

Lykke Nordblom

Radio24syv – hvad er meningen?

“Radio24syv vil gerne være noget for dem, der er for gamle til P3, for unge til P4 og for moderne til P1”. Nogenlunde sådan var ordene fra Lisbeth Knudsen, administrerende direktør og chefredaktør for Berlingske Medier, i DR’s program *Debatten*, der under overskriften “Mangler vi public service?” blev sendt på DR2 den 7. april 2011.

Anledningen var, at Radio- og tv-nævnet den 5. april 2011 havde udpeget Berlingske People A/S som vinder af udbuddet af den fjerde landsdækkende FM-radiokanal, FM4

Lidt over midnat den 1. november 2011 gik Danmarks nye public service-radiokanal Radio24syv derfor med kulturminister Uffe Elbæks tryk på sendeknappen i luften på den frekvens, hvor DR siden september 2001 havde sendt P2.

Ønske om konkurrence

Radio24syv er resultatet af den fireårige medieaftale, som den tidligere regering indgik med Dansk Folkeparti og Liberal Alliance i maj 2010. Det fremgik af aftalen, at der på samme måde, som TV 2 har givet DR konkurrence på public service-tv, også skulle findes et alternativ til DR i forhold til public service-radio. DR fik derfor heller ikke lov til at byde på FM4-frekvensen.

Under overskriften *Øget konkurrence på public service* blev det i medieaftalen besluttet at nedsætte et hurtigtarbejdende udvalg, der skulle komme med forslag til en overordnet programprofil for en public service-radiokanal på FM4.

Det var også i medieaftalen besluttet, at der skulle følge op til 100 mio. kroner årligt af licensmidlerne med til radioen, der er reklamefri. Beløbet er nu på baggrund af Berlingske Peoples ansøgning endeligt fastlagt til i alt 745,6 mio. kroner over de otte år, tilladelsen gælder. En del af midlerne tages fra DR med den begrundelse, at DR ikke længere skal sende radio på FM4-frekvensen.

FM4-udvalget fremkom i august 2010 med tre mulige programprofiler til den nye kanal: Kulturradioen, NewsTalk-radioen og Den folkelige radio. Valget i medieaftalekredsen faldt på NewsTalk-radioen, og efter en udbudsrunde – en såkaldt skønhedskonkurrence – blev tilladelsen udstedt til Berlingske People.

Ny DR-strategi

En effekt af de nye tilstande på radio-markedet er, at DR har lanceret en ny strategi under overskriften *Et skarper DR*. Strategien blev præsenteret af DR’s generaldirektør Maria Rørbye Rønn og bestyrelsesformand Michael Christiansen på DR’s public service-høring om Fremtidens Radio den 12. november 2011. Målet er tydeligere programprofiler, færre radiokanaler med mere formidling og en fokuseret indsats på internet og mobil.

DR går blandt andet fra 30 til 10 radio-kanaler. En række af DAB-kanalerne var tidligere, hvad DR kalder ‘jukebox-kanaler’, men overgår nu til at være værtsbårne kanaler med formidling af stoffet – andre lukker helt.

P1 og P2 deler nu den FM-radiofrekvens, som tidligere var P1’s, men fortsætter som fulde kanaler på DAB. Overvejelserne fra DR’s side i forhold til den mistede FM-frekvens gik på, at DR ikke ville af med P3 og P4, og derfor måtte de gøre noget ved P1 og P2. Dette også ud fra den betragtning, at P1 og P2 dels er de mindste kanaler rent lyttermæssigt, dels er deres lyttere så ressourcerstærke i flere henseender, at det ikke vil være et problem for dem at skulle anskaffe sig en DAB-radio.

På indholdssiden vil der både blive tale om en satsning i forhold til unge, hvor DR har lanceret *MAMA* på både radio og tv, og i forhold til hele Danmark. Visionen er at samle, udfordre og oplyse Danmark. Der vil ikke blive flere, men bedre nyheder; der skal være kultur for flere, og der skal være journalistik med gennemslagskraft.

Har vi så fået den konkurrence på public service-radio, som politikerne ønskede? Svaret må være, at Radio24syv på nuværende tidspunkt har sendt så kort tid, at det er for tidligt at vurdere, om kanalen er et reelt alternativ til DR’s kanaler, men tilblivelsen af Radio24syv har formentlig været medvirkende til, at DR i dette efterår har lanceret en strategi, der går i retning af et mere fokuseret radio-udbud til danskerne.