framställningen av olika produkter har nämligen efter hand resulterat i att produktionsledet inte utgör samma dominerande kostnadsfaktor i vårt näringsliv som tidigare. Frågan om effektiv hushållning med tillgängliga resurser har på detta sätt i växande grad blivit en fråga om möjligheterna att på olika sätt höja effektiviteten i försäljnings- och distributionsledet. Utvecklingen visar allt tydligare att det är genom effektivitetshöjande åtgärder inom dessa led av den ekonomiska verksamheten som de framtida rationaliseringsvinsterna kan göras. På samma sätt som det är naturligt att söka vägar till förbilligande och effektivisering av produktionen för att därmed kostnaderna på de varor som vi önskar för vår konsumtion skall nedbringas måste det te sig naturligt att söka förbilliga och effektivera försäljnings- och distributionsarbetet. Ett hjälpmedel av stor betydelse därvidlag är reklamen. Genom att göra denna effektivare bör det vara möjligt att undan för undan skapa en rationellare förbindelseväg mellan producent och konsument. I diskussionen för och mot kommersiell TV eller kommersiella inslag i TV har det aldrig ifrågasatts annat än att televisionen har förutsättningar att just i detta sammanhang spela en mycket betydelsefull roll. I syfte att skapa underlag för en fortsatt höjning av produktiviteten inom vårt näringsliv och en därav möjliggjord stigande levnadsstandard, bör man snarast ta till vara de outnyttjade möjligheter som televisionen i detta sammanhang erbjuder.

Vi är för närvarande inte beredda att framföra ett konkret förslag om införande av kommersiella inslag i svensk TV. Vi anser det emellertid synnerligen angeläget att en förutsättningslös utredning kommer till stånd för att skyndsamt utröna förutsättningarna samt formerna för bedrivande av kommersiell TV-verksamhet i Sverige. Vi förordar därvid att försök med kommersiella sändningar snarast påbörjas för att erfarenheterna härav skall kunna studeras av den föreslagna utredningen.

Med stöd av ovanstående hemställas,

att riksdagen måtte i skrivelse till Kungl. Maj:t hemställa att Kungl. Maj:t under beaktande av de i motionen framförda synpunkterna måtte låta företaga en skyndsamt utredning i syfte att klarlägga förutsättningarna för och ange formerna för en framtida kommersiell TV-verksamhet i Sverige.

Stockholm den 24 januari 1962

*Hans Nordgren    Fredrik-Adolf Hamilton    Tage Magnusson*  
i Borås