

Afsakið hlé: umhverfi fjölmiðla á Íslandi

Umsvif einkarekinna fjölmiðla á Íslandi hafa minnkað undanfarin ár. Á sama tíma fer vægi hins opinbera á fjölmiðlamarkaði vaxandi og erlend samkeppni eykst. Vinda ætti ofan af þeim skekkjum sem eru á fjölmiðlamarkaði þannig að heilbrigð samkeppni fái þrifist og innlendir miðlar geti dafnað án opinberra afskipta.

Rekstrarumhverfi fjölmiðla hefur tekið miklum breytingum á undanförunum árum. Fjölmiðlun og dagskrárgerð hefur færst í auknum mæli á vef- og samfélagsmiðla og samkeppni við erlenda miðla aukist. Lagaumhverfið á Íslandi gerir það að verkum að innlendir miðlar keppa ekki á jafnræðisgrundvelli við þá erlendu. Samhliða harðnandi samkeppni fer vægi ríkisins á fjölmiðlamarkaði sífelld vaxandi. Fyrir vikið hafa einkareknir fjölmiðlar aldrei átt jafn mikið undir högg að sækja.

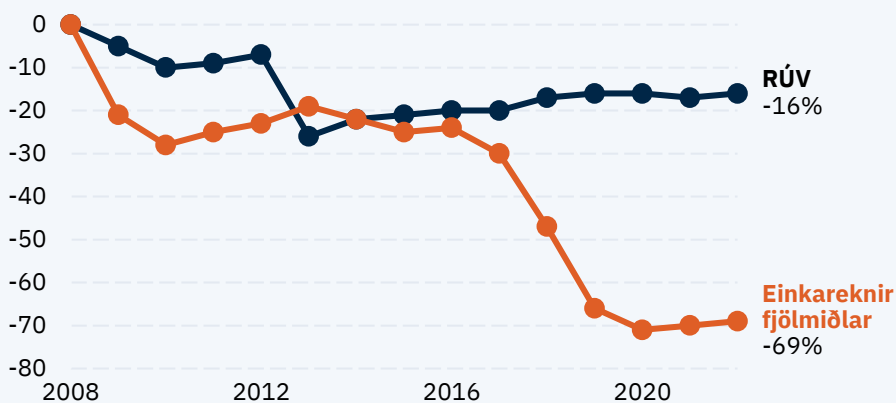
Umfang einkarekinna miðla minnkar

Starfandi hjá einkareknum fjölmiðlum hefur fækkað um 69% frá 2008, eða úr 2.040 manns í 640 (mynd 1). Á sama tímabili hefur starfandi hjá Ríkisútvarpinu (RÚV) fækkað um 16%, úr 320 í 270. Frá hagræðingaraðgerðum hjá RÚV árið 2013 hefur starfandi hjá stofnuninni fjölgað um 13% samanborið við 62% fækkun á einkareknum miðlum. Þannig hefur umfang einkarekinna fjölmiðla dregist saman, hvort sem litið er til fjölda starfandi eða í samanburði við RÚV.

MYND 1

Einkareknir fjölmiðlar hafa minnkað verulega samanborið við RÚV

Breyting á fjölda starfandi í fjölmiðlum, %



Heimildir: Hagstofa Íslands, ársreikningar RÚV



Starfandi hjá einkareknum fjölmiðlum hefur fækkað um 69% frá 2008

Hart barist um auglýsingatekjur

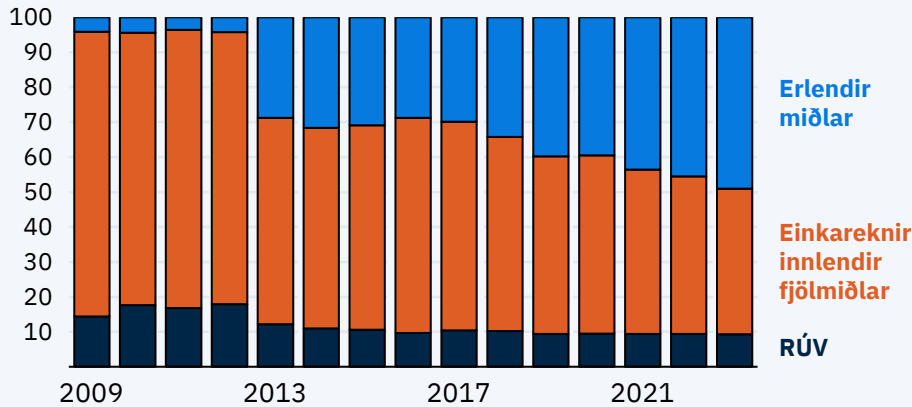
Ástæða þessarar þróunar er greinileg þegar auglýsingatekjur eru skoðaðar. Hlutdeild innlendra einkarekinna fjölmiðla í auglýsingatekjum hefur minnkað um 39 prósentustig, úr 81% árið 2009 niður í 42% árið 2023 (mynd 2). Þróunina má helst rekja til tekjuaukningar erlendra miðla, en hlutdeild þeirra fór úr 4% upp í 49% yfir tímabilið. Innreið samfélagsmiðla skýrir að öllum líkindum stóran hluta þeirrar þróunar sem orðið hefur.

Ýmsar kvaðir hvíla á innlendum fjölmiðlum sem erlendir miðlar þurfa ekki að fara eftir. Slíkar kvaðir geta gert erlenda miðla að álitlegri kosti til birtinga á auglýsingum og veikt stöðu innlendra miðla. Dæmi um slíkt er bann við áfengisauklýsingum í innlendum miðlum, hömlur á auglýsingar veðmálastarfsemi og kröfur um að erlent efni sé texta- eða talsett á íslensku.¹

MYND 2

Hlutdeild innlendra einkarekinna fjölmiðla á auglýsingamarkaði hefur lækkað, á meðan að hlutdeild RÚV breytist lítið

Auglýsingamarkaður miðla á Íslandi
Hlutdeild miðla í auglýsingatekjum, %



Heimild: Hagstofa Íslands

Viðskiptaráð

Af heildar-
tekjum
fjölmiðla hefur
RÚV 27%
tekna á
íslenskum
fjölmiðlamark-
aði, en
hlutfallið er að
jafnaði 10% á
öðrum
Norðurlöndum

Á sama tímabili hefur hlutdeild RÚV á auglýsingamarkaði einungis lækkað um 5 prósentustig, eða úr 14% í 9%. Ríkisfjölmiðillinn hefur því gefið minna eftir til erlendra miðla en einkareknir fjölmiðlar, sem hefur leitt til þess að hlutdeild RÚV í innlendum auglýsingatekjum hefur hækkað.

Ríkisfjölmiðlar umfangsminni á Norðurlöndum

Á Íslandi eru umsvif ríkisfjölmiðilsins þau mestu á Norðurlöndum (mynd 3). Markaðshlutdeild RÚV er þannig meiri en hjá ríkismiðlum annarra Norðurlanda. Af heildartekjum fjölmiðla hefur RÚV 27% tekna á íslenskum fjölmiðlamarkaði, en hlutfallið er að jafnaði 10% á öðrum Norðurlöndum. Þá er RÚV eini norræni ríkismiðillinn sem fjármagnaður er með opinberum framlögum og er samtímis í virkri samkeppni við einkaaðila um auglýsingatekjur.^{2,3}

1 Nánar um kvaðir hér: Viðskiptaráð (2024). „Umsögn um breytingar á áfengislögum“. Slóð: <https://vi.is/umsagnir/vefverslun-med-afengi>; Viðskiptaráð. (2024). „Veðjað á rangan hest“. Slóð: <https://vi.is/skodanir/vedjad-a-rangan-hest>; Alþingi (2024). „Fjölmiðlalög“. Slóð: <https://www.althingi.is/lagas/nuna/2011038.html>

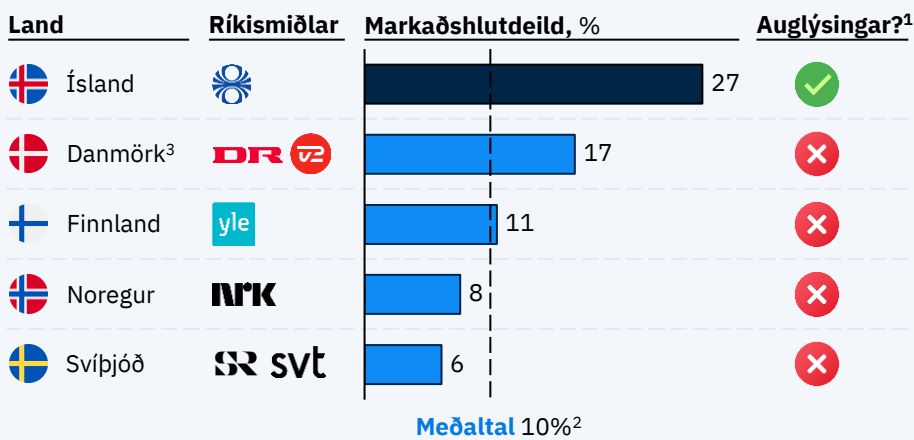
2 Heimild: Ársskýrslur ríkisfjölmiðla Norðurlanda

3 TV2 selur auglýsingar, en nýtur aftur á móti engra opinberra framlaga frá danska ríkinu.

MYND 3

Ríkisfjölmiðillinn er umsvifamestur á Íslandi og sá eini með heimild til auglýsingasölu

Umfang og auglýsingarheimildir ríkismiðla Norðurlanda (2023)



1 Hefur ríkisfjölmiðillinn heimild til auglýsingasölu? 2 Án Íslands

3 TV2 fær ekki framlag frá danska ríkinu en er í eigu þess

Heimildir: Eurostat, ársskýrslur ríkisfjölmiðla



Í krafti opinberrar meðgjafar og samkeppnisforskots er RÚV þannig aðsópsmeira á auglýsingamarkaði en ella

Mikil umsvif RÚV og vera miðilsins á auglýsingamarkaði brenglar verulega samkeppnisskilyrði annarra fjölmiðla. Ríkisfjölmiðillinn nýtur bæði framlaga úr ríkissjóði og allir landsmenn eru skyldugir til að vera í áskrift að miðlinum. Í krafti opinberrar meðgjafar og samkeppnisforskots er RÚV þannig aðsópsmeira á auglýsingamarkaði en ella, sem veikir stöðu einkarekinna miðla enn frekar.⁴

Opinberir styrkir lélegur plástur

Opinberir styrkir til einkarekinna fjölmiðla hafa hingað til verið helsta tilraun stjórnvalda til að draga úr þeirri skekkju sem framangreind meðgjöf með ríkisfjölmiðlinum skapar. Styrkfjárhæð ræðst af stuðningshæfum rekstrarkostnaði, umfangi og fjölda umsókna ár hvert auk annarra skilyrða. Þá fá fjölmiðlar á landsbyggð sérstakt 20% álag á upphæð fjölmiðlastyrks.⁵

4 Hagranssóknir sf.: „Bætt rekstrarumhverfi einkarekinna fjölmiðla: Hagræn skoðun“. Slóð: <https://www.stjornarradid.is/lisalib/getfile.aspx?itemid=352283a4-2557-11e9-942f-005056bc530c>

5 Fjölmiðlanefnd. (2024). „Niðurstöður úthlutunarnefndar um rekstrarstuðning til einkarekinna fjölmiðla 2024“. Slóð: <https://fjolmidlanefnd.is/2024/11/04/nidurstodur-uthlutunarnefndar-um-rekstrarstudning-til-einkarekinna-fjolmidla-2024/>









Styrkjakerfið hefur orðið til þess að flestir innlendir miðlar fá opinber framlög eða styrki úr ríkissjóði. Heildarumfang styrkjanna var 470 m. kr. árið 2023 og dreifðust þeir á 25 rekstraraðila. Tveir miðlar hlutu hæsta mögulega styrk og fengu 107 m. kr. hvor í sinn hlut. Samanlagt duga styrkirnir skammt samanborið við opinber framlög til ríkismiðilsins. Á sama ári hlaut RÚV tólffalt herra framlag en allir einkareknir fjölmiðlar til samans.

Einkareknir fréttamiðlar vinsælastir

RÚV er aðeins þriðji vinsælasti fréttamiðill Íslendinga ef litið er til fjölda notenda. Þrátt fyrir það hlýtur ríkismiðillinn margfalt hærri opinberra framlaga en aðrir fjölmiðlar (mynd 4). Vinsælustu miðlarnir eru Vísir og Morgunblaðið. Þá vekur athygli að fjórði vinsælasti fréttamiðillinn, DV.is, fékk engin opinber framlög. Vinsældir einkarekinna fréttamiðla sýna að opinber framlög eru í engu samræmi við verðmætamat almennings á þeirri þjónustu sem fréttamiðlar veita.

MYND 4

Tveir vinsælustu fréttamiðlarnir eru einkareknir og hljóta lág opinber framlög samanborið við RÚV

Fjölmiðlar 8 vinsælustu	Notkun fréttamiðla % (2022) ¹	Opinber framlög m. kr. (2023)
 Vísir.is	79	107
 Morgunblaðið	68	107
 RÚV	65	5.710
 DV.is	29	0
 Stundin	17	55
 Viðskiptablaðið	11	34
 Mannlíf	6	16
 Útvarp Saga	2	5

1 Svarendur sem nálgast fréttir á miðli 2 Stærsti miðill útgáfufélags 3 Stundin og Kjarninn sameinuðust eftir framkvæmd könnunarinnar
Heimildir: Fjölmiðlanefnd, ársreikningur RÚV



RÚV er aðeins
þriðji
vinsælasti
fréttamiðill
Íslendinga ef
litið er til
fjölda notenda

Dagskrágerð settar þröngar skorður

Framlög ríkissjóðs til framleiðslu eða kaupa á dagskrárefni á Íslandi námu samtals 8.100 m. kr. árið 2023 (mynd 5). Framlöggin eru veitt með þrennum hætti: til eða í gegnum framleiðslu og kaup Ríkisútvarpsins, með endurgreiðslum vegna framleiðslukostnaðar kvikmynda eða sjónvarpsefnis, og í gegnum Kvikmyndasjóð Íslands.⁶

6 Endurgreiðslur vegna kvikmyndagerðar 2024 voru 2.868 m. kr., úthlutanir Kvikmyndasjóðs 1.328 m. kr. og áætluð kaup RÚV á dagskrágerðarefni og framleiðslu þess 3.890 m. kr.

Þessi opinberu framlög eiga það sammerkt að þeim er ætlað að styðja við framleiðslu íslenskra kvikmynda og sjónvarpsefnis. Aftur á móti er núverandi fyrirkomulag úthlutunar háð nokkrum annmörkum sem vinna gegn markmiðum framlaganna.

MYND 5

Stór hluti framlaga til dagskrárgerðar fer í framleiðslu á erlendu efni og/eða er ekki aðgengilegt öllum

Opinber framlög til dagskrárgerðar á Íslandi (2023)



Úthlutað af opinberum aðila eða nefnd



Opið umsóknarferli

Tegund	Upphæð (ma. kr.)	Þar af erlent efni	Eiginleikar
Útgjöld RÚV til dagskrárgerðar ¹	3,9	23%	
Endurgreiðslur vegna kvikmyndagerðar	2,9	26%	
Úthlutun Kvikmyndasjóðs Íslands	1,3	0%	
Samtals	8,1	20%	

Heimildir: Ársreikningar RÚV, Kvikmyndamiðstöð Íslands



Í fyrsta lagi fór um 20% framlaganna til framleiðslu eða kaupa á erlendu efni árið 2023. Markmið framangreindra framlaga er að styðja við íslenska menningu og framleiðslu á innlendu efni. Það skýtur því skökku við að fjármunirnir séu notaðir til að niðurgreiðsla framleiðslu eða kaup á efni sem hefur ekki skírskotun til íslenskrar menningar.

Í öðru lagi er stórum hluta framlaganna ráðstafað af opinberum nefndum með tilheyrandi fyrirhöfn fyrir umsóknaraðila. Til að hljóta styrk úr Kvikmyndasjóði þarf að skila skýringu á söguþræði, handriti eða útdrætti og greinargerð um verkið. Auk þess þarf að fylgja yfirlýsing um sjálfbærnimarkmið og -stefnu framleiðslunnar og jafnframt er horft til þess hvort að styrkurinn stuðli að jöfnun á stöðu kynjanna í kvikmyndagerð.⁷

⁷ Kvikmyndamiðstöð Íslands. "Umsóknir í Kvikmyndasjóð". Slóð: <https://www.kvikmyndamidstod.is/kvikmyndasjodur/umsoknir/>

Í þriðja lagi fela flókin og ítarleg skilyrði um endurgreiðslur á framleiðslukostnaði í sér óbeina opinbera ritstýringu dagskrárefnis. Það fellur í skaut þriggja manna opinberrar nefndar að úrskurða hvort framleiðsla kvikmyndar eða sjónvarpsefnis sé styrkhæf á grundvelli matskenndra viðmiða. Styrkhæf verkefni eru þau sem hljóta a.m.k. 23 af 46 stigum mögulegum hjá nefndinni.⁸

Dæmi um viðmið stigagjafarinnar eru að framleiðslan byggji á sögu-persónu eða einstaklingi úr íslenskum eða evrópskum menningararfi, sögu, samfélagi eða trúarbrögðum, að verkefnið beinist að íslenskum eða evrópskum siðum, venjum, menningu eða sjálfsmynd, að lágmarki séu 51% tökuliðs ríkisborgarar EES ríkis og að framleiðslan auki færni og getu kvikmyndargerðamanna sem koma að verkinu til að standa að verkum sem hafa menningarlegt gildi.

Þá er það óheppilegt að mati ráðsins að blanda óskyldum markmiðum um kynjajafnrétti, aukið vægi landsbyggðar og sjálfbærni inn í kerfi sem ætlað er að styðja við innlenda dagskrárgerð. Opinber stuðningskerfi eiga að vera sem allra einföldust og með sem fæst markmið til að þau virki sem best. Ef mörgum ólíkum markmiðum er blandað saman með þeim hætti sem raunin er í dag verður hlutverk og áhrif stuðningskerfisins hvort tveggja óskýrt.

Að mati Viðskiptaráðs felur núverandi fyrirkomulag í sér ritstýringu hins opinbera á menningarefni. Ef stjórnvöld vilja styðja við framleiðslu kvikmynda- og sjónvarpsefnis ættu viðmið fyrir styrkhæft efni að vera skýr og einföld þannig að huglægt mat eigi sem minnstan þátt í því að úrskurða hver hlýtur slíkan stuðning og hver ekki. Ráðið hvetur stjórnvöld til að taka þessi viðmið og stigagjöf til endurskoðunar með framangreindar athugasemdir leiðarljósi.

Eftirlit til ama

Árið 2011 komu stjórnvöld á fót Fjölmiðlanefnd, stofnun sem er ætlað að hafa eftirlit með framfylgd fjölmiðlalaga. Þrátt fyrir þann samdrátt sem orðið hefur hjá innlendum fjölmiðlum hefur eftirlitsstofnunin farið stækkandi. Stöðugildi Fjölmiðlanefndar var eitt árið 2011, en þeim hafði fjölgað í sex árið 2023.

Þá er það óheppilegt að blanda óskyldum markmiðum um kynjajafnrétti, aukið vægi landsbyggðar og sjálfbærni inn í kerfi sem ætlað er að styðja við innlenda dagskrárgerð.

⁸ Menningar- og viðskiptaráðuneytið (2025): „Lýsing á stigagjöf verkefnamats“. Slóð: <https://www.stjornarradid.is/verkefni/atvinnuvegir/skapandi-greinar/endurgreidslur-vegna-kvikmyndagerdar/>

Eftirlit með starfsemi fjölmiðla er í höndum fleiri en einnar stofnunar en Fjölmiðlanefnd og Neytendastofa hafa gert milli sín samning um verkaskiptingu við eftirlit með viðskiptaboðum.⁹ Að mati Viðskiptaráðs er ekki þörf fyrir nokkurt slíkt eftirlit. Ef fjölmiðill er staðinn að óvönduðum fréttáflutningi eða dulbúnum auglýsingum af lesendum sínum rýrir það traust þeirra gagnvart viðkomandi miðli. Hvati fjölmiðla er því að flytja vandaðar fréttir og að greina frá viðskiptaboðum án þess að aðkomu stjórnvalda þurfi til.

Umbætur án opinberra inngripa

Rekstrarumhverfi fjölmiðla á Íslandi er óheilbriggt. Umsvif ríkisins á markaðnum eru mikil í norrænum samanburði og fara vaxandi. Erlendir miðlar búa á sama tíma við hagfelldara rekstrarumhverfi en þeir innlendu þar sem þeir lúta ekki sömu kvöðum. Helstu viðbrögð stjórnvalda einkennast af bútasami frekar en kerfisbreytingum og taka þannig ekki á þeim vanda sem við blasir.

Færa má markaðinn í eðlilegt horf með því að draga úr umfangi ríkisins á fjölmiðlamarkaði. Annars vegar með því að minnka umsvif RÚV og þannig skapa umhverfi þar sem sjálfstæð og innlend fjölmiðlun fær blómstrað á ný með því að færa rekstrarumhverfi þeirra til samræmis við erlenda miðla með auknu frjálsræði. Hins vegar þarf að draga úr séríslenskum kvöðum og minnka reglubyrði til að innlendir miðlar geti betur keppt við þá erlendu.

Langtímasýn Viðskiptaráðs er að ríkið stígi alfarið út af fjölmiðlamarkaði og eftirláti einkaaðilum þá starfsemi. Ráðið telur aftur á móti ekki raunhæft að það eigi sér stað á næstu misserum og hefur því útfært fjórar tillögur sem myndu færa umfang RÚV nær því sem gerist á öðrum Norðurlöndum. Tillögurnar myndu samhliða bæta rekstrarumhverfi innlendra einkarekinna fjölmiðla verulega. Þær eru eftirfarandi (mynd 6):

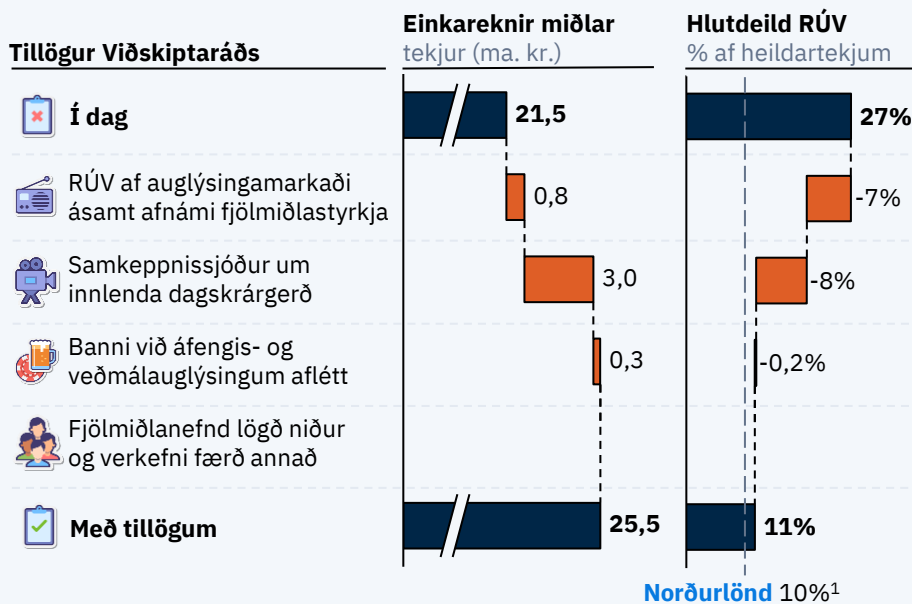
*Langtímasýn
Viðskiptaráðs
er að ríkið stígi
alfarið út af
fjölmiðla-
markaði og
eftirláti
einkaaðilum
þá starfsemi*

⁹ Fjölmiðlanefnd (2021). „Samstarfssamningur um eftirlit með viðskiptaboðum“. Slóð: <https://fjolmidlanefnd.is/wp-content/uploads/2021/08/Samstarfssamningur-Fj%C3%B6lmi%C3%B0lanefndar-og-Neytendastofu-um-efirlit-me%C3%B0-vi%C3%B0skiptabo%C3%B0um.pdf>

MYND 6

Með fjórum tillögum má styrkja stöðu einkarekinna fjölmiðla og jafna umsvif RÚV við ríkismiðla Norðurlandanna

Áhrifamat tillagna á tekjur einkarekinna fjölmiðla og hlutdeild RÚV



¹ Meðaltal ríkismiðla annarra Norðurlanda

Heimildir: Hagstofan, Ársreikningar RÚV, Fjölmiðlanefnd, áætlun Viðskiptaráðs



#1: RÚV af auglýsingamarkaði samhliða afnámi fjölmiðlastyrkja

Viðskiptaráð leggur til að RÚV hverfi af auglýsingamarkaði, líkt og tíðkast með ríkismiðla annarra Norðurlanda. Samhliða breytingunni og bættum möguleikum einkarekinna fjölmiðla til tekjuöflunar verði styrkir til einkarekinna fjölmiðla afnumdir.

#2: Samkeppnissjóður um innlenda dagskrárgerð

Viðskiptaráð leggur til að opinberum framlögum til stuðnings við innlenda dagskrárgerð sé úthlutað í gegnum samkeppnissjóð. Í þann sjóð gætu allir sem standa í innlendri dagskrárgerð sótt og hlotið endurgreiðslu á hluta kostnaðar við framleiðslu.

Samhliða því verði horfið frá matskenndum skilyrðum sem framleiðendur þurfa að uppfylla í dag til að hljóta endurgreiðslu. Þess í stað verði einungis gerð krafa um að dagskrárefnið sé á íslensku. Einnig verði ekki gerður greinarmunur á hvers eðlis dagskrárefnið er. Þannig munu framleiðendur á hljóðefni til dæmis einnig geta sótt í sjóðinn og stuðningur myndi fylgja betur framþróun fjölmiðlunar og dagskrárgerðar. Jafnframt leggur ráðið til að hætt verði að greiða fyrir framleiðslu á erlendu efni, en hún er ekki í samræmi við markmið ríkisins um styrk til menningarefnis.

#3: Banni við áfengis- og veðmálaauglýsingum aflétt

Viðskiptaráð leggur til að banni við áfengis- og veðmálaauglýsingum verði aflétt með nokkrum skilyrðum. Hvort tveggja er auglýst reglulega í erlendum miðlum og núgildandi bönn koma ekki í veg fyrir að auglýsingarnar birtist íslenskum almenningi. Bönnin eru því merkingarlaus og veikja einungis stöðu innlendra fjölmiðla gagnvart erlendum á auglýsingamarkaði.

#4: Fjölmiðlanefnd verði lögð niður

Viðskiptaráð leggur til að Fjölmiðlanefnd verði lögð niður og lögbundin verkefni hennar verði færð til annarra stofnana. Tillagan byggir að hluta á tillögu hagræðingarhóps ríkisstjórnarinnar árið 2013, þar sem lagt var til að stofnunin yrði lögð niður og lögbundin verkefni færð til Póst- og fjarskiptastofnunar (nú Fjarskiptastofu).

Tryggjum frjálsa fjölmiðlun

Þessar fjórar tillögur myndu skila því að fjölmiðlaumhverfið á Íslandi yrði sambærilegt því sem gerist á öðrum Norðurlöndum. Yrði þeim hrint í framkvæmd myndi umfang RÚV dragast saman og áætla má að tekjur einkarekinna miðla myndu aukast um 4,1 ma. kr. Ítarlegri útlistun og kostnaðarmat á hverri tillögu fyrir sig má finna í viðauka I.

Frjálsir fjölmiðlar eru hornsteinn lýðræðissamfélaga og er því brýnt fyrir íslenskt samfélag að búa fjölmiðlun slíkt umhverfi að hún geti þrífist og dafnað, en kafni ekki í afskiptum og inngripum hins opinbera. Ofangreindar tillögur sporna gegn því síðarnefnda og gera frjálsum fjölmiðlum betur kleift að sinna því mikilvæga hlutverki að styðja við íslenska menningu og upplýsingamiðlun, samfélaginu til heilla.

Ábyrgðarmenn eru Gunnar Úlfarsson, hagfræðingur Viðskiptaráðs, og Ragnar Sigurður Kristjánsson, hagfræðingur á málefnasviði Viðskiptaráðs.

*Frjálsir
fjölmiðlar eru
hornsteinn
lýðræðissamfé-
laga og er því
brýnt fyrir
íslenskt
samfélag að
búa fjölmiðlun
slíkt umhverfi
að hún geti
þrífist og
dafnað*

Viðauki I: Nánari umfjöllun og mat á áhrifum tillagna

#1: RÚV af auglýsingamarkaði: Vænta má þess að auglýsingatekjur RÚV finni sér annan farveg náí tillagan fram að ganga. Heildarstærð auglýsingamarkaðarins á Íslandi var 26,4 ma. kr. árið 2023. Þar af námu auglýsingatekjur RÚV 2,5 ma. kr., 11 ma. kr. runnu til innlendra einkarekinna fjölmiðla og 13 ma. kr. runnu til erlendra miðla. Þetta þýðir að 49% af auglýsingatekjum fjölmiðla runnu til erlendra miðla. Við gerum því ráð fyrir að 49% af þeim auglýsingatekjum sem RÚV verður af renni til erlendra miðla, eða um 1,2 ma. kr. Hin 51% eða 1,3 ma. kr. fara til innlendra einkarekinna fjölmiðla.¹⁰

Afnám fjölmiðlastyrkja myndi svo draga úr tekjum einkarekinna miðla um 471 m. kr. Samanlagt eykur tillagan því tekjur einkarekinna miðla um 785 m. kr.

#2: Samkeppnissjóður um innlenda dagskrárgerð: Áætlunin á umfangi kostnaðar við dagskrárgerð innan RÚV byggir annars vegar á svari mennta- og menningarmálaráðuneytisins við fyrirspurn Kristjáns Þórs Júlíussonar um skiptingu dagskrár- og framleiðslukostnaðar RÚV og hins vegar gögnum úr ársreikningum félagsins.¹¹

RÚV birti til ársins 2014 dagskrár- og framleiðslukostnað, sem var á árunum 2013 til 2014 á bilinu 71% til 73% af rekstrargjöldum. Árið 2015 var reikningsskilum breytt og miðillinn birti kostnaðarliði sem hétu réttindagreiðslur vegna dagskrár og aðkeypt þjónusta, launa- og starfsmannatengdur kostnaður vegna dagskrár, sem hlutfallslega var sambærilegur fyrrnefndum dagskrár- og framleiðslukostnaður.

Kostnaðurinn við dagskrárgerð var svo áætlaður út frá meðalhluftalli annars vegar dagskrár- og framleiðslukostnaðar og hins vegar réttindagreiðsla vegna dagskrár og aðkeyptrar þjónustu, launa- og starfsmannatengdum kostnaði vegna dagskrár af rekstrargjöldum á árunum 2013 til 2020.¹² Þar með fékkst áætlun á kostnaði við alla dagskrá RÚV. Út frá fyrirspurn Kristjáns Þórs má áætla að kostnaður við innlenda dagskrárgerð, utan fréttu, sé 54% af dagskrár- og framleiðslukostnaði.

Því má álykta að 3 ma. kr. muni renna frá RÚV í samkeppnissjóðinn. Þá munu fjármunir sem veitt er í endurgreiðslur vegna kvikmynda- eða sjónvarpsefnisgerðar og Kvikmyndasjóð Íslands renna í sjóðinn. Sjóðurinn verður því 7,2 ma. kr. að stærð og áætlað er að 10,3% renni aftur til RÚV, en það hlutfall er meðalumfang ríkisfjölmiðla á Norðurlöndunum, að Íslandi frátöldu.

¹⁰ Hagstofan. (2024). „Tíu prósent samdráttur í auglýsingakaupum í íslenskum miðlum“. Slóð: <https://hagstofa.is/utgafur/frettasafn/midlun/auglysingatekjur-fjolmidla-2023/>

#3: Banni við áfengis- og veðmálaauglýsingum aflétt: Við áætlun á umfangi veðmálaauglýsinga voru gögn um stærð veðmála- markaðarins í Bandaríkjunum og hlutfall sem aðilar á þeim markaði verja í auglýsingar lögð til grundvallar. Aðilar á veðmálamarkaði eyða um 2% af veðmálatekjum í auglýsingar.¹³

Ef miðað er við að sama hlutfall spilatekna færi í auglýsingar á Íslandi má gera ráð fyrir að tæplega 400 m. kr. væri varið í veðmála- auglýsingar hérlandis. Í ljósi þess að 56% af veðmálamarkaðnum er í höndum innlendra aðila sem hafa leyfi til að auglýsa má ætla að viðbótin við auglýsingamarkaðinn væri 175 m. kr.¹⁴

Þegar umfang áfengisauklýsinga var áætlað var stuðst við gögn frá Stóra-Bretlandi um hlutfall áfengisauklýsinga af heildarumfangi auglýsinga. Samkvæmt þeim gögnum eru áfengisauklýsingar 1% af auglýsingamarkaði í Englandi, Wales og Skotlandi. Í ljósi þess að áfengisauklýsingar eru heimilar í erlendum miðlum var aðeins horft til innlenda auglýsingamarkaðarins miðað við að RÚV hafi horfið af markaðnum. Áætlað umfang innlenda auglýsingamarkaðarins eftir að áfengisauklýsingar hafa verið leyfðar er 12,4 ma. kr. Út frá því má áætla að viðbót áfengisauklýsinga við markaðinn yrði 124 m. kr.¹⁵

Áætla má að tillagan muni samanlagt auka tekjur innlendra einkarekinna fjölmiðla um 300 m. kr.

11 Fyrirspurn Kristjáns Þórs Júlíussonar. (2012). Slóð: <https://www.althingi.is/alttext/140/s/0987.html>

12 RÚV hætti að birta þennan kostnað 2020.

13 American Gaming Association. (2022). „Commercial Gaming Revenue Tracker“. Slóð: https://www.americangaming.org/wp-content/uploads/2023/02/CGRT_CY_2022_Report.pdf

14 Viðskiptaráð. (2024). „Veðjað á rangan hest: Umgjörð veðmálastarfsemi á Íslandi“. Slóð: <https://vi.is/skodanir/vedjad-a-rangan-hest>

15 CREDOS. (2022). „Analysis of alcohol advertising and sponsorship marketing spend, alcohol consumption, and alcohol-specific harms“. Slóð: https://adassoc.org.uk/?download_resource=https://adassoc.org.uk/wp-content/uploads/2022/08/Analysis-of-alcohol-advertising-spend-and-alcohol-consumption-FINAL.pdf