

*Gældende lov*

Formålet med loven er at »fremme ytringsfriheden, de reelle ytringsmuligheder og et alsidigt medietilbud«, jf § 1. Loven skal hindre ejerkoncentration som kan være skadelig for mangfoldigheden i dagspresse og radio- og fjernsynsvirksomhed og dermed for de reelle ytringsmuligheder. Loven baserer sig derfor først og fremmest på et forvarsels-princip. Den skal sikre, at mediebrugere har adgang til alternative informationskilder. Formålet med loven er dermed at fremme ytringsfrihed i bred forstand. Loven har ikke som mål at sikre nationalt ejerskab. Loven administreres af særlig statslig myndighed – Ejerskabstilsynet. Ejerskabstilsynet kan ikke instrueres af departementet eller Kongen. Klager over Ejerskabstilsynets vedtagelser behandles af særligt klagenævn, mens det normale system i Norge er, at klager over vedtagelser foretaget af statslige myndigheder behandles af det overordnede departement.

Loven giver Ejerskabstilsynet fuldmagt til at gribe ind mod et opkøb inden for dagspresse eller radio- og fjernsynsvirksomhed, hvis to vilkår er opfyldt:

1. For det første skal køberen alene eller i samarbejde med andre have eller få »en betydelig ejerposition på mediemarkedet nationalt, regionalt eller lokalt«.
2. For det andet skal denne ejerposition være i strid med lovformålet om at »fremme ytringsfriheden, de reelle ytringsmuligheder og et alsidigt medietilbud«.

Loven giver kun hjemmel til indgreb mod opkøb og hindrer derfor ikke intern vækst eller nyetableringer.

*Nationalt*

Forarbejdet til loven skitserer grænserne for, hvor meget en aktør kan kontrollere på forskellige markeder, jf. Ot.prp. nr. 30 (1996-97). På nationalt plan er grænsen en trediedel af markederne for henholdsvis dagspresse, fjernsyn og radio. Grænsen er dog kun et udgangspunkt for Ejerskabstilsynets skønudøvelse. Tilsynet skal i hvert enkelt tilfælde vurdere, om opkøbet er i strid med lovformålet. For eksempel kan det derfor være aktuelt at gribe ind, før grænsen på 1/3 er nået, hvis køberen har omfattende ejerinteresser i andre mediesektorer (multimediekoncentration). På den anden side kan det være aktuelt at tillade et opkøb, selv om dette giver køberen kontrol over mere end en 1/3 af det natio-

nale dagspresseoplag, hvis alternativet ville være fare for nedlæggelse af det aktuelle medie.

*Lokalt og regionalt*

På lokalt og regionalt plan er der ikke på samme måde sat tærskelgrænser for ejerskab. Her må Ejerskabstilsynet i hvert enkelt tilfælde vurdere, om erhvervelsen giver køberen en »betydelig ejerposition« på det relevante marked, og om denne er i strid med lovformålet.

Det relevante marked består af en geografisk dimension og en produktdimension. Den geografiske dimension er dækningsområdet for det foretagende, som bliver opkøbt, mens produktdimensionen er alle de medieforetagender, som i dette aktuelle område udfylder samme eller tilsvarende funktion som det medieforetagende, som bliver opkøbt. I vurderingen af betydelig ejerposition vil det centrale kriterium være, om mediebrugerne i det relevante marked kan få samme eller tilsvarende type information fra andre medier end det foretagende, som er opkøbt, og om der er andre aktører, som ejer disse andre medier.

*Ændringsforslag*

I et høringsnotat af 9. januar 2004 har Kultur- og kirke departementet foreslået ændringer i mediejerskabsloven. Notatet er et led i opfølgningen af Stortingets behandling af den sidste stortingsmelding om mediepolitik (St. meld. nr. 57 for 2000-2001 »I ytringsfrihedens tjeneste«).

Forslaget viderefører hovedprincipperne i de nuværende regler, men indebærer blandt andet, at adgangen til at gribe ind over for ejerskabskoncentration på lokalt niveau ophæves. Dette er i tråd med Stortingets behandling af mediemeldingen.

Desuden foreslår departementet at hæve grænsen for medieejerskab på nationalt niveau fra 33 procent til 40 procent.

Departementet foreslår også nye regler om multimediekoncentration, dvs. ejerskab inden for flere mediesektorer, som for eksempel vil indebære, at et selskab, som kontrollerer 30 procent eller mere af dagspressemarkedet, ikke kan købe sig til en markedsandel på mere end 20 procent på fjernsyns- og radiomarkedet. Der foreslås også særlige og lavere procentgrænser for ejerskab inden for tre mediesektorer. Baggrunden for dette forslag er, at en ejer med en stærk ejerposition inden for ét medium bliver klart stærkere med ejerskab også i andre medier.