

Bilag 17: Bilag til definition af afgiftsgrundlag

Nedenfor er angivet eksempler på direkte og indirekte indtægter, der skal medregnes afgiftsgrundlaget:

- Reklameindtægter inklusive barterindtægter (byttehandel). Værdien af eventuelle barterindtægter skal opgøres til markedspris, det vil sige den pris, som for eksempel reklametid ville have indbragt ved salg i fri handel. Markedspris beregnes som den gennemsnitlige kontaktpriis for det pågældende kvartal.
- Sponsorindtægter og -bidrag.
- Gaver.
- Lytterbidrag, herunder overtakserede tjenester som for eksempel opkald via 90-numre og sms-tjenester.
- Bingoindtægter.
- Tilskud.
- Salg af sendetid.
- Administrationsbidrag.
- Værdien af arbejdsydelser betalt af tredjemand for kanalen eller til dennes drift.
- Naturalieydelser. Der kan for eksempel være tale om betalt husleje.
- Indtægter vedrørende salg af udsendelser, som sendes på kanalen.
- Direkte og indirekte indtægter hidrørende fra immaterielle rettigheder.
- Værdien af andre ydelser stillet til rådighed af tredjemand.
- Indtægter fra videretransmission via kabel og satellit. Vedrørende videretransmission på æterbårne stationer/frekvenser se nedenfor.

Nedenfor er angivet præciseringer til opgørelse af afgiftsgrundlaget:

- Ved videretransmission – helt eller delvis – af programmerne fra Landskanalen henholdsvis Østkanalen eller Vestkanalen på andre æterbårne stationer/frekvenser – men ikke videretransmission på kabel eller satellit – skal kun den del af omsætningen (reklameindtægterne), der kan henføres til de frekvenser, der er knyttet til tilladelsen/kanalen inkluderes i afgiftsgrundlaget for kanalen. Hvis der sker fælles salg af reklamer for kanalen og andre æterbårne radioer i et samarbejde, skal reklameindtægterne fordeles i forhold til befolkningstal. Beregningen af afgiftsgrundlaget fra de fælles reklameindtægter skal i sådanne tilfælde foretages således:

$$\left\{ \text{Folketallet i de kommuner, der er fuldt dækkede af kanalen på de frekvenser, der er knyttet til tilladelsen} / \left(\text{Folketallet i de kommuner, der er fuldt dækkede af kanalen på de frekvenser, der er knyttet til tilladelsen} + \text{folketallet i andre kommuner, hvor kanalen kan modtages æterspredt} \right) \right\} \times \text{reklameindtægten.}$$

De områder, der er fuldt dækkede af kanalen på de frekvenser, der er knyttet til henholdsvis Landskanalen eller Østkanalen og Vestkanalen, fremgår af bilag til tilladelserne [bilag 4A i udbudsmaterialet (Landskanalen), bilag 6A i udbudsmaterialet (Østkanalen) og bilag 8A i udbudsmaterialet (Vestkanalen)], som indeholder lister over de kommuner, der ud fra en teoretisk beregning er fuldt dækkede af kanalen/kanalerne, og som derfor også vil være omfattet af must-carry forpligtelse.

Opgørelsen af de områder, hvor kanalen kan modtages æterspredt, skal baseres på Gallups lytterundersøgelser, og skal beregnes som gennemsnittet af regnskabsårets lytterundersøgelser. Hvis branchen indgår aftale om en anden lytterundersøgelse end Gallups, skal denne anvendes i beregningen.

Hvis der er tale om områder, hvor både kanalens frekvens og andre frekvenser dækker, skal disse områder indgå i tælleren i beregningen af afgiftsgrundlaget.

- Hvis der i indtægterne indgår reklamekampagner, som kører i flere medier indenfor for eksempel en koncert eller et salgssamarbejde (for eksempel tv, internet, trykte medier eller andre radiostationer), skal indtægterne for kanalens andel af kampagnen opgøres til markedspris, det vil sige den pris, som for eksempel reklametid ville have indbragt ved salg i fri handel. Markedspris beregnes som den gennemsnitlige kontaktpriis for det pågældende kvartal.

Hvis kampagnen er solgt til en samlet "pakkepris" eller kampagnepris, skal kanalens andel af "pakkeprisen" svare til den andel den ville have haft, hvis alle reklamerne i "pakken" havde været solgt til deres respektive listepreiser. Det vil sige, at der ikke må være ydet en lavere rabatsats på de andre reklamer, end der bliver for reklamerne på kanalen.

- Hvis reklamesalget og indgåelse af sponsoraftaler og aftaler om anden direkte og indirekte støtte sker gennem et salgsselskab, reklamebureau eller lignende, der er en del af samme koncern¹ som licensindehaveren eller licensindehaverne ejes af, skal den samlede indtægt indregnes i afgiftsgrundlaget. Eventuel salgsprovision eller andre omkostninger må ikke fratrækkes ved opgørelse af afgiftsgrundlaget.
- Hvis reklamesalget sker gennem en ejerforbundet virksomhed i henhold til ovenstående definition, skal der ske en adskillelse af prisen på "kreativ tid" og prisen for selve annonceringen på kanalen. Det er således kun prisen for annonceringen, der indgår i afgiftsgrundlaget.
- Reklamespots skal opgøres til markedspris uanset, om der foreligger kontant betaling.

Som bilag til tilladelsen/tilladelserne er vedlagt en liste over de kommuner, der ud fra en teoretisk beregning er fuldt dækkede af den enkelte kanal, og som derfor også vil være omfattet af must-carry forpligtelse, se tilladelsens pkt. 16.

¹ Ved en koncern som licensindehaveren eller licensindehaverne indgår i, forstås et selskab eller anden virksomhed som direkte eller indirekte - under hensyntagen til bestemmende indflydelse - ejes af samme ejerkreds eller koncern eller er et associeret selskab med en ejerandel på 20 % eller mere.

Bilag 18: Tillægsaftale nr. 4 til Medieaftalen for 2002-2006 om replanlægning af frekvensanvendelsen på FM-båndet m.v.

22. juni 2005

Tillægsaftale nr. 4 til medieaftalen for 2002-2006 om replanlægning af frekvensanvendelsen på FM-båndet mv.

Der er enighed mellem aftalepartierne om følgende:

Med det mål at optimere frekvensanvendelsen på FM-båndet i Danmark med henblik på at give lytterne flest muligt kanaler at vælge mellem skal der gennemføres et udbud for at finde en uafhængig konsulent, der med bistand fra IT- og Telestyrelsen - som første fase af replanlægningen - kan foretage en prøveplanlægning af FM-båndet i Danmark på basis af såkaldt hollandske planlægningsprincipper (tilpasset danske forhold), dvs. blandt andet accept af højere forstyrrelsesniveau som følge af tættere "pakning" af frekvenserne, og anvendelse af Single Frequency Networks (SFN) og Near Single Frequency Networks (NSFN) - teknikker, som muliggør brug af samme frekvens på nabosendere (SFN) og nabofrekvenser på nabosendere (NSFN) og dermed sikrer en mere effektiv frekvensudnyttelse.

Målet med replanlægningen er på den ene side at etablere flere landsdækkende eller næsten landsdækkende sendemuligheder og på den anden side sikre navnlig de kommercielle lokalradioer bedre sendeforhold. De resterende frekvenser skal anvendes til ikke-kommerciel lokalradiovirksomhed.

Der skal undersøges to forskellige scenarier: Ét scenarie hvor alle frekvenser inddrages herunder alle DR's nuværende frekvenser og et andet scenarie, hvor DR's frekvenser ikke inddrages. Herudover er replanlægningsforudsætningerne for de to scenarier ens.

Efter prøveplanlægningens gennemførelse, forelægges resultatet af prøveplanlægningsarbejdet aftalepartierne og regeringen med henblik på at træffe beslutning om, hvorvidt og i givet fald hvilket af resultaterne af de to gennemførte prøveplanlægninger, der skal nabolandskoordineres

og implementeres. Det er således muligt at stoppe processen efter prøveplanlægningen, inden den får konsekvenser for aktørerne mv., såfremt det måtte findes hensigtsmæssigt. Såfremt det besluttes at implementere en af modellerne, skal resultatet af prøveplanen sendes i høring i branchen inden nabolandskoordineringen.

Overordnede prøveplanlægningsforudsætninger

Prøveplanlægningen af frekvensanvendelsen af FM-båndet udføres ud fra følgende overordnede forudsætninger:

- det hidtidige princip om ” mindst én sendemulighed pr. kommune” opgives,
- der kan anvendes SFN- og NSFN-teknikker
- DR skal have samme dækning som i dag
- der accepteres et højere forstyrrelsesniveau i forhold til i dag for de frekvenser, som er omfattet af prøveplanlægningen,
- det forudsættes, at Sky Radio og Talpa Radio sikres samme teoretiske befolkningsmæssige dækning som i dag (henholdsvis 78 pct. og 37 pct.), og at
- modtagning af svensk radio i Danmark beskyttes ikke længere. Modtagning af tysk radio beskyttes som hidtil.

Prøveplanen skal gennemføres for følgende to scenarier:

Scenarie 1:

- DR's sendemuligheder inddrages i fuldt omfang. Befolkningsdækningen skal som udgangspunkt være på samme niveau som i dag, men unødvendigt overlap og spill-over skal så vidt muligt undgås.
- Dog bibeholder DRs regionalradioer de hidtidige frekvenser, men sendeeffekt og evt. retningsdiagram tilpasses til det geografiske område, som programvirksomheden retter sig imod.

Scenarie 2:

- DRs højeffektsendere til landsprogrammerne indgår ikke i prøveplanlægningen og skal have samme beskyttelse som i dag, og
- DRs regionalradioer bibeholder de hidtidige frekvenser, men sendeeffekt og evt. retningsdiagram tilpasses til det geografiske område, som programvirksomheden retter sig imod.

Replanlægningsrækkefølge mv.

Det første mål med replanlægningen er at skaffe flere landsdækkende eller næsten landsdækkende sendemuligheder.

Det andet mål med replanlægningen er at sikre de kommercielle lokalradioer bedre sendeforhold. Dette mål søges gennemført ved at planlægge én højeffekt sendemulighed i ca. 30 naturlige dækningsområder, som skal fastlægges, jf. nedenfor. Der etableres tre sendemuligheder i henholdsvis

Københavns- og Århus-området samt to sendemuligheder i henholdsvis Odense- og Ålborg-områderne. Med begrebet højeffektsendere forstås i denne sammenhæng FM-sendere, der er placeret i radioområdet og som dækker hele området, evt. bortset fra mindre områder, der på grund af terrænforhold eller lignende ikke kan dækkes fra højeffektsenderen. Højeffektsenderens sendeeffekt og eventuelt retningsbegrænsninger er med andre ord bestemt af det enkelte radioområdes størrelse og form. Såfremt frekvensressourcerne ikke muliggør dækning af området med én sender eller det viser sig frekvensøkonomisk uhensigtsmæssigt med én sender, planlægges radioområdet dækket med så få, svage sendere som frekvensressourcerne tillader. Eksisterende lokalradioer vil hermed få mulighed for at byde på en frekvens med en højere sendestyrke end de nuværende frekvenser.

I forbindelse med replanlægningen anvendes den frekvensmæssige "gevinst" derefter ved prøveplanlægningen (ud fra de øvrige ovennævnte replanlægningsprincipper) til at etablere så mange nye landsdækkende eller næsten landsdækkende sendemuligheder som muligt.

En landsdækkende sendemulighed eller næsten landsdækkende sendemulighed defineres som sendemuligheder med en teoretisk befolkningsmæssig dækning på minimum 51 pct. og op efter og skal så vidt muligt planlægges med højeffektsendere. Disse sendemuligheder er således ikke betinget af et særligt geografisk dækningsområde.

De resterende frekvensressourcer afsættes til sendemuligheder (laveffekt med en sendeeffekt på højst 160 Watt (dog mindst 30 Watt)) til ikke-kommercielle lokale radioer.

Den politiske målsætning er primært at skabe flere landsdækkende eller næsten landsdækkende sendemuligheder sekundært at sikre de kommercielle lokalradioer bedre sendeforhold gennem etablering af ca. 30 naturlige dækningsområder jf. ovenfor. Den tekniske gennemførelse af dette sker ved følgende planlægningsrækkefølge:

1. Der fremskaffes frekvenser til de ovennævnte ca 30 naturlige dækningsområder
2. Der etableres en sendemulighed, der dækker Jylland og Fyn. Hermed sidestilles københavnerne og jyder, idet københavnerne ved etableringen af den sjette FM-radiokanal fik en ny radiokanal som supplement til DR og Sky Radio.
3. Der etableres yderligere nye næsten landsdækkende sendemuligheder med en teoretisk befolkningsmæssig dækning på tæt på 100 pct.

Hvis det i planlægningsprocessen herefter kan konstateres, at der herudover kan etableres flere næsten landsdækkende sendemuligheder, skal der sigtes mod etablering af så mange kanaler som muligt med den størst mulige dækning af hver enkelt kanal. Sigtet er således at skabe flest muligt landsdækkende eller næsten landsdækkende sendemuligheder således, at det størst mulige antal lyttere får flere kanaler at vælge imellem, og at frekvensresten begrænses mest muligt.

Radioområder

Radio- og tv-nævnet anmodes om efter drøftelse med KL og lokalradioorganisationerne at fremkomme med et oplæg om fastlæggelsen af de ovennævnte naturlige dækningsområder. Der tages så vidt muligt hensyn til den kommende kommunale struktur. Nævnet anmodes samtidig om forslag til prioritering af sendemulighederne (rækkefølge) med udgangspunkt i områdernes indbyggertal. Endelig anmodes nævnet om at fremkomme med et forslag til geografisk prioritering af fordelingen af de resterende sendemuligheder, dvs. til ikke-kommerciel lokalradiovirksomhed.

Ny lokalradioordning

Når der er truffet beslutning om, hvorvidt og i givet fald hvilket af resultaterne af de gennemførte prøveplanlægninger, der skal nabolandskoordineres og implementeres, tager aftalepartierne stilling til den fremtidige radioordning, dvs. hvorledes de nye sendemuligheder skal fordeles og hvilke programmæssige krav (nyheder og lign.), som skal gælde.