

11. november 2025

Medieenhed

Jour. nr. 25/08827-15

Evalueringsrapport om Radio- og tv-nævnets udbud af tilladelse til den sjette jordbaserede FM-radiokanal

Indhold

Grundlag.....	2
Ansøgninger.....	2
Evaluering.....	3
Pointskala.....	3
Ansøgers økonomi	4
Likviditet	4
Mad Men Media	5
Bauer Media ApS.....	5
Soliditet	6
Mad Men Media	6
Bauer Media ApS.....	6
Ansøgers erfaring:.....	7
Mad Men Media	9
National erfaring:	9
Lokal kommerciel erfaring:.....	11
Bauer Media ApS.....	13
National Erfaring	13
Ansøgers planer for og tilsagn om digital tilgængeliggørelse ...	17
Mad Men Media	18
Bauer Media ApS.....	20
Pointtildeling.....	23
Resultat.....	23

Grundlag

I henhold til § 1 i bekendtgørelse nr. 514 af 22. maj 2017 om den sjette jordbaserede FM-radiokanal, senest ændret ved bekendtgørelse 1076 af 1. september 2025, udbyder Radio- og tv-nævnet den sjette jordbaserede FM-radiokanal, for så vidt angår de i bekendtgørelsens bilag 1 angivne senderrettigheder. Tilladelsen træder tidligst i kraft den 9. juli 2026 og udløber senest den 8. juli 2034.

Tilladelsen kan ikke meddeles DR eller tilladelseshaver til den fjerde jordbaserede FM-radiokanal. Programvirksomheden skal påbegyndes senest seks måneder efter tilladelsen er udstedt.

Det følger endvidere af bekendtgørelsens § 2, stk. 1, at programtilladelsen tildeles af Radio- og tv-nævnet efter udbud i form af en skønhedskonkurrence. På baggrund af evalueringen af de egnede ansøgninger afgør Radio- og tv-nævnet hvilken ansøger, nævnet vil udstede tilladelse til.

Ansøgninger

Radio- og tv-nævnet havde ved ansøgningsfristens udløb, mandag den 13. oktober 2025 kl. 12.00, modtaget to ansøgninger fra:

- Mad Men Media AB, der vil drive radiokanalen ”Rock FM”
- Bauer Media ApS, der vil drive radiokanalen ”Radio 100”

Mad Men Media AB ejes af tre svenske aktieselskaber: Contentfactory AB (Åkarp), Radiokonsult Sverige AB (Skivarp) og Vibeck Holding AB (Falsterbo). Ingen af selskaberne har alene kontrol over Mad Men Media AB. Beslutningerne træffes i fællesskab af de tre ejere – Robert Persson, Mattias Gustavsson og Henrik Vibeck, som hver besidder en ejerandel på 33,3 pct.

Ansøgeren Bauer Media ApS, Danmark er ejet 100 pct. af Bauer Radio Limited, UK, som er ejet 100 pct. af HBVB, UK, som er ejet 99,999999 pct. af Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH, Tyskland, som er ejet 100 pct. 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 blev derfor vurderet som egnede.

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

Evaluerings

I henhold til bekendtgørelsens § 4, stk. 1, udsteder Radio- og tv-nævnet programtilladelse til den ansøger, som af nævnet vurderes at være bedst egnet til at drive den sjette 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.

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 sjette 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.

Pointskala

Vurderingen af ovenstående evalueringskriterier foretages i henhold til bekendtgørelsens § 4, 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. side 17 i udbudsmaterialet.

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.

Ansøgers økonomi

I henhold til bekendtgørelsens § 4, 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 vurderingen 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 jf. praksis fra tidligere FM-udbud:

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

Mad Men Media

Det fremgår af Mad Men Medias ansøgning, at likviditetsgraden for regnskabsårene 2022 til 2024 er følgende:

2022	2023	2024
229 pct.	359 pct.	281 pct.

Det bemærkes, at regnskabsåret 2022, jf. pointskalaen for likviditetsgraden, ligger under grænsen på 250 pct., som kræves for at opnå vurderingen ”bedst opnåelige”. Jf. tidligere praksis foretages vurderingen dog på baggrund af gennemsnittet for de tre regnskabsår 2022, 2023 og 2024.

Selvom Mad Men Media ligger under tærsklen på de 250 pct. i 2022, vil gennemsnittet for de tre år fortsat overstige denne grænse og dermed udløse topkarakteren (8). Beregningen foretages ved at lægge de tre års likviditetsgrader sammen (869 i alt) og derefter dividere med tre, hvilket giver et gennemsnit på 289,6 pct.

Bauer Media ApS

Det fremgår af Bauer Media ApS ansøgning, at likviditetsgraden for regnskabsårene 2022 til 2024 er følgende:

2022	2023	2024
1.217 pct.	2.196 pct.	1.482 pct.

Således ligger Bauer Media ApS’ likviditetsgrad over tærsklen på de 250 pct. for samtlige tre regnskabsår og tildeles derfor karakteren 8.

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, jf. praksis fra tidligere FM-udbud:

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

Mad Men Media

Det fremgår af Mad Men Medias ansøgning, at soliditetsgraden for 2022 til 2024 er følgende:

2022	2023	2024
61 pct.	70 pct.	63 pct.

Således ligger Mad Men Medias soliditetsgrad over tærsklen på de 50 pct. for samtlige tre regnskabsår og tildeles derfor karakteren 8.

Bauer Media ApS

Det fremgår af Bauer Media ApS ansøgning, at soliditetsgraden for 2022 til 2024 er følgende:

2022	2023	2024
97,4 pct.	99,50 pct.	99,4 pct.

Det bemærkes, at Bauers Media ApS' nøgletal er baseret på en økonomisk støtteklæring udstedt af Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH, Hamburg

(HBBH), som erklærer løbende at støtte Bauer Media ApS økonomisk for, at de opfylder udbudsbetingelserne.

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

Økonomi	Mad Men Media AB	Bauer Media ApS
Soliditetsgrad	8	8
Likviditetsgrad	8	8
Point	8	8
Vægtede point – 40 pct.	3,2	3,2

Ansøgers erfaring:

I henhold til bekendtgørelsens § 4, 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 pct.

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 samt 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

Point	Offentliggjort beskrivelse	Ansøgers erfaring
8	Bedst opnåelige	Over 13 år
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 § 3, 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.

Mad Men Media

Mad Men Media er en svensk etableret radiovirksomhed, der siden sin stiftelse i 2012 har ejet og drevet kommercielle lokale radiokanaler samt udøvet anden kommerciel medievirksomhed. Selskabet fremhæver i sin ansøgning en flerårig erfaring inden for radiodrift, men det fremgår ikke klart, fra hvilket tidspunkt virksomheden har haft aktiviteter, der kan karakteriseres som landsdækkende eller med national rækkevidde. Det fremgår af ansøgningen, at virksomheden har drevet kommerciel national radiovirksomhed i Finland siden 2024.

De tre ultimative ejere af Mad Men Media ejer gennem deres respektive holdingselskaber 49,8 procent af aktierne i den svenske virksomhed Nya Radio City AB (NRC). NRC beskæftiger sig med konsulentvirksomhed inden for radioområdet samt med reklame- og annoncedistribution. De resterende 50,2 procent af NRC ejes af Bauer Medias tyske moderselskab.

Mad Men Media har indsendt redegørelser for udvalgte nøglepersoners individuelle erfaring i stedet for en samlet og struktureret redegørelse for virksomhedens samlede kompetencer og erfaring, jf. beskrivelsen i bilag 1G. Dette gør det vanskeligt at vurdere virksomhedens organisatoriske og faglige erfaring. Radio- og tv-nævnet lægger derfor den erfaring til grund, der er dokumenteret for virksomheden i redegørelsen.

Det bemærkes i forlængelse heraf, at dokumentationen ikke i alle tilfælde giver tilstrækkelig klarhed over de enkelte profilers konkrete rolle, tidsmæssige omfang af erfaringen eller relevans i forhold til vurderingskriterierne for denne ansøgningsrunde.

National erfaring:

Det fremgår af Mad Men Medias ansøgning, at den nationale erfaring, der kan dokumenteres, stammer fra et finsk datterselskab, som i 2024 opnåede national FM-tilladelse, hvor virksomheden har demonstreret evnen til at skalere driften fra regionalt til nationalt niveau. Ud over dette fremgår det ikke, at ansøgeren som virksomhed har yderligere national erfaring.

Mad Men Media har angivet, at selskabet har erfaring der dækker, kommerciel drift, program og redaktion, teknisk/distribution, finans/rapportering, brand/imaging, regulatorisk dialog samt anden erfaring.

Mad Men Media redegør for redaktionel- og programudførende erfaring, som primært underbygges gennem nøglepersonerne Mattias Gustavsson, Fredrik Bojerud og Peter Malmqvist. Der redegøres for relevant og kvalificeret erfaring

bestående af bl.a. programudvikling/formatudvikling, redaktionel ledelse, talentudvikling, coaching af værter, musikprogrammering og station imaging. Det bemærkes i forlængelse heraf, at Radio- og tv-nævnet i sin vurdering ligger vægt på ansøgers (dermed virksomheden) erfaring og ikke enkelte nøglepersoners erfaring.

I forhold til Mad Men Medias administrative erfaring fremgår det, at Jan Hamberg har samlet 25 års erfaring som CFO og Corporate finance-rådgiver, herunder 13 år som Chief Financial Officer i Bauer Media Sverige, landets største kommercielle radioaktør. Selvom det sammenholdes med Robert Perssons og Mattias Gustavssons administrative erfaring vurderer nævnet alligevel, at den samlede erfaring hos de nævnte nøglepersoner ikke i sig selv kan anses som tilstrækkelig dokumentation for ansøgeren Mad Men Medias evne til at drive en national kommerciel radiovirksomhed.

Mad Men Medias tekniske erfaring er hovedsageligt forankret hos Niklas Strömberg, som gennem mange år har beskæftiget sig professionelt med studieteknik, lydproduktion, distribution og radiosendenet. Som teknisk chef har Niklas Strömberg det overordnede ansvar for det nationale sendenet- og distribution hos datterselskabet i Finland. Ud over koncernens egne stationer leverer han teknisk support til Bauer Media, Viaplay Radio, DB Media og dertil flere mindre radiooperatører.

Mad Men Medias viden inden for salg af reklamer og annoncering på nationalt plan varetages hovedsageligt gennem datterselskabet Nya Radio City med henblik på markedsføring af den nationale reklameplads for radio i Sverige.

Under "anden erfaring" anfører Mad Men Media, at Mattias Gustavsson repræsenterer den europæiske radioindustri som bestyrelsesmedlem i AER (Association of European Radios). I denne rolle bidrager han til udviklingen af politiske initiativer og kommercielle rammevilkår for radiovirksomheder på EU-niveau. Mattias Gustavsson er desuden grundlægger af Radio Konsult Sverige AB, hvor han rådgiver og arbejder med større internationale radioaktører som fx. iHeart media i forbindelse med licensansøgninger og etablering af kommercielle radio-tilladelser i henholdsvis Sverige, Finland, Belgien, Slovakiet og Ungarn. Derudover anføres det, at Fredrik Bojerud har omfattende erfaring med krisekommunikation og -håndtering fra militæret, hvor han har fungeret som presseofficer i Afghanistan.

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.

Mad Men Media anfører i sin ansøgning, at selskabet besidder betydelig national kommerciel erfaring. Gennemgangen af ansøgningsmaterialet viser imidlertid, at den dokumenterede erfaring primært vedrører drift af lokale radiostationer. Selskabet fremfører, at deres nationale selskabsstruktur og koordinering af de enkelte lokalområder udgør national erfaring.

Drift af national radiovirksomhed vurderes imidlertid at have en anden karakter end koordinering af lokale radiostationer. Nævnets vurdering er således, at denne erfaring enten må forstås som erfaring med national kommerciel *medie*-virksomhed eller lokal radiovirksomhed og herved ikke som erfaring med national kommerciel radiodrift. På baggrund heraf finder nævnet, at ansøgers redegørelse, for at have ledet nationale stationer i Sverige samt dokumenterede evne til at etablere og drive landsdækkende kommerciel radio, ikke fremstår tilstrækkeligt underbygget i ansøgningen og ej heller konkret, fordi disse elementer efter nævnets vurdering ikke kan lægges til grund for virksomhedens erfaring med at drive national kommerciel radiovirksomhed.

Det bemærkes dog, at Mad Men Medias datterselskab i 2024 opnåede national FM-tilladelse i Finland, hvilket giver selskabet ét års reelt dokumenteret erfaring med national kommerciel radiodrift.

Radio og tv-nævnet bemærker desuden, at ansøgers erfaring primært beskrives gennem individuelle redegørelser for erfaringer hos fem nøglepersoner i virksomheden og ikke som virksomhedens egen samlede erfaring. Derfor lægger nævnet ikke vægt på nøglepersonernes individuelle erfaringer, men alene på den erfaring, der kan dokumenteres som virksomhedens konkrete erfaring.

Endelig bemærker nævnet, at ansøgerens redegørelse i mindre grad henviser til konkrete erfaringsskabende aktiviteter i virksomheden, og i højere grad fokuserer på generelle kompetencer hos nøglemedarbejderne samt mere eller mindre udefinerede konsulentopgaver for nationale og internationale medieaktører.

Disse forhold ift. national kommerciel erfaring trækker samlet set ned i Radio- og tv-nævnets vurdering, idet nævnet skal lægge vægt på realiteten i beskrivelsen af ansøgers erfaring. Nævnet vurderer på denne baggrund, at Mad Men Medias erfaring med national kommerciel radio ligger på niveauet lige under tilfredsstillende og Mad Men Media tildeles derfor 3 point. Erfaring med national kommerciel radiovirksomhed vægter i henhold til udbudsmaterialet 8/8, dvs. 100 pct. Dermed har Mad Men Media opnået 3 point på baggrund af deres erfaring med national kommerciel radiovirksomhed, hvormed der skal foretages en vurdering af ansøgers erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed.

Lokal kommerciel erfaring:

Den lokale kommercielle erfaring stammer fra virksomhederne Mad Men Media (ansøger) og datterselskabet Nya Radio City. Mad Men Media har angivet,

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

Mad Men Media beskriver, at de primært i Sverige, har udviklet en konkret ekspertise inden for lokal radio.

Mad Men Media har drevet lokalradio siden 2012 fra Skåne regionen. Gennem de fem nøglepersoner demonstreres en betydelig erfaring og kompetence inden for lokal kommerciel radiovirksomhed. Direktør og medstifter Robert Persson har gennem hele virksomhedens levetid stået med ansvaret for driften, strategien og forretningsudviklingen for de lokalt forankrede radiostationer i Sverige.

Mad Men Media kan gennem deres nøglepersoner dokumentere praktisk erfaring med teknisk drift på lokalt plan. Nævnet vurderer, at selskabet har dokumenteret ekspertise inden for drift og distribution af radioprogrammer, herunder etablering og vedligeholdelse af studier, integration af automation (Zetta/GSelector), streaming, transmissionsinfrastruktur og redundante netværksløsninger. Niklas Strömberg har haft ansvar for koordinering af tekniske teams og supportfunktioner på tværs af lokalområder, hvilket har bidraget til driftssikkerhed og kontinuitet i programdistributionen.

Nævnet bemærker, at erfaringen består af reelle og operationelle aktiviteter, hvor nøglepersonerne aktivt har medvirket til planlægning, implementering og vedligeholdelse af tekniske løsninger. På denne baggrund vurderes Mad Men Medias tekniske erfaring som relevant, praktisk funderet og egnet til understøttelse af lokal radiodrift, dog beskrevet som mere generelle kompetencer.

Mad Men Media beskriver, at selskabet gennem sine nøglepersoner varetager administrative funktioner relateret til den lokale kommercielle drift, herunder økonomisk styring, planlægning og ledelsesmæssig koordinering. De administrative opgaver omfatter budgettering, forecast, regnskab og governance, samt den løbende drift og strategiske udvikling af lokalt forankrede stationer i Skåne og Blekinge.

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.

Nævnet bemærker, 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 Mad Men Medias erfaring med lokal kommerciel radio ligger på niveauet lige under bedst opnåeligt, idet der lægges vægt på, at ansøger har redegjort for minimum 12 års uafbrudt erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed, der løber frem til i dag. På denne baggrund tildeles 7 point.

Erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed vægter i henhold til udbudsmaterialet 4/8, dvs. 50 pct. Dermed har Mad Men Media opnået 3,5 point på baggrund af virksomhedens erfaring med lokal kommerciel radiovirksomhed.

Erfaring med anden kommerciel medievirksomhed

Det fremgår i Mad Men Medias ansøgning og de individuelle CV'er, at de som virksomhed har profiler, som har været beskæftiget i mediebranchen i adskillige år. Udover deres erfaring med national og lokal radiovirksomhed udviser selskabet en bred erfaring som anden kommerciel medievirksomhed, der ikke kan kategoriseres som national eller lokal radiovirksomhed. Virksomheden har gennem sine nøglepersoner programudførende, administrativ, redaktionel, salgsmæssig og teknisk erfaring i flere forskellige grene af mediebranchen, herunder tv-, internetradio-, AI-, reklame- og spilbranchen.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Ansøgers erfaring dokumenteret gennem profilerne redegør for mange års relevant erfaring indenfor den kommercielle mediebranche på områder, der ikke tydeligt kan karakteriseres som national eller lokal kommerciel radiovirksomhed, men dog modsætningsvist vil være at betegne som anden relevant kommerciel medievirksomhed.

Henset til delkriteriets opsamlende karakter, godskrives Mad Men Media, derfor en omfattende kommerciel medieerfaring. Nævnet vurderer at denne erfaring udstrækker sig i tid, der overskrider de 13 år, der vil give højeste karakter (8), men har fundet det vanskeligt at læse det konkret dokumenteret for samtlige underkategorier.

Eftersom Radio- og tv-nævnet i sin vurdering af kriterierne skal lægge vægt på realiteten i ansøgers erfaring, fratrækkes Mad Men Media derfor et enkelt point, og tildeles karakteren 7 for erfaring med anden kommerciel medievirksomhed.

Erfaring med anden kommerciel medievirksomhed vægter i henhold til udbudsmaterialet 1/8, dvs. 12,5 pct. Dermed har Mad Men Media opnået 0,875 point på baggrund af virksomhedens erfaring anden kommerciel medievirksomhed.

Bauer Media ApS

National Erfaring

Det fremgår af Bauer Media ApS' ansøgning, at selskabet har 35 års uafbrudt erfaring med kommerciel national radio, som strækker sig fra 1990 til i dag. Erfaringen udspringer dels af Bauer Media ApS samt tidligere selskaber fusioneret som en del af dette. Derudover henvises til erfaring opnået gennem Radio NOVA A/S og FM5 A/S.

Bauer Media ApS anfører, at selskabet har redaktionel, programudførende, administrativ og teknisk erfaring samt erfaring med salg. Herefter følger en kort beskrivelse af virksomhedens konkrete erfaringsskabende aktiviteter. Heraf fremgår det, at Bauer Media i dag driver seks nationale kommercielle radiostationer: NOVA (FM5), Radio 100 (FM6), Pop FM, The Voice, myROCK og Radio Soft. Endvidere driver Bauer Media mix7, Pop FM 80'er, Pop FM 90'er og Radio Vinyl på den nationale MUX1 DAB+ samt 41 webcast-stationer via Radioplay-appen og på hjemmesiden radioplay.dk.

Af ansøgningen fremgår desuden, at Bauer Media startede som en national kommerciel radio i 1990, og i de forgangne 35 år har drevet en lang række af nationale radiostationer samt salgsnetværk af national radioannoncering. I overensstemmelse med den i udbudsmaterialet fastsatte definition af national radio har Bauer Media 35 års erfaring som national kommerciel radio i Danmark.

I det efterfølgende afsnit, som Bauer Media kalder "Erfaring i Danmark", redegør Bauer Media kronologisk for selskabets konkrete erfaringsgivende aktiviteter på det danske radiomarked.

Selskabets erfaring i Danmark

Selskabets erfaring 1990-2003

Den 15. august 1990 blev The Voice lanceret i en national udgave som supplement til de lokale The Voice stationer, som 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 blev sendt på de lokale stationer. Siden 1990 har der således eksisteret en national udgave af The Voice, som senere hen blev 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 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 TV2 A/S om sammen at starte Radio NOVA, med henblik på at sende på den nationale FM5 licens i stedet for TV2 Radio. Selskabet Radio NOVA A/S etableres (Bauer Media ejer 80 pct. og TV2 ejer 20 pct.). Bauer Media er ansvarlig for alt indhold samt driften af Radio NOVA, hvor TV2 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.

Selskabets erfaring 2014-2022

I 2014 tildeles FM5 A/S (ejes 100 pct. af Bauer Media) sendetilladelsen til FM5. Bauer Media fortsætter med at sende den populære radiostation NOVA på FM5 licensen. NOVA har mere end 1 million ugentlige lyttere og i 2017 slog stationen 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 om salg af deres nationale radioreklamer. Bauer Media står således for omkring 91 pct. 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 2018 ændrer Bauer Media radiobrandet på FM6 til Radio 100. Bauer Media supplerer FM6 distributionen med en stribe lokale radiosendere samt distribution på DAB+ MUX1 og supplerende dækning på MUX3, hvilket sikrer FM6 en national distribution.

Herefter gennemgår ansøgningen erfaringen blandt nogle af virksomhedens danske nøglemedarbejdere, herunder CEO, CTO/CIO og Senior Vice President. Dertil fremgår det også af ansøgningen, at Bauer Media har 21 ansatte, som har været en del af organisationen i mere end 10 år, samt 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 nationale erfaring, der stammer fra udenlandske aktiviteter. Bauer Media er Europas største privatejede radioselskab og driver, foruden aktiviteterne i Danmark, en lang række nationale radiostationer i Storbritannien, Polen, Portugal, Slovakiet, Norge, Sverige, Finland og Irland. Det ældste nationale Bauer radionetværk udenfor 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.

Til slut beskriver 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 35 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 tillige vedlagt beskrivelser af konkrete erfaringer hos nøglemedarbejdere tilknyttet virksomheden.

Nævnet finder, at realiteten i ansøgers beskrivelse af erfaringen er tilstrækkelig, ligesom at 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 35 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, vurderes 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 eller anden kommerciel medievirksomhed.

Erfaring	Mad Men Media	Bauer Media ApS
Erfaring med national kommerciel radio	3	8
Erfaring med lokal kommerciel radio	3,5	Ikke bedømt
Erfaring med anden kommerciel medievirksomhed	0,875	Ikke bedømt
Point	7,375	8

Vægtede point – 40 pct.	2,95	3,2
-------------------------	------	-----

Ansøgers planer for og tilsagn om digital tilgængeliggørelse

Det fremgår af bekendtgørelsens § 4, stk. 1, nr. 3, at Radio- og tv-nævnet foretager en vurdering af, hvordan ansøger vil sikre, at den kanal, som sendes på den sjette jordbaserede FM-radiokanal, også er tilgængelig digitalt. Dette kriterium vægter 20 pct.

Kriteriet bliver i henhold til § 4, 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 internet og til sidst via kabel i henhold til Kulturministeriets rapport om mediernes udvikling for 2024, der opgør årets samlede radiolytning baseret på de brancheanerkendte lyttermålinger¹. Den digitale lytning fordeles sig sådan i 2024, at DAB-lytningen tegnede sig for 28 pct. af den samlede radiolytning, internetlytning for 19 pct. og kabellytning for 0 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. og internet vægtes med 40 pct. Kabellytning udgår af vurderingen, da lytningen herigennem er tæt på 0 pct. Til slut lægges de vægtede point sammen for at opnå en total score, hvorefter den samlede bedømmelse vægtes med 20 pct.

Det bemærkes i den forbindelse, at ansøgere skal tildeles et helt pointtal mellem 0 og 8 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 og internet, 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.

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 geo-

¹ [Rapportering om mediernes udvikling i Danmark: Radio og podcast 2024](#) s. 29

grafisk 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, om 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:

Point	Offentliggjort beskrivelse	Ansøgers DAB-dækning
8	Bedst opnåeligt	Fra 90 pct.
7	Niveauet lige under bedst opnåelige	85-89,99 pct.
6	Meget tilfredsstillende	75-84,99 pct.
5	Niveauet lige over tilfredsstillende	65-74,99 pct.
4	Tilfredsstillende	55-64,99 pct.
3	Niveauet lige under tilfredsstillende	35-54,99 pct.
2	Ikke tilfredsstillende, men med enkelte anvendelige elementer	25-34,99 pct.
1	Ikke tilfredsstillende	1-24,99 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 40 pct.

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

Mad Men Media

Mad Men Media har ved deres ansøgning vedlagt bilag 1H samt dokumentation for planer, for den digitale tilgængeliggørelse. Mad Men Medias plan for tilgængeliggørelse består af følgende:

1. 81,3 pct. geografisk dækning på DAB+ MUX 1 samt supplerende dækning på DAB MUX 3
2. Egenudviklet webplatform
3. Native mobilapps (iOS og Android)
4. Smart speakers (Sonos, Google Home, Amazon Alexa, Apple HomePod)
5. Smart-TV-apps (Apple TV, Android TV, Samsung, LG)
6. In-car entertainment (CarPlay, Android Auto)
7. Streaming-tjenester (TuneIn, Radioplayer Danmark, Radio.dk)
8. Podcast og on-demand indhold
9. Aftale med danske kabeloperatører (Yousee, Stofa m.fl.)

Mad Men Medias planer for digital tilgængeliggørelse omfatter således DAB-distribution (punkt 1), internet (punkt 2-8) og kabel-distribution (punkt 9) som gennemgås nedenfor i nævnte rækkefølge.

Mad Men Media oplyser, at selskabet har omfattende erfaring med DAB-distribution og på nuværende tidspunkt besidder fem nationale DAB-tilladelser i Sverige til stationerne Retro FM, Radio Topp 40, Relax FM, Rock-Sport og Radio Yalla. Mad Men Media anfører desuden, at de vil etablere maksimal digital dækning gennem DAB-blok 1, hvorved der opnås en samlet geografisk DAB-dækning på 81,3 pct.

Som dokumentation for kanalens mulighed for at realisere distributionsplanen har Mad Men Media vedlagt en kopi af en samarbejdsaftale med Cibicom, betinget af, at programtilladelsen tildeles ansøger. Mad Men Media oplyser endvidere, at selskabet planlægger at supplere dækningen med DAB MUX 3 i områder, der ikke dækkes tilstrækkeligt af Cibicoms MUX 1-sendenet, herunder på Sydsjælland, Fyn og Bornholm. Der er dog ikke fremlagt konkret dokumentation for programtilladelser til DAB-blok 3.

Radio-og tv-nævnets vurdering

Nævnet finder på denne baggrund, at Mad Men Medias plan for distribution via DAB MUX 1 fremstår realistisk og velunderbygget. Derimod vurderes suppleringen via DAB MUX 3 ikke at være dokumenteret tilstrækkeligt, da Mad Men Media ikke konkret har fremlagt, hvordan de vil erhverve programtilladelser til DAB-blok 3.

Samlet vurderer nævnet, at Mad Men Medias planer for DAB-distribution ligger på niveauet meget tilfredsstillende, og der tildeles derfor 6 point, svarende til en vægtet score på 3,6 point.

Mad Men Media oplyser, at de derudover vil distribuere kanalen via internet. I denne forbindelse angiver Mad Men Media, at tilrådsstillelsen vil

ske via ansøgers egne platforme, herunder både fra egenudviklet webplatform, mobilapps, streamingtjenester som TuneIn, Radioplayer Danmark og Radio.dk. Som dokumentation for Mad Men Medias planer, har ansøger, påvist allerede eksisterende platforme for distribution af radio via internettet. Denne dokumentation er egenudviklet webplatform. Nævnet finder, at Mad Men Medias planer for distribution via internettet er realistisk. Nævnet vurderer på ovenstående baggrund, at Mad Men Medias planer for internetdistribution ligger på niveauet bedst opnåeligt. På denne baggrund tildeles 8 point, svarende til en vægtet score på 3,2 point.

Mad Men Media har vedlagt en plan for øvrig digital distribution, herunder kabel. Selskabet oplyser, at de vil etablere kabeldistribution gennem en aftale med danske kabeloperatører, herunder Yousee og Stofa samt gennem teknisk integration med eksisterende FM- og DAB-signaler. Da kabellytningen, jf. ovenstående, er tæt på 0 pct. gives der ikke point herfor.

Nævnet tildeler derfor i alt Mad Men Media 6,8 point.

Bauer Media ApS

Bauer Media oplyser i sin ansøgning, at tilgængelighed er en stor prioritet for dem, og de har i tidligere år investeret markant i at gøre sine kanaler så tilgængelige som muligt for sine lyttere. Bauer Media ApS har ved deres ansøgning vedhæftet bilag 1H samt dokumentation for planer for den digitale tilgængeliggørelse. Bauer Media ApS forpligter sig til at distribuere den radiokanal, der sendes på den sjette jordbaserede FM-radiokanal, på følgende vis:

1. 81,3 pct. geografisk dækning på DAB+ med National dækning på DAB+ MUX 1 samt supplerende dækning på DAB MUX 3 og MUX 4.
2. Danske Kabelnet via "Copydan aftale"
3. Bauer Medias egen app Radioplay
4. Bauer Medias eget website Radioplay.dk
5. Bauer Medias egen Radioplay app specielt udviklet til Sonos højttalere
6. Radio app "Mere Radio" som Bauer Media er medejer af
7. Radio app og hjemmesiden "Tunein" som Bauer Media har en samarbejdsaftale med
8. Metadata til radioer i biler leveret af Radioplayer Worldwide som Bauer Media er medejer af
9. Hybrid radio i biler leveret af Xperi som Bauer Media har en samarbejdsaftale med

Bauer Media ApS' planer for digital tilgængeliggørelse omfatter således DAB-distribution (punkt 1), internet (punkt 3-9) og kabel-distribution (punkt 2), som gennemgås nedenfor i nævnte rækkefølge.

Bauer Media ApS oplyser, at selskabet vil distribuere kanalen via DAB-blok 1. DAB+ MUX 1-sendenettet, der drives af Cibicom som gatekeeper, som har en geografisk indendørsdækning på 86,1pct. af Danmark. For at opnå en mere

fuldstændig national dækning supplerer Bauer Media distributionen med udsendelse via DAB+ MUX 3 og DAB+ MUX 4, hvilket samlet giver Bauer Media ApS en geografisk DAB-dækning på 90,7 pct.

Som dokumentation for selskabets mulighed for at realisere distributionsplanen har Bauer Media ApS vedlagt en kopi af antal af programtilladelserne til DAB-blok 3 og DAB-blok 4. Disse omfatter sendenet i Bornholm (10), Fyn (10), Nordjylland (6), Sydsjælland (10) samt Øst- og Nordsjælland (17) - områder, som ikke er tilstrækkeligt dækket af Cibicoms MUX 1-sendenet.

Bauer Media ApS oplyser, at selskabet desuden vil distribuere kanalen via internet. Bauer Media betragter IP-Streaming som en væsentlig platform for fremtidens radiolytning, og arbejder aktivt på at sikre tilgængelighed på alle nuværende og fremtidige digitale platforme. Distribution via internet er således et område hvor Bauer Media foretager betydelige investeringer.

Ifølge Bauer Media blev der i 2024 lyttet samlet 56.678.582 timer til Bauer Medias radiostationer via streaming (kilde: Adswizz Audiometrix). Bauer Media distribuerer indhold via eksterne apps, smartspeakers, web-platforme samt gennem sin egen digitale platform, Radioplay, der er downloadet over 1 mio. gange i Danmark, og dermed udgør landets mest populære kommercielle radio app (kilde: Appel og Google).

Bauer Media har desuden partneraftaler, som gør Radio100 tilgængelig på digitale platforme som Tunein, Sonos og myTurner. En væsentlig del af radiolytning foregår i biler, hvilket er årsagen til at digital distribution i biler er en vigtig prioritet for Bauer Media. Bauer Media er medejer af Radioplayer Worldwide, der arbejder med levering af metadata og hybrid radio til bilradioer (hybrid radio gør det muligt at kombinere FM, DAB+ og IP streames i bilers dashboard). Endvidere samarbejder Bauer Media med Xperi, en af de førende leverandører af hybridradio i Europa.

Ydermere oplyser Bauer Media ApS, at de vil distribuere kanalen via kabelnettet. Radio100, og dermed FM6s samtidige og uændrede videreudsendelse via "kabel", forvaltes i dag under "Copydan-aftalen". Dermed skal kabeldistributørerne kun indgå en samlet aftale med Copydan, for også at kunne distribuere FM6 på kabel i Danmark.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Nævnet finder Bauer Media ApS' planer for DAB-distribution realistiske og har ikke umiddelbart nogen grund til at betvivle at korrektheden i Bauer Media ApS' angivelse af dækning i DAB+ MUX 1 på 86,1 pct.

Uagtet dette finder nævnet, at dækning med DAB-blok 1 bør forudsættes at være ens for de to ansøgere, eftersom det er samme sendenet og udbyder, der

benyttes. I overensstemmelse med vurderingen ovenfor lægger nævnet derved til grund, at Bauer Media ApS har en dækning i DAB+ MUX 1 på 81,3 pct.

Bauer Media ApS' redegørelse for supplerende dækning via DAB MUX 3 og DAB MUX 4 er veldokumenteret og understøttet af kopier af programtilladelser for flere regionale DAB-områder. På den baggrund opnås en yderligere procentvis dækning. Nævnet lægger til grund, at denne - som oplyst af Bauer Media ApS' - fortsat udgør omkring 5 pct., hvorfor nævnet vurderer, at den samlede dækning ligger i intervallet 85-89,99 pct.

Dækning på mellem 85-89,99 pct placerer Bauer Media ApS' digitale tilgængeliggørelse via DAB på niveauet lige under bedst opnåelige, som giver karakteren 7 med en vægtet karakter på 4,2 point.

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

På baggrund af ovenstående vurderer nævnet, at Bauer Media ApS' planer for internetdistribution ligger på niveauet bedst opnåeligt. Der tildeles derfor 8 point, hvilket svarer til en vægtet score på 3,2 point.

Radio100 er i dag tilgængelig på langt størstedelen af de af landets kabelnet, som stadig har lokalradio. Bauer Media ApS giver ligeledes i deres ansøgning tilsagn om at fortsætte distribution via kabelnettet, såfremt de får tildelt programtilladelsen til FM6 i en ny periode. Nævnet lægger til grund, at Bauer Media ApS forpligter sig til distribution af den sjette jordbaserede FM-radiokanal via kabel.

Nævnet tildeler imidlertid ikke point herfor, eftersom kabellytningen er faldet til 0 pct., og vægtningen af kabellytningen udgår, jf. ovenstående.

Nævnet tildeler heraf Bauer Media ApS 7,4 point i digital tilgængeliggørelse.

Digital tilgængeliggørelse	Mad Men Media	Bauer Media ApS
Tilgængeliggørelse via DAB	6	8
Tilgængeliggørelse via DAB 60 pct.	3,6	4,8
Tilgængeliggørelse via internet	8	8
Tilgængeliggørelse via internet 40 pct.	3,2	3,2
Point	6,8	7,4
Vægtede point – 20 pct.	1,36	1,48

Pointtildeling

Opnåede point for ansøgninger til udbud af FM6

	Mad Men Media	Bauer Media ApS
1 . Økonomi	8	8
Vægtede point – 40 pct.	3,2	3,2

2 . Erfaring	7,375	8
Vægtede point – 40 pct.	2,95	3,2

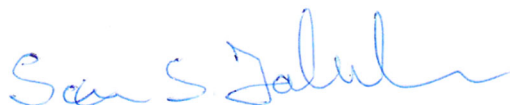
3 . Digital tilgængeliggørelse	6,8	7,4
Vægtede point – 20 pct.	1,36	1,48

Samlet point	7,51	7,88
---------------------	-------------	-------------

Resultat

På baggrund af ovenstående evaluering, hvor Mad Men Media tildeles 7,51 point, og Bauer Media tildeles 7,88 point, vil Radio- og tv-nævnet i henhold til bekendtgørelsens § 4, stk. 1, udstede tilladelse til at udøve programvirksomhed på den sjette jordbaserede FM-radiokanal til Bauer Media ApS med radiokanalen Radio100.

Venlig hilsen



Søren Sandfeld Jakobsen
Formand