

Radio- og tv-nævnet

rtv@slks.dk

www.slks.dk

Click here to enter text.

Evalueringsrapport om Radio- og tv-nævnets genudbud af tilladelse til den femte jordbaserede FM-radiokanal

Indhold

1. Grundlag	1
2. Ansøgninger	2
3. Evaluering	3
4. Pointskala	4
5. Ansøgers økonomi	5
6. Ansøgers erfaring	8
7. Ansøgers planer for og tilsagn om digital tilgængeliggørelse	22
8. Pointtildeling	27
9. Resultat	28

1. Grundlag

I henhold til § 1 i bekendtgørelse nr. 325 af 8. marts 2022 om den femte jordbaserede FM-radiokanal ("bekendtgørelsen") udbyder Radio- og tv-nævnet den femte jordbaserede FM-radiokanal for så vidt angår de i bekendtgørelsens bilag 1 angivne senderrettigheder. Tilladelsen træder tidligst i kraft den 20. november 2022 og udløber senest den 19. november 2030.

Tilladelse kan ikke meddeles DR, tilladelseshaver til den fjerde jordbaserede FM-radiokanal eller tilladelseshaver til den digitale public service-radiokanal med fokus på kultur.

Tilladelseshaver skal påbegynde programvirksomheden på alle de frekvenser og platforme, som tilladelsen omfatter, den 20. november 2022 gældende fra kl. 00.00.

Det følger endvidere af bekendtgørelsens § 3, stk. 1, at programtilladelsen tildes af Radio- og tv-nævnet efter udbud i form af en skønhedskonkurrence.

På baggrund af evalueringen af ansøgningerne afgør Radio- og tv-nævnet hvilken ansøger, nævnet vil udstede tilladelse til.

2. Ansøgninger

Radio- og tv-nævnet havde ved ansøgningsfristens udløb den 20. april 2022 kl. 12.00, modtaget to ansøgninger fra:

- NRJ SAS, der vil drive radiokanalen 'NOSTALGIE'
- Bauer Media ApS, der vil drive radiokanalen 'NOVA'

Ansøgeren NRJ SAS ejes 100 % af NRJ GROUP SA, et aktieselskab under fransk lov, hvis vedtægtsmæssige hjemsted er beliggende på 22 rue Boileau – 75016 Paris, registreret i Paris Trade and Companies Register under nummer 332 036 128, hvis aktier er noteret på Euronext Paris' regulerede marked.

Per 31. december 2021 er ejerandele og stemmerettigheder i NRJ GROUP SA som offentliggjort i selskabets universelle registreringsdokument og dermed fordelt som følger:

- Groupe Familial Baudecroux¹: 80,23 % af ejerandelene samt 87,30 % af stemmerettighederne.
- Andre medlemmer af bestyrelsen: 0,15 % af ejerandelene samt 0,16 % af stemmerettighederne.
- Andre kapitalejere: 18,66 % af ejerandelene samt 12,54 % af stemmerettighederne.
- Egne ejerandele: 0,96 % af ejerandelene samt 0 % af stemmerettighederne.

Ansøgeren Bauer Media ApS, Danmark er ejet 100% af Bauer Radio Limited, UK, som er ejet 100% af HBVB, UK, som er ejet 99,999999%

¹ Herunder Jean-Paul Baudecroux: 69,63 % af ejerandelene samt 75,77 % af stemmerettighederne.

af Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH, Tyskland, som er ejet 100% af Heinrich Bauer Verlag KG, Tyskland.

Radio- og tv-nævnet har gennemgået de indkomne ansøgninger med henblik på at fastslå, om de indeholder de i udbudsmaterialet krævede oplysninger m.v. Ansøgningerne skulle som minimum indeholde:

- Oplysninger om ansøger
- Oplysninger om økonomiske forhold
- Oplysninger om erfaring
- Oplysninger om digital tilgængeliggørelse
- Fuldmagt for tegningsberettiget
- En original bankgaranti eller deponering på 1 mio. kr.

Begge ansøgere levede op til ovenstående betingelser for deltagelse i udbuddet og fandtes således egnede.

Radio- og tv-nævnet skulle herefter foretage en vurdering af ansøgernes økonomi, erfaring og digitale tilgængeliggørelse.

3. Evaluering

I henhold til bekendtgørelsens § 5, stk. 1, udsteder Radio- og tv-nævnet programtilladelse til den ansøger, som af nævnet vurderes at være bedst egnede til at drive den femte jordbaserede FM-radiokanal ud fra en samlet bedømmelse af ansøgningerne. Der lægges således ikke vægt på ansøgers planer for indholdet på radiokanalen, idet der ikke stilles indholdsmæssige krav til programvirksomheden, foruden minimumskravet om udsendelse af 400 timers public service-nyheder årligt.

I vurderingen anvender Radio- og tv-nævnet følgende kriterier:

1. Ansøgers økonomi vurderet på ansøgers likviditetsgrad og soliditetsgrad. Denne vurdering vægter 40 pct.
2. Ansøgers erfaring med at drive kommerciel radiovirksomhed eller anden kommerciel medievirksomhed. Erfaring med at drive national radiovirksomhed tæller mere end erfaring med at drive lokal radiovirksomhed, der tæller mere end erfaring med anden medievirksomhed. Nyere erfaring vægter højere end ældre erfaring. Denne vurdering vægter 40 pct.
3. Hvordan ansøger vil sikre, at den kanal, som sendes på den femte jordbaserede FM-radiokanal, også er tilgængelig digitalt.

Tilgængeliggørelse på digitale platforme, hvor en større del af den digitale radiolytning foregår, vægter mere end tilgængeliggørelse på platforme, hvor en mindre del af den digitale radiolytning foregår, jf. de officielle brancheanerkendte lyttermålinger. Denne vurdering vægter 20 pct.

4. Pointskala

Vurderingen af ovenstående evalueringskriterier foretages i henhold til bekendtgørelsens § 5, stk. 2, hvoraf det følger, at Radio- og tv-nævnet opstiller en pointskala for hver af de ovennævnte kriterier ved bedømmelsen af ansøgningerne.

Bedømmelse af evalueringskriterierne sker ved tildeling af point fra 0 til 8.

Karakteren 8 gives til den eller de ansøgere, der vurderes at opfylde det pågældende kriterium på bedst opnåelige vis. Karakteren 0 gives til den eller de ansøgere, hvor bedømmelse ikke er mulig i henhold til det pågældende kriterium. Ansøgere, der ikke tildeles 8 point eller 0 point, tildeles et helt pointtal mellem 8 og 0 afhængig af, hvordan ansøger i relation til det pågældende kriterium vurderes at være placeret mellem yderpunkterne i henhold til følgende definitioner:

- 8 = Bedst opnåelige
- 7 = Niveauet lige under bedst opnåelige
- 6 = Meget tilfredsstillende
- 5 = Niveauet lige over tilfredsstillende
- 4 = Tilfredsstillende
- 3 = Niveauet lige under tilfredsstillende
- 2 = Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer
- 1 = Ikke tilfredsstillende
- 0 = Bedømmelse ikke mulig

Såfremt to eller flere ansøgere opnår samme højeste samlede pointantal, foretages udvælgelsen af vinderen ved lodtrækning af en notar, jf. § 5, stk. 4, i bekendtgørelsen.

I det følgende gennemgås bedømmelsen af hver enkelt ansøgning i forhold til de opstillede evalueringskriterier. Bedømmelsen er foretaget ved brug af pointskalaen beskrevet ovenfor og i udbudsmaterialets afsnit 5.2.1.

5. Ansøgers økonomi

I henhold til bekendtgørelsens § 5, stk. 1, nr. 1, vurderer Radio- og tv-nævnet bl.a. ansøgningen på ansøgers økonomi. Dette kriterium vægter 40 pct.

Bedømmelsen tager udgangspunkt i ansøgers redegørelser for sine egne økonomiske nøgletal til brug for en vurdering af henholdsvis soliditets- og likviditetsgraden. Nøgletallene vurderes ud fra de seneste 3 regnskabsår eller evt. færre afhængig af, hvornår ansøger blev etableret eller startede sin virksomhed.

Radio- og tv-nævnet tildeler point for hvert af de pågældende nøgletal til brug for vurderingen af virksomhedens aktuelle økonomiske situation, da begge tal illustrerer, hvor betalings- og modstandsdygtig en virksomhed er, dvs. en virksomheds evne til henholdsvis at betale kreditorer (ud fra et mere kortsigtet perspektiv) og modstå tab (i et mere langsigtet perspektiv).

De to delkriterier vægter lige højt, idet det bemærkes, at jo højere likviditetsgrad og soliditetsgrad er, des højere pointtal. Skalaens nærmere operationalisering fremgår nedenfor.

Likviditet

Ansøgere er blevet bedt om at udregne deres likviditetsgrad som ansøgers tilgodehavender plus likvide beholdninger i procent af den kortfristede gæld (tilgodehavender + likvid beholdning/kortfristet gæld) x 100.

Radio- og tv-nævnet har til operationalisering af vurderingen opstillet en skala, for hvorledes likviditeten skal pointgives:

Point	Beskrivelse	Ansøgers likviditetsgrad
8	Bedst opnåelige	Over 250 %
7	Niveauet lige under bedst opnåelige	170 – 249 %
6	Meget tilfredsstillende	150 – 169,99 %
5	Niveauet lige over tilfredsstillende	120 – 149,99 %
4	Tilfredsstillende	100 – 119,99 %
3	Niveauet lige under tilfredsstillende	80 – 99,99 %
2	Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer	50 – 79,99 %
1	Ikke tilfredsstillende	20 – 49,99 %
0	Bedømmelsen ikke mulig	0

NRJ SAS

Det fremgår af NRJ SAS' ansøgning, at likviditetsgraden for regnskabsårene 2019 til 2021 er følgende:

2019	2020	2021
68	64	280

Det bemærkes, at NRJ SAS ved mail af 18. maj 2022 har anført, at beregninger af likviditets- og soliditetsgraden er baseret på NRJ SAS' offentliggjorte årsregnskab, idet selskabet har forstået det således, at dette er den korrekte måde at foretage beregningerne på i henhold til udbudsmaterialet.

Imidlertid henleder NRJ SAS nævnets opmærksomhed på, at dette efter deres opfattelse ikke giver et retvisende billede af deres likviditetssituation. Ifølge NRJ SAS tager beregninger af likviditetsgrad i overensstemmelse med markedspris normalt kun hensyn til de kortfristede balanceindikatorer, der fører til udstrømning af likvide midler. Beregninger bør således efter NRJ SAS' opfattelse udelukke:

- Byttehandler og udskudte indtægter: tilgodehavender og forpligtelser uden udbetaling af likvide midler;
- Løbende konti: relateret til tildeling af udbytte til moderselskabet, der kun forfalder til betaling, når NRJ SAS' likviditet er tilstrækkelig.

NRJ SAS har derfor fremsendt supplerende oplysninger, der angiver deres beregning af likviditetsgraden i et analytisk perspektiv sammenlignet med beregningen i et regnskabsmæssigt perspektiv, som selskabet anmoder om at der anvendes, idet det ifølge dem giver et mere retvisende billede af NRJ SAS' likviditet i virkeligheden.

Det bemærkes, at det af udbudsmaterialet punkt 4.1. fremgår, at ansøgerne med indgivelse af ansøgningen accepterer vilkårene for udbuddet, jf. § 3, stk. 3. i bekendtgørelsen, ligesom det af udbudsmaterialet punkt 2.4. fremgår, at der ikke som udgangspunkt er mulighed for at supplere de indsendte oplysninger til ansøgningen, og ansøger ikke kan forskønne sin ansøgning efterfølgende.

Radio- og tv-nævnet må derfor fastholde, at likviditetsgraden og for den sags skyld også soliditetsgraden udregnes på baggrund af det anførte i udbudsmaterialet – også under hensyntagen til ligebehandlingen af ansøgningerne. Nævnet kan derfor ikke mødekomme NRJ SAS'

anmodning og har derfor lagt oplysningerne i ansøgningen til grund ved vurderingen.

Bauer Media ApS

Det fremgår af Bauer Media ApS' ansøgning, at likviditetsgraden for 2018 – 2020 er følgende:

2018	2019	2020
394	2831	3237

Soliditet

Ansøgere er blevet bedt om at udregne deres soliditetsgrad som ansøgers samlede egenkapitals værdi i forhold til ansøgers samlede aktiver. Soliditetsgraden udregnes således som (samlede egenkapitals værdi/samlede aktiver) x 100.

Radio- og tv-nævnet har til operationalisering af vurderingen opstillet en skala for, hvorledes soliditeten skal pointgives:

Point	Beskrivelse	Ansøgers soliditetsgrad
8	Bedst opnåelige	Over 50 %
7	Niveauet lige under bedst opnåelige	30 – 49,99 %
6	Meget tilfredsstillende	20 – 29,99 %
5	Niveauet lige over tilfredsstillende	15 – 19,99 %
4	Tilfredsstillende	10 – 14,99 %
3	Niveauet lige under tilfredsstillende	6 – 9,99 %
2	Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer	3 – 5,99 %
1	Ikke tilfredsstillende	Under 3 %
0	Bedømmelsen ikke mulig	0

NRJ SAS

Det fremgår af NRJ SAS' ansøgning, at soliditetsgraden for 2019 til 2021 er følgende:

2019	2020	2021
68	71	83

Bauer Media ApS

Det fremgår af Bauer Media ApS' ansøgning, at soliditetsgraden for 2018 – 2020 er følgende:

2018	2019	2020
96	99	99

Det bemærkes, at Bauers Media ApS' nøgletal er baseret på en økonomisk støtteerklæring udstedt af Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH, Hamburg (HBBH), som erklærer løbende at støtte Bauer Media ApS økonomisk i forhold til dets opfyldelse af udbudsbetingelserne.

Det skal bemærkes endvidere, at Radio- og tv-nævnet er opmærksom på, at regnskabsårene for henholdsvis NRJ SAS og Bauer Media ApS er forskellige. Imidlertid fremgår det af udbudsmaterialets punkt 4.2.2., at det skal være oplysningerne om likviditetsgrad og soliditetsgrad for de seneste tre regnskabsår svarende til de aflagte regnskaber. Ved indsendelse af oplysningerne forelå tallene for 2021 ikke endnu for Bauer Media ApS. Det er dog ikke betydning for vurderingen.

Det skal endelig bemærkes, at beregningsmodellen for udregningen af såvel likviditets- og soliditetsgrad herunder den operationaliserede pointskala, som er blevet lagt til grund ved Radio- og tv-nævnets vurdering, fremgik af udbudsmaterialet, som blev offentliggjort den 17. marts 2022.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet foretaget følgende vurdering:

Økonomi	NRJ SAS	Bauer Media ApS
Soliditetsgrad	8	8
Likviditetsgrad	5	8
Point	6,5	8
Vægtede point – 40 pct.	2,6	3,2

6. Ansøgers erfaring

I henhold til bekendtgørelsens § 5, stk. 1, nr. 2, vurderer Radio- og tv-nævnet bl.a. ansøgningen på ansøgers erfaring. Dette kriterium vægter 40 pct.

Skønhedskriteriet "erfaring" vil blive bedømt således, at erfaring med at drive national kommerciel radiovirksomhed tæller mere end erfaring med at drive lokal kommerciel radiovirksomhed, der tæller mere end

erfaring med anden kommerciel medievirksomhed. Nyere erfaring vægter højere end ældre erfaring. Denne vurdering vægter 40 procent.

Radio- og tv-nævnet vil ved sin vurdering af kriterierne lægge vægt på realiteten i ansøgers erfaring.

Ved vurdering af ansøgers erfaring forstås, at ansøger har praktisk erfaring med drift på det pågældende marked, dvs. nationalt, lokalt eller anden kommerciel medievirksomhed. En teoretisk indsigt i markedet vil ikke give point.

Som grundlag for evalueringen anvendes den af ansøger fremsendte dokumentation for erfaringen, herunder beskrivelsen af ansøgers konkrete erfaringsskabende aktiviteter i virksomheden inden for redaktionelle, økonomiske og tekniske fagområder og fordelt på danske og udenlandske markeder.

Ansøgers dokumentation for erfaring vurderes i forhold til erfaringens karakter og erfaringens tidsrum.

Ved kommerciel national radio forstås radiovirksomhed, hvis programindhold ikke differentierer sig fra region til region. Reklamer betragtes i denne forbindelse ikke som programindhold.

Ved kommerciel lokalradio forstås radiovirksomhed, hvis programindhold faciliterer lokalområdet, f.eks. i form af lokalt indhold og lokale nyheder, og som ikke i henhold til ovenstående afsnit opfylder definitionen for national radio.

Ved anden kommerciel medievirksomhed forstås medievirksomhed, som ikke i henhold til de to ovenstående afsnit opfylder definitionen for kommerciel national og lokal radio.

Radio- og tv-nævnet har, for at lade scoringen afspejle ovenstående niveaudeling, vægtet de tre erfaringstyper:

- Erfaring med national radiovirksomhed **8/8**
- Erfaring med lokal radiovirksomhed **4/8**
- Erfaring med anden kommerciel medievirksomhed **1/8**

Skalaen er operationaliseret således:

<i>Point</i>	<i>Offentliggjort beskrivelse</i>	<i>Ansøgers erfaring</i>
8	Bedst opnåelige	Over 13
7	Niveauet lige under bedst opnåelige	Fra 10 år - 12 år og 11 måneder

6	Meget tilfredsstillende	Fra 7 år - 9 år og 11 måneder
5	Niveauet lige over tilfredsstillende	Fra 4 år - 6 år og 11 måneder
4	Tilfredsstillende	Fra 2 år - 3 år og 11 måneder
3	Niveauet lige under tilfredsstillende	Fra 1 år - 1 år og 11 måneder
2	Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer	Fra 6 mdr. til 11 måneder
1	Ikke tilfredsstillende	Til 6 mdr.
0	Bedømmelse ikke mulig	0

Til slut lægges point for de tre erfaringstyper sammen, idet det dog maksimalt kan give 8 point i alt. Hvis en ansøger allerede får 8 point på erfaring fra national radiovirksomhed, kigges der således ikke på erfaring fra lokal radiovirksomhed eller anden kommerciel medievirksomhed, idet ansøger allerede har scoret toppoint (8).

Ved pointlighed vil en ansøger, der har opnået 8 point på baggrund af erfaring med national radiovirksomhed vinde over en ansøger, der har opnået 8 point på baggrund af en kombination af de tre erfaringstyper.

Både dansk og udenlandsk erfaring tæller med og vægter lige højt. Det afgørende er, om erfaringen kommer fra national radiovirksomhed, lokal radiovirksomhed eller anden kommerciel medievirksomhed. Erfaring med at drive national radio i fx Sverige tæller derfor lige så højt som erfaring med at drive national radio i Danmark.

Ansøger kan i henhold til bekendtgørelsens § 4, stk. 3, basere sin erfaring på andre enheder. Der vil kun kunne lægges vægt herpå, i det omfang ansøger har fremlagt den nødvendige dokumentation for indgåelse af aftaler med foretagender med den relevante erfaring, jf. bilag 1GA.

NRJ SAS

National erfaring

Det fremgår af NRJ SAS' ansøgning, at stationen har 38 års uafbrudt erfaring med kommerciel national radio som løber fra 1983 til i dag.

Erfaringen stammer fra virksomhederne NRJ SAS (ansøger) samt en række af selskabets datterselskaber: NRJ GLOBAL, TOWERCAST, E-NRJ og REGIE-NETWORKS.

NRJ SAS har angivet, at selskabet har redaktionel, programudførende, administrativ og teknisk erfaring samt erfaring med salg og anden erfaring.

De fremgår herefter, at virksomhedens konkrete erfaringskabende aktiviteter i forhold til de angivne erfaringsområder, jf. ovenfor, dækker over følgende:

Redaktionel erfaring

NRJ SAS oplyser, at man er meget opmærksom på programmernes redaktionelle kvalitet, og derfor mobiliserer NRJ SAS en stor del af sine menneskelige, tekniske og finansielle ressourcer og ekspertise for at sikre deres succes over for publikum.

Til dette formål er NRJ SAS bl.a. afhængig af sin Surveys and Music Research-afdeling, som udvikler og driver sine egne interne værktøjer, herunder:

- Call-outs (daglige digitalt baserede undersøgelser, der informerer programmeringsafdelingen i realtid som musiksmag og -forventninger fra lyttere)
- Online Music tests (omfattende musikundersøgelser, der er produceret flere gange hvert år med det formål at teste og optimere radioens afspilningslister og sangenes rotationer)
- Strategic surveys (årlige undersøgelser, der giver mulighed for at tegne et oversigtskort over NRJ SAS' redaktionelle indhold og justering af hvert mærkes placering i deres respektive konkurrenters univers)
- Focus Groups (kvalitative gruppemøder, der giver mulighed for en dybdegående analyse af vurdering eller afvisning af et indhold, et varemærke eller en vært)

Det fremgår videre, at disse værktøjer, kombineret med den redaktionelle erfaring fra programmeringsteamet, musikeksperterne og journalisterne, gør NRJ SAS i stand til at opbygge og drive en portefølje af veletablerede mærker/brands med stærke redaktionelle løfter og identiteter.

Programudførende erfaring

Gennemførelsen af de nationale programmer i Frankrig er organiseret omkring 60 professionelle medarbejdere, der udarbejder programmeringsretningslinjerne. Ved at stole på deres ekspertise inden for planlægning af radioprogrammer, luftanimation, rekruttering og coaching af værter, air produktion og musikprogrammering, air hosting, air konkurrencer og benchmarks kreativitet, markedsføring og kommunikation, opbygger og driver NRJ SAS nationale programmer med ubestridelig succes, hvilket fremgår af seer-/lyttertallene i Frankrig.

Denne ekspertise er tilgængelig for alle NRJ SAS' internationale aktiviteter (inkl. Danmark) i de 17 lande, hvor virksomhedens mærke/brands er implementeret, samtidig med at de er afhængige af den nationale knowhow i deres teams i hvert område.

Administrativ erfaring

NRJ SAS leverer alle støttefunktioner, primært til fordel for franske datterselskaber, men også til udenlandske aktiviteter på forskellige områder (ledelse, HR, økonomi, lovgivning, markedsføring og almindelig administration).

Teknisk erfaring

NRJ SAS inddeler selskabets tekniske erfaring i 1) distribution, 2) produktion, 3) technologic watch og 4) studio-udstyr og IT.

- 1) Distribution: Erfaringen er hovedsagelig opnået gennem datterselskabet TOWERCAST SAS. TowerCast er den førende tjenesteudbyder (Tower company), der tilbyder en komplet udsendelsesløsning på hele det franske område med en flåde på 857 driftssteder, herunder mere end halvdelen ved egen drift. TOWERCAST SAS opererer også i Finland via sit datterselskab TELEMAST NORDIC OY.
- 2) Produktion: NRJ SAS driver sine programmer med den nyeste tekniske kvalitet, som er baseret på ekspertisen fra den tekniske lydafdeling. Igennem sin egen spotproduktions-studie, Spot Machine, ledsager NRJ SAS også annoncører i deres annonces oprettelse og produktion takket være sit team af eksperter, designere, direktører, bagere, motion designere og producenter.
- 3) Technologic watch: NRJ SAS er afhængig af sin knowhow og historiske kapacitet til at integrere nye teknologier og nye distributionskanaler i sine aktiviteter og udfører et permanent technologic watch. Denne overvågning er en kilde til forslag og løsninger, og omfatter både nye transmissionsmetoder (modulation, video- og lydkodning, digitale radioer, mobiltelefon) og tilknyttede tjenester og funktioner, der spænder fra streamingteknologier til metadata om lydindhold, og endda algoritmer for kunstig intelligens til tjenester for musikovervågning.
- 4) Studio-udstyr og IT: NRJ SAS' tekniske lydafdeling har ansvaret for studieudstyr og teknik til Internationalt Fagsekretariats nationale radioprogrammer og foretager løbende investeringer for at sikre den nyeste lyd kvalitet, studielayout, sikkerhed inden for informationsteknologi og computervidenskab.

Salgserfaring

NRJ SAS' knowhow inden for salg af reklamer på nationalt plan varetages hovedsagelig gennem datterselskabet NRJ GLOBAL SAS med henblik på markedsføring af den nationale reklameplads for radio, tv og digitalnetværk i Frankrig.

Det fremgår, at NRJ GLOBAL SAS har over 180 medarbejdere og sælger reklameplads til ca. 800 nationale kunder. I 2021 har NRJ GLOBAL SAS solgt 8.991.890 sekunders reklamer på det franske radiomarked.

Anden erfaring

Her anfører NRJ SAS under overskriften "Digital oplevelse", at NRJ SAS igennem sit datterselskab E-NRJ SARL driver:

- 6 websteder
- Næsten 230 digitale radioer
- 7 mobil apps
- 4 voice apps der er implementeret i Amazon- og Google-miljøer
- Et tilbud om at afspille podcasts og originale podcasts.

Det samlede publikum i Frankrig for den digitale lyd af NRJ og NOSTALGIE er næsten 2,3 millioner unikke besøgende på et månedligt gennemsnit i løbet af 2021.

Det fremgår videre, at arrangementer, der især udføres af søsterselskabet NRJ ENTERTAINMENT, som hvert år arrangerer mange fysiske og digitale begivenheder til femme af koncernens radioer (NRJ Music) priser, NRJ Music Tour, live-sessioner osv.).

Dernæst redegør NRJ SAS for, hvorledes den oplyste erfaring opfylder definitionen af national kommerciel lokalradio.

NRJ SAS anfører, at alle de nævnte elementer dagligt mobiliseres for at drive NRJ SAS' nationale radionetværk, og at de opfylder definitionen af et radionetværk, hvis programindhold ikke er forskelligt fra region til region.

Herefter beskrives lyttertallene på de nationale formater, hvor NRJ SAS kan fremvise nationale lyttertal på 4,44 mio., 3,26 mio., 1,98 mio., og 1,23 mio. på deres franske radioformater.

NRJ SAS beskriver dernæst hvilken kanal, de har til hensigt at drive i Danmark. Da der ikke i henhold til udbudsmaterialet kan lægges vægt herpå, er dette ikke gengivet.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Det følger af udbudsmaterialet, at Radio- og tv-nævnet ved sin vurdering af kriterierne vil lægge vægt på realiteten i ansøgers erfaring.

Som grundlag for evalueringen anvendes den af ansøger fremsendte dokumentation for erfaringen, herunder beskrivelsen af ansøgers konkrete erfaringsskabende aktiviteter i virksomheden inden for redaktionelle, økonomiske og tekniske fagområder og fordelt på danske og udenlandske markeder.

NRJ SAS har 38 års uafbrudt erfaring med national kommerciel radio, idet der er angivet erfaring med redaktionelle, programudførende, administrative, tekniske aktiviteter, samt salgsaktiviteter og anden erfaring. Erfaringen er velbeskrevet inden for de nævnte områder, idet nævnet dog bemærker, at der er lagt vægt på nyere erfaring i beskrivelsen.

Nævnet bemærker endvidere, at der samlet set i ansøgers redegørelse for erfaringen i mindre grad henvises til konkrete erfaringsskabende aktiviteter, og i højere grad henvises til generelle kompetencer. Dette trækker samlet set ned i Radio- og tv-nævnets vurdering, idet nævnet skal lægge vægt på realiteten i beskrivelsen af ansøgers erfaring.

Nævnet vurderer samlet set, at NRJ SAS' erfaring med national kommerciel radio ligger på niveauet lige under bedst opnåeligt, idet der lægges vægt på, at ansøger har redegjort for 38 års uafbrudt erfaring med national kommerciel radiovirksomhed, der løber frem til i dag. Der lægges imidlertid også vægt på realiteten i ansøgers redegørelse, på hvilken baggrund der er foretaget et mindre pointfradrag. På denne baggrund tildes 7 point.

Erfaring med national kommerciel radiovirksomhed vægter i henhold til udbudsmaterialet 8/8, dvs. 100 pct. Dermed har NRJ SAS opnået 7 point på baggrund af deres erfaring med national kommerciel radiovirksomhed, hvormed der skal foretages en vurdering af ansøgers erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed.

Lokal erfaring

Det fremgår af NRJ SAS' ansøgning, at stationen har 38 års uafbrudt erfaring med lokal kommerciel radio som løber fra 1983 til i dag.

Erfaringen stammer fra virksomhederne NRJ SAS (ansøger) og datterselskabet REGIE-NETWORKS.

NRJ SAS har angivet, at selskabet har redaktionel, programudførende, administrativ og teknisk erfaring samt erfaring med salg og anden erfaring.

De fremgår herefter, at virksomhedens konkrete erfaringsskabende aktiviteter i forhold til de angivne erfaringsområder, jf. ovenfor, dækker over følgende:

NRJ SAS beskriver, at de primært i Frankrig, men også i visse europæiske lande, har udviklet en konkret ekspertise inden for lokal radio, herunder:

PROGRAMERING OG REDAKTIONEL ERFARING:

Sideløbende med de nationale netværk driver NRJ SAS lokale kommercielle radionetværk i 200 lokale byer i Frankrig, som det fremgår af de lokale FM-licenser for følgende programmer: NRJ direkte, Nostalgie igennem sit datterselskab Nostalgie SAS, Cherie FM gennem søsterselskabet Cherie FM SAS. Disse lokale netværk sender de lokale slots i deres landsdækkende programmer og har lokalt indhold.

Fra klokken 11:00 til 15:00 alle hverdage udsender NRJ et 100 % lokalt program i 120 lokale byer i Frankrig, ledet af journalister og oplægsholdere fra byen, sammen med byens lyttere i deres dagligdag, især med tips, gode tilbud og usædvanlige lokale oplysninger. Nostalgie omfatter også et 100% lokalt program fra middag til klokken 16:00 på alle hverdage, der drives lokalt fra 65 byer i Frankrig. Cherie FM inkluderer også et 100% lokalt program fra klokken 13:00 til 17:00 på alle hverdage, drevet lokalt fra 110 byer i Frankrig.

I alle andre byer og regioner i Frankrig drives NRJ, Nostalgie og Cherie FM 24/24 timer i døgnet 7 /7 dage om ugen som et landsdækkende program.

SALGSERFARING:

NRJ SAS angiver, at de har erfaring inden for radio- og digital reklameplads på lokalt plan, primært igennem datterselskabet REGIE NETWORKS SAS til markedsføring af lokale reklameplads for selskabets radiostationer på fransk område der omfatter lokale programpladser, lokal reklame på digitale medier samt reklamer relateret til lokale begivenheder og lokal underholdning. REGIE NETWORKS SAS beskæftiger 350 medarbejdere, og sælger NRJ SAS lokale reklame slots, i størrelsesordenen 70, 7 mio. sekunder om året i 2021, til ca. 10 000 lokale kunder.

Internationalt sikrer NRJ SAS's datterselskaber i Tyskland, Østrig, Belgien og Schweiz markedsføring af lokale reklameområder i de respektive lande.

TEKNISK ERFARING:

NRJ SAS beskriver i forhold til distribution, at den tekniske distribution af NRJ SAS's lokale programmer varetages af datterselskabet TOWERCAST SAS og i forhold til produktion, at NRJ SAS driver sine lokale programmer med de nyeste standarder for teknisk kvalitet, som er baseret på ekspertisen fra den tekniske lydafdeling. Igennem sit eget spot Creation-og produktionsstudie, "Boite a Mix" (Mix boks), sikrer REGIE NETWORKS SAS den bedste tekniske og kreative kvalitet til sine annoncører, og bruger sin ekspertise inden for radio, digital mobil og multimedie.

ADMINISTRATIV ERFARING:

NRJ SAS beskriver, at REGIE NETWORKS, datterselskab af NRJ SAS, leverer alle supportfunktioner til sine franske lokale aktiviteter inden for forskellige områder (ledelse, menneskelige ressourcer, økonomi og almindelig administration).

ANDEN ERFARING:

NRJ SAS angiver, at arrangementer, der især udføres af søsterselskabet NRJ ENTERTAINMENT, som arrangerer arrangementer, der promoverer gruppens radioer (NRJ Music Awards i Cannes, NRJ Music Tour i 10 forskellige byer på tværs af det franske område, private sessioner med kunstnere osv.) på lokalt plan, men også lokale salgsarrangementer udført af REGIE NETWORKS SAS for sine kunder.

I sin redegørelse for hvorledes den oplyste erfaring opfylder definitionen af lokal kommerciel radiovirksomhed anfører NRJ SAS, at i henhold til sine forpligtelser i Frankrig mobiliserer NRJ SAS ovennævnte elementer til at udsende flere "lokale programmer", der produceres lokalt af fuldtidsansatte, når det drejer sig om frekvenser, der er reguleret under den lokale status. Derfor mobiliseres alle ovenstående angivet på daglig basis til at drive NRJ SAS' lokale radionetværk, som opfylder følgende definition:

En lokal kommerciel radio er, ifølge NRJ SAS' erfaringer, en områdespecifik udsendelsestilgang på territoriet med redaktionelt/indhold af lokal interesse og produceret lokalt, og det er forskelligt fra region eller by til en anden.

Et lokalt program giver mulighed for en tilpasning af det udsendte indhold med regionale særtræk (lokale nyheder, lokale vejr- og

vejtrafikafsnit, lokale arrangementer osv.) og bidrager således til at fremme lokal kulturel identitet.

Det anføres afslutningsvis, at dette koncept er det, som NRJ SAS udvikler i Frankrig i 200 byer, foruden dets landsdækkende programmer.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Det følger af udbudsmaterialet, at Radio- og tv-nævnet ved sin vurdering af kriterierne vil lægge vægt på realiteten i ansøgers erfaring.

Som grundlag for evalueringen anvendes den af ansøger fremsendte dokumentation for erfaringen, herunder beskrivelsen af ansøgers konkrete erfaringsskabende aktiviteter i virksomheden inden for redaktionelle, økonomiske og tekniske fagområder og fordelt på danske og udenlandske markeder.

NRJ SAS har 38 års uafbrudt erfaring med lokal kommerciel radio, idet der er angivet erfaring med redaktionelle, programudførende, administrative, tekniske aktiviteter, samt salgsaktiviteter og anden erfaring. Erfaringen er velbeskrevet inden for de nævnte områder, idet nævnet dog bemærker, at der er lagt vægt på nyere erfaring i beskrivelsen.

Nævnet bemærker endvidere, at der samlet set i ansøgers redegørelse for den lokale kommercielle erfaring i mindre grad henvises til konkrete erfaringsskabende aktiviteter, og i højere grad henvises til generelle kompetencer. Dette trækker samlet set ned i Radio- og tv-nævnets vurdering, idet nævnet skal lægge vægt på realiteten i beskrivelsen af ansøgers erfaring.

Nævnet vurderer samlet set, at NRJ SAS' erfaring med lokal kommerciel radio ligger på niveauet lige under bedst opnåeligt, idet der lægges vægt på, at ansøger har redegjort for 38 års uafbrudt erfaring med national kommerciel radiovirksomhed, der løber frem til i dag. Der lægges imidlertid også vægt på realiteten i ansøgers redegørelse, på hvilken baggrund der er foretaget et mindre pointfradrag. På denne baggrund tildeles 7 point.

Erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed vægter i henhold til udbudsmaterialet 4/8, dvs. 50 pct. Dermed har NRJ SAS opnået 3,5 point på baggrund af deres erfaring med national kommerciel radiovirksomhed.

Det følger af udbudsmaterialet, at der efter vurdering på de forskellige erfaringstyper skal lægges point for de tre erfaringstyper sammen, idet det dog maksimalt kan give 8 point i alt. I og med at NRJ SAS opnåede

7 point på baggrund af redegørelsen for national kommerciel radiovirksomhedserfaring og 3,5 point for den lokale kommerciel radiovirksomhedserfaring har ansøger opnået det maksimale antal point (8).

Bauer Media ApS

National erfaring

Det fremgår af Bauer Media ApS' ansøgning, at stationen har 31 års uafbrudt erfaring med kommerciel national radio som løber fra 1990 til i dag.

Erfaringen stammer fra Bauer Media ApS og tidligere selskaber fusioneret som en del af dette. Erfaringen stammer derudover fra Radio NOVA A/S og FM5 A/S.

Bauer Media ApS har angivet, at selskabet har redaktionel, programudførende, administrativ og teknisk erfaring samt erfaring med salg.

Herefter følger en kort beskrivelse af virksomhedens aktiviteter, hvor det fremgår, at Bauer Media i dag driver 6 nationale kommercielle radiostationer: NOVA, Radio 100 (FM6), POP FM, The Voice, myROCK og Radio Soft. Desuden driver Bauer Media mix7, POP FM 80'er, Radio Vinyl og Planet Rock på DAB+ samt 21 webcast-stationer i RadioPlay App samt hjemmeside.

Det fremgår videre, at Bauer Media startede som en national kommerciel radio i Danmark i 1990 og har i de forgangne 31 år drevet en lang række af nationale radiostationer samt salgsnetværk af national radioannoncering. UD fra den i udbuddet angivne definition af national radio har Bauer Media 31 års erfaring med national kommerciel radio i Danmark.

I det efterfølgende afsnit, som Bauer Media kalder "Selskabets erfaring i Danmark", beskrives Bauer Medias konkrete erfaringsskabende aktiviteter som virksomhed i Danmark kronologisk.

Selskabets erfaring i Danmark

Selskabets erfaring 1990-2003

Den 15. august 1990 lanceres The Voice i en national udgave som supplement til de lokale The Voice stationer, der sendte i København og Odense. Stationen blev kaldt for "The Voice of Scandinavia" og blev distribueret via den svenske satellit Nordic og hybridnet. "The Voice of Scandinavia" havde en selvstændig programflade med andre

programmer end de, der sendes på de lokale stationer. Siden 1990 har der således eksisteret en national udgave af The Voice, som senere også er blevet sendt via DAB, DAB+, kabelnet, web m.m.

På salgssiden etableres selskabet Nordisk Radio Reklame, der som nationalt salgsnetværk tilbyder annoncører landsdækkende reklamer afviklet på selskabets egne radiostationer samt hos udvalgte jyske samarbejdspartneres radiostationer i Jylland.

Selskabets erfaring 2003 - 2008

I 2003 gøres det lovligt for lokalradioer at netværke sine udsendelser, hvilket Bauer Media udnytter på flere af sine radiostationer. De fleste af Bauer Medias radiostationer gøres til nationale radiostationer med samme programflade på tværs af hele landet (Pop FM, Radio 2 m.fl.).

Selskabets erfaring 2008 - 2010

I 2008 indgår Bauer Media en aftale med TV 2 A/S om sammen at starte Radio NOVA, som skulle sende på den nationale FMS licens i stedet for TV 2 Radio. Selskabet Radio NOVA A/S etableres (Bauer Media ejer 80% og TV2 ejer 20%). Bauer Media er ansvarlig for alt indhold samt drift af Radio NOVA, hvor TV 2 fortsætter som nyhedsleverandør.

Selskabets erfaring 2010 - 2018

I 2010 tildeles FM6 A/S (ejes af Berlingske Media og Bauer Media) sendetilladelsen til FM6 og starter radiostationen Pop FM. Pop FM sendes som national radiostation og drives af Bauer Media.

2014 og frem til i dag:

I 2014 tildeles FMS A/S (ejes 100% af Bauer Media) sendetilladelsen til FMS. Bauer Media fortsætter med at sende den populære radiostation NOVA på FMS licensen. NOVA har mere end 1 million ugentlige lyttere og slog i 2017 rekord med 1.5 millioner ugentlige lyttere, hvilket er det højeste antal lyttere nogensinde for en national kommerciel radio i Danmark (kilde: Gallup Radio Index). På salgssiden har Bauer Media et samarbejde med de største regionale radioselskaber i Jylland og salg af deres nationale radioreklamer. Bauer Media står således for omkring 91 % af det samlede salg af national radioreklame i 2021. På indholdssiden har Bauer Media en aftale med Ritzau som nyhedsleverandør på tværs af sine radiostationer.

2018 og frem til i dag:

Bauer Media vinder udbuddet af FM6. Den 1. oktober ændrer Bauer Media radiobrandet på FM6 til Radio 100. Bauer Media supplerer distributionen med FM6 licensen med en stribe lokale radiosendere samt

distribution på DAB+ MUXI og supplerende dækning på MUX3 hvilket sikre FM6 en national distribution.

Herefter gennemgås erfaringen blandt nogle af virksomhedens danske nøglemedarbejdere, herunder CEO, CTO og CFO. Det fremgår, at en lang række af de ansatte hos Bauer Media har mange års erfaring med national kommerciel radio.

Der er for overskuelighedens skyld ikke foretaget en gengivelse af det nærmere indhold af medarbejdernes erfaring.

Dernæst beskriver ansøger sin erfaring, der stammer fra udenlandske aktiviteter.

Bauer Media er Europas største privatejet radioselskab og driver, foruden aktiviteterne i Danmark, en lang række nationale radiostationer i UK, Polen, Slovakiet, Norge, Sverige, Finland og Irland. Det ældste nationale Bauer radionetværk uden for Danmark er RMF FM i Polen. Radioen startede med at sende nationalt den 26. maj 1994 på 15 forskellige FM-frekvenser i de 15 største polske byer.

Endelig anfører Bauer Media, at al aktivitet, der er beskrevet, har været som national kommerciel radio. Den fulde programvirksomhed har været national, idet ingen af udsendelserne har været differentieret fra region til region. Udover ikke at være differentieret har alle radioer haft en "national" distribution på enten FM og/eller DAB(+) og/eller kabelnet, internet eller andet.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Det følger af udbudsmaterialet, at Radio- og tv-nævnet ved sin vurdering af kriterierne vil lægge vægt på realiteten i ansøgers erfaring.

Som grundlag for evalueringen anvendes den af ansøger fremsendte dokumentation for erfaringen, herunder beskrivelsen af ansøgers konkrete erfaringsskabende aktiviteter i virksomheden inden for redaktionelle, økonomiske og tekniske fagområder og fordelt på danske og udenlandske markeder.

Bauer Media har 31 års uafbrudt erfaring med national kommerciel radio, idet der er angivet erfaring med redaktionelle, programudførende, administrative, tekniske aktiviteter, samt salgsaktiviteter. Erfaringen er velbeskrevet, og der er vedlagt beskrivelser af konkrete erfaringer hos nøglemedarbejdere tilknyttet virksomheden.

Nævnet finder, at realiteten i ansøgers beskrivelse af erfaringen er tilstrækkelig, ligesom nævnet finder, at den beskrevne erfaring udgør erfaring med national kommerciel radiovirksomhed.

Nævnet vurderer samlet set, at Bauer Media ApS' erfaring med national kommerciel radio ligger på niveauet bedst opnåeligt, idet der lægges vægt på, at ansøger har redegjort for 31 års uafbrudt erfaring med national kommerciel radiovirksomhed, der løber frem til i dag. Der er i den forbindelse lagt vægt på realiteten i ansøgers beskrivelse. På denne baggrund tildeles 8 point.

Det følger af udbudsmaterialet, at skulle en ansøger allerede få tildelt 8 point på erfaring fra national kommerciel radiovirksomhed, kigges der ikke på erfaring fra lokal radiovirksomhed eller anden kommerciel medievirksomhed, idet ansøger allerede har scoret toppoint (8).

På denne baggrund foretager nævnet ikke en vurdering af Bauer Media ApS' erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed.

Det fremgår af udbudsmaterialet, at en ansøger, der har opnået 8 point på baggrund af erfaring med national radiovirksomhed ved pointlighed vil vinde over en ansøger, der har opnået 8 point på baggrund af en kombination af de tre erfaringstyper.

Det er ikke uddybet, om dette gælder for pointlighed ved dette konkrete skønhedskriterium, eller om der er tale om samlet pointlighed. For at illustrere, at Bauer Medias 8 point udelukkende er opnået på baggrund af erfaring med national kommerciel radio og dermed i henhold til udbudsmaterialet vinder over NRJ SAS' 8 point, der er opnået på baggrund af en kombination af erfaring med national kommerciel radio og lokal kommerciel radio, vil Bauer Medias samlede point fremgå med fed markering i overblikstabellen nedenfor.

Erfaring	NRJ SAS	Bauer Media ApS
Erfaring med national kommerciel radio	7	8
Erfaring med lokal kommerciel radio	3,5	Ikke bedømt
Erfaring med anden kommerciel medievirksomhed	Ikke bedømt	Ikke bedømt
Point	8	8
Vægtede point – 40 pct.	3,2	3,2

7. Ansøgers planer for og tilsagn om digital tilgængeliggørelse

Det fremgår af bekendtgørelsens § 5, stk. 1, nr. 3, at Radio- og tv-nævnet foretager en vurdering af, hvordan ansøger vil sikre, at den kanal, som sendes på den femte jordbaserede FM-radiokanal, også er tilgængelig digitalt. Dette kriterium vægter 20 pct.

Kriteriet bliver i henhold til § 5, stk. 1, nr. 3, bedømt således, at tilgængeliggørelse på digitale platforme, hvor en større del af den digitale radiolytning foregår, vægter mere end tilgængeliggørelse på platforme, hvor en mindre del af den digitale radiolytning foregår, jf. de officielle brancheanerkendte lyttermålinger.

Dette betyder således, at tilgængeliggørelse på DAB vægter højest, dernæst tilgængeliggørelse på net og til sidst via kabel i henhold til Kulturministeriets rapport om mediernes udvikling for 2021, der opgør årets samlede radiolytning baseret på de brancheanerkendte lyttermålinger². Den digitale lytning fordeler sig sådan i 2021, at DAB-lytningen tegnede sig for 23 pct. af den samlede radiolytning, internet-lytning for 14 pct. og kabel-lytning for 2 pct.

For at operationalisere bedømmelseskriteriet på mest præcis vis, har Radio- og tv-nævnet samlet den digitale lytning og vægtet lytningen forholdsmæssigt, således at DAB vægtes med 60 pct., internet vægtes med 35 pct. og kabel vægtes med 5 pct. ved pointtildeling fra 0 til 8 point. Til slut lægges de vægtede point sammen for at opnå en total score, hvorefter den samlede bedømmelse vægtes med 20 procent. Det bemærkes i den forbindelse, at ansøgere skal tildeles et helt pointtal mellem 8 og 0 afhængig af, hvordan ansøger i relation til det pågældende kriterium vurderes at være placeret mellem yderpunkterne på skalaen, hvorfor der ved decimaltal i sammenlægningen af de vægtede point for delkriterierne DAB, internet og kabel vil blive afrundet til nærmeste hele tal.

I henhold til udbudsmaterialet vil Radio- og tv-nævnet ved sin vurdering af kriteriet lægge vægt på realiteten i ansøgers redegørelse for digital tilgængeliggørelse.

²https://mediernesudvikling.kum.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2021/Radio_og_podcast/Radio_og_Podcast_2021.pdf

DAB

Ansøger har for så vidt angår DAB-distribution mulighed for at distribuere sin programvirksomhed i den landsdækkende digitale DAB-blok 1, der har en geografisk dækning på minimum 81,3 pct. samt den regionale DAB-blok 3, der distribueres i 13 sendeområder rundt omkring i Danmark. Radio- og tv-nævnet vil for bedømmelsen af distributionen via DAB lægge vægt på såvel planerne for DAB-distributionen, herunder evt. dokumentation for programtilladelse og/eller aftale med distributøren i DAB-blok 1, Cibicom, som den samlede opnåede dækning i Danmark. Dette delkriterium vægter ved vurderingen af skønhedskriteriet digital tilgængeliggørelse 60 pct.

Idet der er tale om en distributionsform, hvor den geografiske dækning kan være forskellig fra ansøger til ansøger afhængig af, hvilken DAB-blok de distribueres i, har Radio- og tv-nævnet operationaliseret dette delkriterium med brug af den pointskala, der fremgår af udbudsmaterialets afsnit 5.2.1. Pointskalaen for ansøgers planer for DAB-distribution ser således ud:

<i>Point</i>	<i>Offentliggjort beskrivelse</i>	<i>Ansøgers DAB-dækning</i>
8	Bedst opnåelige	Fra 90 pct.
7	Niveauet lige under bedst opnåelige	85-89 pct.
6	Meget tilfredsstillende	75-85 pct.
5	Niveauet lige over tilfredsstillende	65-75 pct.
4	Tilfredsstillende	55-65 pct.
3	Niveauet lige under tilfredsstillende	35-55 pct.
2	Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer	25-35 pct.
1	Ikke tilfredsstillende	1-25 pct.
0	Bedømmelse ikke mulig	0 pct.

Internet

Tilgængeliggørelse via internet forudsættes at have en landsdækkende geografisk dækning på omtrent 100 pct. Radio- og tv-nævnet vil ved bedømmelsen af ansøgers plan for distribution via internet lægge vægt på planerne for distributionen. I og med at en stor del af den internetbaserede radiolytning foregår via mobiltelefoner og dermed typisk via apps, vil Radio- og tv-nævnet ved sin bedømmelse lægge vægt på, hvilke platforme og internetbaserede distributionskanaler, ansøger har planer om, at kanalens indhold skal distribueres via. Dette kriterium vægter ved vurderingen 35 pct.

Kabel og øvrige digital distribution

Ved bedømmelsen af kabeldistribution vil Radio- og tv-nævnet alene lægge vægt på planerne og dokumentationen for distribution via kabel og øvrig digital distribution. Dette kriterium vægter ved vurderingen 5 pct.

Efter en gennemgang af vurderingen af delkriterierne under skønhedskriteriet digital tilgængeliggørelse følger en vurdering af de to ansøgere.

Bauer Media ApS:

Bauer Media ApS har ved deres ansøgning vedlagt bilag 1H samt dokumentation for planer for den digitale tilgængeliggørelse. Bauer Media ApS forpligter sig til at distribuere den radiokanal, der sendes på den femte fm-radiokanal, på følgende vis:

1. 90,7% geografisk dækning på DAB+ MUX 1 og DAB MUX 3
2. 1.4 millioner tilslutninger på kabelnet via "UBOD aftale"
3. Bauer Medias egen app RadioPlay og egen hjemmeside Radioplay.dk
4. Bauer Medias egen RadioPlay app udviklet til Sonos
5. App "Mere Radio" som Bauer Media er medejer af
6. App og hjemmesiden "TuneIn" som Bauer Media har en samarbejdsaftale med
7. App "Yousee Musik" som Bauer Media har en samarbejdsaftale med

Bauer Media ApS planer for digital tilgængeliggørelse omfatter således DAB-distribution (punkt 1), internet-distribution (punkt 3-7) og kabel-distribution (punkt 2), som gennemgås nedenfor i nævnte rækkefølge.

Bauer Media ApS oplyser, at de vil distribuere kanalen i DAB-blok 1 og supplere med distribution i DAB-blok 3. Bauer Media ApS opnår således en samlet geografisk DAB-dækning på 90,7 pct. Som dokumentation for kanalens muligheder for at føre distributionsplanerne ud i livet har Bauer Media ApS vedlagt kopi af programtilladelser til DAB-blok 3, herunder 8 i sendenet Sydsjælland, 6 i sendenet Fyn, og 10 i sendenet Bornholm, der er områder med lav eller ingen dækning i DAB-blok 1. Nævnet finder således, at Bauer Media ApS' planer for distribution i DAB er realistiske.

Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at Bauer Media ApS' planer for DAB-distribution ligger på niveauet bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 8 point. Vægtet gives der 4,8 point.

Bauer Media ApS oplyser, at de vil distribuere kanalen via internettet. I denne forbindelse angiver Bauer Media ApS, at tilrådighedsstillelsen vil ske via ansøgers egne platforme, herunder både fra hjemmeside og app,

ligesom Bauer Media ApS også vil distribuere indholdet via tredjepartsplatforme. Som dokumentation for Bauer Medias planer, har ansøger, påvist allerede eksisterende platforme for distribution af radio via internettet. Denne dokumentation er egen app platform, samt distribution via app platform og web fra anden part.

Nævnet finder, at Bauer Media ApS' planer for distribution via internettet er realistiske.

Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at Bauer Media ApS' planer for internet-distribution ligger på niveauet bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 8 point. Vægtet gives der 2,8 point.

Bauer Media ApS oplyser, at de vil distribuere kanalen via kabelnettet. Som dokumentation for dette har Bauer Media ApS ved ansøgningen vedlagt opgørelse fra en UBOD-aftale. Den vedlagte dokumentation er i form af en opgørelse fra UBOD-sekretariatet fra 2021, og denne dokumenterer opgørelsen over UBOD midler og tilslutninger fra 2020. Bauer Media ApS giver i deres ansøgning tilsagn om at fortsætte distribution via kabelnettet. Nævnet lægger til grund, at Bauer Media ApS forpligter sig til distribution af den femte jordbaserede FM-radiokanal via kabel. Eftersom dokumentation for distribution via kabel er i form af bagudrettet materiale, foretages der et fradrag i pointtildelingen, henset til mangel på konkret dokumentation for fortsat digital distribution via kabel.

Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at Bauer Media ApS' planer for kabel- og øvrig distribution ligger på niveauet tilfredsstillende. På denne baggrund tildeles 4 point. Vægtet gives der 0,2 point.

Nævnet vurderer samlet set, at Bauer Media ApS' planer for digital tilgængeliggørelse ligger på niveauet bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 8 point. Nævnet bemærker i denne forbindelse, at der for de enkelte skønhedskriterier skal tildeles et helt pointtal mellem 0 og 8 i henhold til udbudsmaterialet, hvormed nævnet har rundet op fra 7,8 til 8.

NRJ SAS:

NRJ SAS har ved deres ansøgning vedlagt bilag 1H samt dokumentationer for planer, for den digitale tilgængeliggørelse. NRJ SAS' plan for tilgængeliggørelse består af:

1. Tilsagnsbrev med Cibicom, som har reserveret kapacitet for radiokanalen.
2. App-baseret adgang
3. Web-baseret adgang

NRJ SAS planer for digitale tilgængeliggørelse omfatter således, DAB-distribution (punkt 1), internet-distribution (punkt 2-3).

NRJ SAS oplyser, at de vil distribuere kanalen i DAB-blok 1. NRJ SAS opnår således en samlet geografisk DAB-dækning på 86,1 pct. Som dokumentation for kanalens muligheder for at føre distributionsplanerne ud i livet har NRJ SAS vedlagt kopi af tilsagnsbrev til DAB-blok 1, som bekræfter at ansøger har en reservation i DAB-blok 1 under forudsætning af at programtilladelsen tildeles ansøger. Nævnet finder således, at NRJ SAS' planer for distribution i DAB er realistiske.

Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at NRJ SAS' planer for DAB-distribution ligger på niveauet lige under bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 7 point. Vægtet gives der 4,2 point.

NRJ SAS oplyser, at de vil distribuere kanalen via internettet. I denne forbindelse angiver NRJ SAS, at tilrådighedsstillelsen vil ske via ansøgers egne platforme, herunder både fra hjemmeside og app. Som dokumentation for NRJ SAS' planer, har ansøger, påvist allerede eksisterende platforme for distribution af radio via internettet. Denne dokumentation er egen app platform samt web. Der er vedlagt dokumentation for ansøgers portfolio af både web og app platform. Nævnet finder, at NRJ SAS' planer for distribution via internettet er realistiske.

Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at NRJ SAS' planer for internet-distribution ligger på niveauet bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 8 point. Vægtet gives der 2,8 point.

NRJ SAS har vedlagt planer for øvrig digital distribution, herunder kabel. Nævnet vurderer på denne baggrund, at planer for distribution ikke kan bedømmes. På denne baggrund tildeles 0 point.

Nævnet vurderer samlet set, at NRJ SAS' planer for digital tilgængeliggørelse ligger på niveauet lige under bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 7 point.

Digital tilgængeliggørelse	NRJ SAS	Bauer Media ApS
Tilgængeliggørelse via DAB	7	8
<i>Tilgængeliggørelse via DAB 60 pct.</i>	4,2	4,8

Tilgængeliggørelse via internet	8	8
<i>Tilgængeliggørelse via internet 35 pct.</i>	2,8	2,8
Tilgængeliggørelse via øvrige platforme, herunder kabel	0	4
<i>Tilgængeliggørelse via øvrige platforme, herunder kabel 5 pct.</i>	0	0,2
Point	7	8
Vægtede point – 20 pct.	1,4	1,6

8. Pointtildeling

Opnåede point for ansøgninger til udbud af FM 5		
	NRJ SAS	Bauer Media
1. Økonomi	6,5	8
Vægtede point – 40 pct.	2,6	3,2

2. Erfaring	8	8
Vægtede point – 40 pct.	3,2	3,2

3. Digital tilgængeliggørelse	7	8
Vægtede point – 20 pct.	1,4	1,6

s

Samlet pointtal	7,2	8
------------------------	------------	----------

9. Resultat

På baggrund af ovenstående evaluering, hvor NRJ SAS tildeles 7,2 point, og Bauer Media tildeles 8 point, vil Radio- og tv-nævnet i henhold til bekendtgørelsens § 5, stk. 1, udstede tilladelse til at udøve programvirksomhed på den femte jordbaserede FM-radiokanal til Bauer Media ApS med radiokanalen NOVA.



Søren Sandfeld Jakobsen

Formand