

Sendt til mbj@kum.dk og jdc@kum.dk



11. august 2023

Danske Mediers hørings svar vedr. lov om ændring af lov om mediestøtte

Danske Medier takker for muligheden for at afgive hørings svar. Af den samlede udbetaling af mediestøtte udbetales stort set alle midler til virksomheder, der er organiseret i Danske Medier, hvorfor Danske Medier indlysende har en meget stor interesse i, at den nye lovgivning kommer til at fungere hurtigt og effektivt, hertil at den bliver administrerbar for embedsværket.

Danske Medier vil indledningsvis gøre opmærksom på, at foreningen i 2022 fremsendte et hørings svar til den tidligere regerings lovforslag om ændring af mediestøtten. Indholdet i nærværende lovforslag er på lange stræk identisk med det tidligere fremsatte forslag, hvorfor der også vil være tale om en gentagelse af visse pointer, der tidligere er fremført.

Indledende bemærkninger

Danske Medier vil først bruge anledningen til at pointere, at en modernisering af mediestøtten ikke kan stå alene i ambitionen om at sikre levedygtige medier lokalt såvel som nationalt. Mediebranchen står i et akut krydspres, hvor dens to primære indtægtskilder – abonnenter og annoncer – trues fra forskellige sider.

Det er velkendt, at udenlandske techgiganter over de seneste år har udhulet annoncemarkedet for medierne, og Danske Medier vil derfor rose regeringen for at anerkende denne udfordring og iværksætte forskellige politiske tiltag, der sætter rammer for techgiganternes ageren. Netop på grund af annoncemarkedets udvikling har vi over de seneste år set, at de private medier i stadig højere grad er blevet afhængige af betalende abonnenter. Derfor vil Danske Medier endnu engang understrege nødvendigheden af, at der tegnes klare grænser for de statsejede medier, så de ikke udkommer med gratis medieprodukter, der er identiske med de private mediers.

Vi står i dag i en situation hvor DR og TV 2 regionerne har forandret sig fra at være public service broadcasters med fokus på lyd og tv til i dag at være avispublicister, der udgiver netaviser uden brugerbetaling. Disse gratis netaviser står i et direkte konkurrenceforhold til de private medievirksomheders lokale og landsdækkende netaviser, der er nødt til at tage abonnementsbetaling. Problemet er velbeskrevet og veldokumenteret i en række undersøgelser, og konsekvensen er, at 2023 desværre budt på adskillige fyringsrunder i de private mediehus, hvilket indlysende decimerer de publicistiske produkter og mediepluralismen i Danmark.

Danske Medier er i dialog med EU-Kommissionen om denne konkurrenceforvridning, der efter alt at dømme strider mod gældende EU-regler, og Danske Medier ser frem til Kommissionens vurdering af sagen. Danske Medier vil dog samtidig appellere til, at Folketinget partier gør op med denne konkurrenceforvridning og får skabt fair konkurrence på mediemarkedet i Danmark gennem klarere rammer for public service-mediernes ageren. Dette er både principielt og økonomisk langt vigtigere end lovgivning om forskellige mediestøtteordninger.

Endelig skal det indledningsvis bemærkes, at Danske Medier støtter, at aftalepartierne med medieaftalen har igangsat en bevægelse mod en mere platformsneutral mediestøtte. Samtidig har Danske Medier den grundholdning, at mediestøttesystemet skal bero på gennemsigtige og objektive vilkår, og i denne henseende efterlader lovforslaget efter foreningens opfattelse desværre en del plads til forbedring.

Danske Medier har tidligere gjort opmærksom på, at lovbehandlingen af medieaftalen, herunder en eventuel statsstøttegodkendelse i EU, bør ske hurtigst muligt. Den danske mediebranche har gennem en årrække været præget af politisk uro, og det er bydende nødvendigt, at der nu skabes ro om mediernes økonomiske rammevilkår med en hurtig implementering, som det da også fremgår af den politiske aftale.

Omfordeling af redaktionel produktionsstøtte fra store landsdækkende nyhedsmedier til lokale og regionale nyhedsmedier

De lokale og regionale medier udgør et demokratisk, kulturelt og erhvervsmæssigt bindeled på tværs af Danmark, og derfor er det fornuftigt, at man særligt understøtter disse gennem mediestøttesystemet. Danske Medier bakker på denne baggrund op om aftalepartiernes intention om at modernisere mediestøtten og styrke de lokale og regionale medier i Danmark.

Samtidig er det afgørende, at de politiske intentioner omsættes til enkel og let administrerbar lovgivning således, at de forskellige justeringer af mediestøtteordninger kommer til at virke efter den politiske hensigt. Dette synes ikke givet med det eksisterende forslag. I det følgende påpeges en række områder, hvor der er behov for præcisering.

Danske Medier opfordrede i forbindelse med medieforhandlingerne til, at ændringer af mediestøtten skulle sigte efter at skabe mere gennemsigtige og objektive kriterier. Den foreslåede faktor 1,3-beregning for lokale og regionale medier synes dog ikke at bero på sådanne kriterier, da det med de foreslåede parametre ikke er defineret, hvad der kan betragtes som et lokalt eller regionalt medie. I lovforslaget anføres det, at nyhedsmedier skal beskrive og dokumentere mediets lokale profil, men at det i sidste ende vil være Medienævnet, der afgør, hvorvidt et medie kan kategoriseres som et lokalmedie ud fra en "skønsmæssig helhedsvurdering".

Det vil være uhensigtsmæssigt, hvis Medienævnet skal vurdere, hvorvidt medier er at betragte som lokale/regionale medier på baggrund af subjektive opfattelser. Med lovforslaget lægges der således op til en uhensigtsmæssig stor koncentration af skøn hos Medienævnet, der vil skabe usikkerhed for

medierne. En sådan udvikling, hvor Medienævnet i højere grad foretager vurderinger ud fra brede skønsbeføjelser – uden at have klar lovgivning at vurdere ud fra – vil med al sandsynlighed føre til en strøm af klagesager og potentielt mistillid til og kritik af mediestøttesystemet. Ikke mindst fordi der vil være tale om betragtelige forskelle i niveauet for den udbetalte støtte afhængig af Medienævnets vurdering. En sådan mistillid og udvikling vil åbenlyst hverken være i mediernes, Medienævnets, politikernes eller embedsværkets interesse.

Danske Medier opfordrer derfor til, at der i lovforslaget indføres væsentligt mere objektive kriterier til at understøtte sagsbehandlingen. Danske Medier anbefaler, at oplagstal eller læsertal og/eller brugertal opdelt på kommune/region kan tilføjes listen over parametre, der skal indgå i Medienævnets vurdering. Konkret anbefaler Danske Medier, at lokale og regionale medier forstås som medier, der har mindst 80 pct. af deres læsere/brugere i den pågældende region. Medier med adresse i bladkreds 1 bør ikke kunne betragtes som regionale medier. Endelig bør det præciseres, hvordan formuleringen ”en væsentlig andel af det redaktionelle stof skal behandle lokale eller regionale forhold i det pågældende geografiske område” skal forstås, og om stof fra nyhedsbureauer inkluderes.

I lovforslaget opereres der med både nye vilkår for lokale medier, ændrede titellofter, et nyt koncernloft såvel som den allerede eksisterende grænse for redaktionel produktionsstøtte på 35 pct. af de samlede redaktionelle omkostninger. Disse mange og indbyrdes afhængige faktorer i beregning af mediestøtte gør det meget vanskeligt at forholde sig til det samlede lovforslags faktiske økonomiske konsekvenser. Danske Medier opfordrer derfor til, at Kulturministeriet inden lovforslagets fremsættelse for Folketinget fremlægger beregninger, der viser de estimerede konsekvenser af lovforslaget for de respektive medietitler.

Koncernloft

Danske Medier har ved flere lejligheder gjort opmærksom på, at et koncernloft for mediestøtte på 90 mio. kr. er både urimeligt og direkte modstridende med det politiske ønske om at fremme lokal og regional journalistik. Koncernloftet bryder med princippet om, at mediestøtte tildeles på baggrund af mediernes indholdsproduktion og vil potentielt have skadelige effekter for tilstedeværelsen af redaktionelle medier i hele landet.

Det fremgår af bemærkningerne til lovforslaget, at koncernloftet skal forhindre incitament til øget koncentration af lokale og regionale medier, så der eksisterer et mangfoldigt og relevant udbud af nyhedsmedier både lokalt, regionalt og nationalt. Danske Medier finder både argumentet uforståeligt og beslutningen stærkt uhensigtsmæssig.

Der findes flere eksempler på lokale og regionale medier, der er blevet opkøbt af mediekoncerner, når økonomien ikke længere har været selvbærende. Som nyligt eksempel kan nævnes Helsingør Dagblad, der i 2020 blev opkøbt af JFM. Det er klart, at en sådan redning af et lokalt dagblad ville være usandsynlig, hvis den købende koncern skulle indregne en krone til krone modregning af mediets mediestøtte.

Forretningsmodellen på det danske mediemarked – ikke mindst for lokale og regionale medier – er voldsomt presset af internationale techplatforme, og med det foreslåede concernloft forudser Danske Medier, at en række lokale og regionale medier i nær fremtid må lukke, fordi det ikke vil være muligt at lave en forretningsmodel, der kan understøtte opkøb og fusioner til glæde for lokalområderne. Konsekvensen af forslaget vil således være et mindre mangfoldigt og mindre lokalt nyhedsbillede i Danmark.

Regeringen har i forbindelse med Media Freedom Act (MFA) desuden argumenteret, at velfungerende mediemarkeder som det danske ikke bør tage skade af den kommende EU-regulering, hvor det i forhandlingerne bl.a. drøftes, at høj konsolidering kan have en skadelig effekt på mediers muligheder i EU's indre marked. Her trækker regeringen i den modsatte retning på sin egen politik fra MFA'en med forslaget om et concernloft.

Desværre har vi de seneste måneder set, en lavine af lokale såvel som nationale mediehuse er tvunget ud i store sparerunder. Denne udvikling betyder, at man kan forvente yderligere konsolidering i branchen som en del af en overlevelsestrategi for mindre medietitler. Et concernloft vil derfor være direkte skadeligt for denne type mediers overlevelselsesmuligheder.

Opsummerende må det konstateres, at denne del af lovforslaget ikke synes egnet til nutidens medieindustri, og der må derfor rettes en kraftig appel til aftalepartierne om at opgive denne del af en endelig lovtekst, da den direkte modarbejder hensigten bag den politiske aftale.

Såfremt concernloftet på trods af ovenstående fastholdes, bemærkes det, at Danske Medier er glade for, at det med det nye lovforslag er tydeliggjort, at ugeavispuljen ikke indgår i beregningen, når en concerns samlede mediestøtte udregnes, men at et eventuelt concernloft alene omhandler den redaktionelle produktionsstøtte.

Danske Medier bemærker endvidere, at det foreslås, at der i lovens § 8 indsættes et nyt stk. 2, hvorefter alene virksomheder med en årlig omsætning under 250,0 mio. kr. kan ydes udviklingsstøtte. Danske Medier finder det yderst uhensigtsmæssigt at indføre et sådant loft, da medievirksomheder - uagtet deres omsætningsstørrelse - bør tilskyndes til udvikling af nye medieprodukter.

Medievirksomhederne med stor omsætning er absolut afgørende for branchens evne til at udvikle nye medieprodukter, der giver modspil til de internationale techgiganters teknologiske og økonomiske forspring i kampen om mediebrugernes opmærksomhed. Historisk har denne type medievirksomheder med hjælp fra Innovationspuljen etableret levedygtige projekter, hvorfor der hverken principielt og pragmatisk findes gode argumenter for at indføre et sådant loft.

Reduktion af supplementsordningen

Danske Medier vil gerne rose regeringen for at tage Danske Mediers forslag om en reduktion af Supplementspuljen til efterretning og bakker op om den i lovudkastet foreslåede model. Det bør dog

præciseres i den endelige lov, at disse midler bliver i mediestøttesystemet under den redaktionelle produktionsstøtte.

Etablering af pulje til ugeaviser

Danske Medier bifalder den politiske vilje til at understøtte de lokale ugeaviser i Danmark og finder udvidelsen af ugeavispuljen til at omfatte digitale lokale ugeaviser relevant og tidssvarende. De lokale ugeaviser rammer uge efter uge en meget stor andel af danskerne med redaktionelt indhold om deres lokalområde. Derfor er det også afgørende, at puljen tilfalder reelle ugeaviser med publicistiske ambitioner.

Det fremgår af forslaget, at kulturministeren fastsætter nærmere regler om, hvad der anses som ugeaviser, betingelse for tilskud til disse, beregningsgrundlag og udformning af tilskudsordningen. Danske Medier finder det uhensigtsmæssigt, at så væsentlige dele af ordningen ikke fastsættes nærmere i lovforslaget. Med en vag definition af denne mediegruppe – og dermed definition af virksomheder, der kan få andel i støtten – risikerer man at omfatte virksomheder, der måske udgiver sig for at være ugeaviser, men som reelt ikke producerer journalistik eller har videre publicistiske ambitioner end sige nogen reel lokal forankring.

Af bemærkningerne fremgår det, "at man ønsker at sikre afgrænsning til andre typer af udgivelser, såsom lokale turisme- og erhvervsblade eller publikationer fra foreninger og organisationer, som ikke på samme måde har betydning for den lokale nyhedsformidling". Denne afgrænsning bakker Danske Medier op om, men finder den samtidig utilstrækkelig. I de seneste år er der sket en fremvækst af hjemmesider, der med robotgenereret indhold bringer artikler om diverse byer og handelsområder. Hvis den nye pulje ikke defineres nærmere, er der risiko for, at disse såkaldte byportaler tømmer puljen.

Danske Medier har i april - i forbindelse med høring om bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser - fremsendt en række klare og objektive kriterier, der kan medvirke til at sikre, at ugeavispuljen reelt "fremmer lokaljournalistik til borgerne", som intentionen beskrives i forslaget. Danske Medier har udarbejdet disse anbefalinger i tæt samarbejde med foreningens medlemmer ved de lokale ugeaviser og stiller sig naturligvis til rådighed for en nærmere drøftelse af, hvordan disse kan implementeres. Danske Medier opfordrer på det kraftigste til at inddrage disse kriterier i den endelige udformning af den økonomiske støtte til reelle lokale ugeaviser.

Loft for ugeavisstøtte

Af lovforslaget fremgår det, at en ugeavis maksimalt kan få dækket 35 % af sine redaktionelle omkostninger og maksimalt få udbetalt 350.000 kr. årligt. Ugeaviserne rundt om i landet er meget forskellige, hvad angår geografisk dækning, mængden af redaktionelt indhold og medarbejdersammensætning. Således drives nogle aviser tilnærmelsesvis af enkeltpersoner, mens andre har flere medarbejdere og derved større redaktionelle omkostninger. I sidstnævntes tilfælde vil der være risiko for at få mindre støtte, end der ellers kunne være blevet bevilget grundet loftet på 350.000.

I 2022 var der 170 ugeavistitler i Danmark (tilmeldt Danske Mediers oplagskontrol). Hvis puljen på 43,1 mio. kr. blev fordelt ligeligt mellem disse, vil hver enkel titel modtage ca. 253.000 kr. Men hvis en væsentlig andel af titlerne får en relativt lille udbetaling – hvilket man kan forvente med det fremsatte forslag – vil der nødvendigvis være flere penge tilbage i puljen til de øvrige titler, og derved kan mange andre ugeaviser ramme titelloftet. Dette kan potentielt medføre, at puljens samlede beløb ikke bliver udbetalt. Et sådant scenarie vil være stik mod den politiske hensigt og ugeavisernes ønske. Regeringen må i sin endelige udarbejdning af bekendtgørelsen sikre, at kriterierne fastsættes således, at alle puljens midler fordeles.

Danske Medier finder det positivt, at det foreslåede loft er hævet fra det tidligere forslag på 300.000 kr., men finder samtidig, at loftet på 350.000 kr. ikke vil fungere efter hensigten, og loftet er efter Danske Mediers kendskab hverken blevet efterspurgt af mediebranchens interessenter eller nogen politiske partier. Hvor grænsen på 350.000 kr. kommer fra, står desuden hen i det uvisse, og det må bemærkes, at grænsen for ugeavispuljen er lavere både nominelt og relativt sammenlignet med de foreslåede lofter for den redaktionelle produktionsstøtte og støtten til publicistiske magasiner.

Derfor appellerer Danske Medier til, at titelloftet bortfalder, eller at beløbet hæves til 500.000 kr. årligt. Som minimum bør et titelloft nødvendigvis bortfalde i det tilfælde, at der fortsat er midler tilbage i puljen, efter udregningen af udbetalingen har fundet sted. Dette er et absolut afgørende kritikpunkt af bekendtgørelsen, som der må rettes op på, inden den træder i kraft. Såfremt der er midler tilbage i puljen i øvrigt, bør det fremgå af lovforslaget, at disse midler fastholdes i andre dele af mediestøttesystemet.

Etablering af pulje til publicistiske magasiner

Danske Medier bakker op om forslaget om etablering af en pulje til publicistiske magasiner, som Danske Medier anser som et vigtigt skridt på vejen til at sikre en reel ligestilling omkring digital nulmoms til også at omfatte digitale udgivelser.

Magasiner og ugeblade udgør en vigtig del af private publicistiske medier i Danmark og bidrager til folkeoplysningen og sammenhængskraften med kvalitetsindhold på mange forskellige områder. Derfor er det positivt, at mediegruppens indholdsproduktion styrkes med den nye lov om mediestøtte. Af det fremsendte lovudkast er det imidlertid begrænset beskrevet, hvordan man forestiller sig puljen etableret i praksis. For at sikre, at puljens midler tilfalder de tiltænkte medier, vil Danske Medier gerne bidrage med en række anbefalinger, der bør iagttages forud for puljens implementering.

Indledningsvist bemærkes det at, gruppen i bemærkningerne til forslagets punkt 2.4.2 omtales som "nyhedsmedier". Danske Medier opfatter dette som en upræcis betegnelse, idet der alle andre steder bruges betegnelsen "publicistiske medier" om de der skal omfattes af puljen. Puljen er tiltænkt de mange udgivelser, der ikke nødvendigvis beskæftiger sig med aktuel nyhedsformidling men med indhold af kulturel, politisk eller samfundsmæssig relevans. Danske Medier finder det positivt, at der, modsat det øvrige mediestøttesystem, således lægges op til at et magasin ikke nødvendigvis skal behandle alle disse emner, men kan nøjes med at behandle et af dem. Det bør dog

ekspliciteres nærmere, hvad disse kan dække over, og Danske Medier foreslår en bred og folkelig forståelse af begreberne. I denne sammenhæng er det vigtigt at understrege at begreberne *alsidig* og *mangfoldig*, som de omtales i lovforslaget, både dækker emnerne og formidlingsformen i det der typisk karakteriserer publicistiske magasiner.

Danske Medier finder, at formuleringen "*et bredere dansk publikum*" jf. § 5 b stk. 1 skal forstås således, at der fsva. målgruppen er tale om personer, der uden tilhørsforhold til bestemte organisationer eller foreninger kan tilgå materialet. Dette bør beskrives eksplicit i den endelige lovtekst.

Danske Medier finder det også i denne sammenhæng vigtigt at puljen tilrettelægges og administreres efter en række objektive kriterier.

Adgangen til puljen bør være betinget af, at magasinet er tilknyttet Pressenævnet, underlagt medieansvarsloven og har en ansvarshavende redaktør, på samme måde som det gør sig gældende i andre dele af mediestøttesystemet. Dette vil være med til at sikre at puljens midler tilfalder reelle publicistiske medier.

Danske Medier mener, at loftet på 3,0 millioner kr. for en enkelt medietitel er relevant og på et passende niveau.

Endelig bemærker Danske Medier, at der med lovforslaget lægges op til, at "*der vil blive fastsat nærmere regler om støtte til publicistiske magasiner i bekendtgørelse om mediestøtte*". Danske Medier har indsigten i markedet og organiserer en væsentlig andel af de magasiner, der må forventes at søge puljen, hvorfor Danske Medier ser frem til at bidrage til det forestående arbejde i ministeriet, således puljen bliver administrerbar for embedsværket og at midlerne tilfalder de medier, der har været tiltænkt.

Modernisering af mediestøtten

Danske Medier støtter en modernisering af mediestøtten og finder den bredere definition af støtteberettigede nyhedsmedier hensigtsmæssig, så den skrevne nyhedsformidling i højere grad kan suppleres af lyd og levende billeder m.v.

Foreningen er dog også af den opfattelse, at de skrevne nyheder fortsat er centrale for danskernes adgang til et bredt og mangfoldigt medieudbud og ønsker derfor en klarere definition af, hvad en "betydelig andel af nyhedsmediets samlede indhold" indbefatter. Danske Medier støtter derfor, at skrevne nyheder fortsat skal udgøre en betydelig del af nyhedsmediers samlede indhold og indgår gerne i en dialog om en nærmere definition af dette.

Af lovforslagets indledning fremgår det, at aftalepartierne "vil igangsætte et arbejde om fremtidens mediestøtte, der skal gøre mediestøtten uafhængig af distributionsformer". Dette uddybes dog ikke nærmere i de efterfølgende dele af lovforslaget. Danske Medier vil betone vigtigheden af, at dette arbejde sker i tæt samarbejde med mediebranchen og de organisationer, der repræsenterer denne,

som det også fremgår af den politiske aftale. Foreningen ser derfor frem til at bidrage til dette vigtige arbejde.

Danske Medier understreger i denne sammenhæng, at mediestøtte i enhver form nu og i fremtiden bør bero på objektive og gennemsigtige kriterier. Støtte til særlige redaktionelle projekter eller udvalgte titler er et brud med disse principper og en potentiel glidebane væk fra en fri og uafhængig presse. Endelig opfordrer Danske Medier til, at dette arbejde igangsættes snarest muligt, da medierne længe har efterspurgt en tiltrængt modernisering af den gældende lovgivning.

Aller Media, der ikke er medlem af Danske Medier bakker op om ovenstående høringssvar.

Venlig hilsen

Mads Brandstrup

Administrerende direktør

Danske Medier