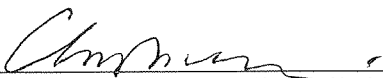


VEDLEGG 4

Økonomisk vurdering av Kanal4s søknad på Konsesjon for riksdekkende kommersiell radio

For Kultur- og kirkedepartementet


Prosjektleder eScienza


Ansvarlig for kvalitetssikring

Oslo 22.11.02

Innhold

SAMMENDRAG	3
LØNNSOMHETSANALYSE FOR KANAL4	4
PROFIL	4
INNTEKTER	4
KOSTNADER	4
FINANSIERING	4
KRAVLISTE FOR KANAL4	5
SVAKE OMRÅDER	5
MARKEDSFØRING	5
KONKURRANSE	5
KOSTNADER	5
ANDRE DRIFTSKOSTNADER	5
STYRKER	5
KOMPETANSE	5
SYNERGIER	5

Sammendrag

Økonomien i Kanal4 vil sannsynligvis bli relativt god. Kanalen vil aktivt søke å utvikle andre kommersielle lyttergrupper enn det som hittil har vært gjort. Dette vil de oppnå ved å satse på en musikkprofil som appellerer til mange samtidig som verbalinnslagene skal holde høy kvalitet. Med det innholdet som kanalen har forpliktet seg til er det sannsynlig at den vil klare å bli en fullverdig konkurrent til NRKs kanaltilbud. På sikt er det sannsynlig at Kanal4 vil få et stort antall lyttere.

Økonomien kunne imidlertid ha vært enda bedre hvis kanalen hadde klart å utnytte potensialet sitt til fulle. Basert på beskrivelsene i søknaden av erfaring og kompetanse om radioproduksjon, vil det ta noe tid før kanalen har klart å bygge opp en profesjonell organisasjon.

Kanalen mangler også en del når det gjelder salgs- og markedsføringskompetanse. Dette vil de første driftsårene gi seg utslag i reduserte inntekter fra annonser, særlig når konkurransen fra P5 blir en realitet.

Det er særlig ett forhold som vil kunne gjøre det vanskelig for Kanal4. Hvis dagens konsesjonær, P4 Radio Hele Norge, søker på og blir tildelt konsesjonen for P5, kan man anta at en stor del av dagens P4-lyttere vil gå over til P5. For Kanal4 vil det da bli en ekstra utfordring, ettersom de må innarbeide et helt nytt merkenavn i konkurranse med en kjent og populær kanal.

Forutsatt positiv konjunkturutvikling i Norge f.o.m 2004, er det imidlertid ingen grunn til å tro at ikke kanalen vil greie å oppfylle de løfter den har kommet med når det gjelder innhold og samtidig være kommersielt lønnsom. Departementet bør likevel være oppmerksom på at Kanal4, med sine omfattende programforpliktelser, kan få økonomiske problemer dersom Norge får en lavkonjunkturperiode som strekker seg over flere år samtidig som P4 Radio Hele Norge blir tildelt konsesjonen for P5. Det er allikevel lite sannsynlig at kanalen vil gå konkurs selv i en slik situasjon. Våre beregninger viser at det da vil være en dårlig økonomisk investering å satse på Kanal4, men eierne vil trolig stå ved sine forpliktelser.

Eierne er sterke og har vist at de våger å stå bak langsiktige, risikofylte prosjekter. Dette er en god garanti for at kanalen også vil greie seg med lavere inntekter enn det vi anser som sannsynlig at den vil få.

eScienza mener at Kanal4 vil greie å drive Riksdekkende kommersiell radio lønnsomt.

Kravliste for Kanal4

Svake områder

Markedsføring

Det er særlig ett område som peker seg ut som mangelfullt ved søknaden til Kanal4. De har regnet med et svært lite behov for markedsføring utover den de kan foreta i egen kanal. Når vi vet at dagens P4 bruker mellom 1 og 4 millioner i rene annonsekjøp i andre kanaler, blir det umulig å tenke seg at en ny aktør ikke skal måtte bruke en del. Dessuten bruker dagens P4 en betydelig sum på andre typer markedsføring.

Disse beløpene er imidlertid ikke så store at de vil utgjøre en drastisk forverring av økonomien. Kanalen har også skriftlig garantert for at utgifter til nødvendig markedsføring vil bli stilt til rådighet.

Konkurransen

Et annet område som er undervurdert er konkurransesituasjonen. Med en P5-aktør vil markedet se ganske annerledes ut enn det gjør i dag. Det vil kreve mer målrettet salg. Kanal4 har lagt opp til å bruke en liten salgsstab. Vi har korrigert for dette i våre beregninger av lønnsomheten, noe som selvfølgelig har gitt høyere kostnader enn det søkeren selv opererer med.

Kostnader

Kanal4 har lagt opp til en lavere kostnad til distribusjon enn det som er realistisk. Utgangspunktet for deres beregninger er at de skal klare å forhandle seg frem til en betydelig bedre avtale med Norkring enn det dagens P4 har klart. De har heller ikke tatt høyde for at denne kostnaden vil øke i løpet av konsesjonsperioden.

Andre driftskostnader

De forventede kostnadene til TONO/GRAMO/FFUK er under det som er realistisk. Kostnadene er justert opp i våre beregninger av lønnsomheten.

Budsjettet for andre kostnader ligger også godt under det man kan forvente. Også her har vi korrigert opp tallene i våre beregninger.

Styrker

Kompetanse

Kanal4 legger stor vekt på å bruke dyktige medarbeidere med riktig faglig miks. Eierne er interessert i å lære hvordan radio fungerer som medium. De ønsker å satse på å utvikle Kanal4 til en solid kanal.

Synergier

Kanal4 legger opp til bimedialitet og et forøvrig utstrakt samarbeid med eierbedriftenes avisredaksjoner. Dette gir muligheter for besparelser, og på visse områder bedre kvalitet på sendingene. Både i Norge og utlandet ser vi en tendens til at kommersielle mediebedrifter i stadig økende grad lykkes med redaksjonell produksjon og avvikling på tvers av egne mediekkanaler (tv, radio, internett og mobile enheter).

Lønnsomhetsanalyse for Kanal4

Profil

Kanal4 har lagt opp til en profil som skiller seg klart fra dagens P4, samtidig som P4-lytterne ikke skal bli skremt vekk. Dette vil de oppnå ved å legge seg på den samme musikktypen som preger dagens P4, men ikke den samme type verbalinnslag. Kanal4 sier at de i større grad vil utfordre lytterne, og at kanalen vil ha flere innslag og program av mer analyserende og kommenterende karakter. Mange utsagn og programbeskrivelser likner på dagens NRK P2. Samtidig sier de at de vil satse på mye innhold fra distriktene og på den måten konkurrere med NRK P1, særlig distriktssendingene som har store sendeflater om morgenen og ettermiddagen. Kanal4 vil imidlertid ikke ha muligheten til å differensiere sendingene geografisk slik NRK P1 gjør.

Med denne profilen vil Kanal4 etter vår mening få noe færre lyttere enn det P4 har i dag. Årsaken er primært at kanalen risikerer kun å bli en god nummer-to-kanal for de fleste lyttere. I tillegg vil kanalen den første tiden trolig bære preg av en noe svak kompetanse både på redaksjonell produksjon og avvikling og formatering av musikken. Etter en innkjøringsperiode vil imidlertid den tyngre satsningen på nyheter og aktualitetsinnslag sannsynligvis gi kanalen flere lyttere enn en snevrere profil ville ha gjort.

Inntekter

Inntektene til Kanal4 kunne ifølge våre beregninger ha vært noe høyere. En viktig grunn til det er at kanalen vil få redusert antall lyttere. Kanalen legger imidlertid opp til at lytterne i stor grad skal være kommersielt interessante. I konkurranse med P5 vil kanalen ha en fordel av sin tunge satsing på god journalistikk. Men Kanal4 viser enkelte mangler når det gjelder satsing på salg og markedsføring, og dette er faktorer som vil bli stadig viktigere ettersom konkurransen øker.

Kostnader

Kanal4 legger opp til et utstrakt samarbeid med eieravisene. Dette har åpenbare fordeler ved at kanalen i oppstartsfasen kan utsette ansettelse av personell. Ulempen er at avisjournalistene må læres opp til å fungere som radioreportere, noe som representerer en kostnad.

Kanalen legger opp til å bruke arbeidskraft i andre deler av landet enn Oslo, noe som i praksis betyr arbeidskraft med lavere lønn. Det er imidlertid klart at salgsstaben og en betydelig del av reporterne vil måtte jobbe i Oslo for å være nær kunder og personer som er sentrale i nyhetsbildet.

Finansiering

Kompass Kanal4



eScienza

THE SCIENCE OF ABUSEMENT

Moderne

