



Statsråd Knut Arild Hareide
Samferdselsdepartementet
postmottak@sd.dep.no

Dato

01.02.2021

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) er mediebedriftenes bransje- og utgiverorganisasjon. MBL skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal arbeide for gode og stabile rammebetingelser som fremmer et mangfold av økonomisk sunne medier. MBL har rundt 330 medlemmer fra alle typer medier, herunder 149 lokale mediehus. MBL er en landsforening i NHO.

Innspill til statsbudsjett 2022

Oppsummering

Anbudene om distribusjon av aviser er svært viktige. Kontraktene gjelder til juni 2022. Papiravisen kommer til å være viktig for mange også etter dette. Det er et tydelig behov blant abonnenter og aviser for at anbudene forlenges. Det er viktig at de statlige rammevilkårene er mest mulig forutsigbare fremover, og at de tilpasses den krevende situasjonen mediehusene står i.

Viktige anbud med behov for forlengelse

Da Stortinget behandlet forslaget i Prop. 102 L (2018-2019) *Endringer i postloven (antall omdelingsdager)* om å endre Postens omdelingsdager fra fem til 2,5 per uke pekte en samlet komite i Innst. 302 L (2018–2019) *Innstilling fra transport- og kommunikasjonskomiteen om Endringer i postloven (antall omdelingsdager)* på «avisenes viktige rolle i vårt åpne demokrati, hvor offentlig utveksling av det frie ord er helt avgjørende.» Komiteen uttale videre at «at de foreslåtte endringene i postloven i realiteten handler om konsekvenser for avisene, og at det er nødvendig med avbøtende tiltak for å dempe negative virkninger.» Komiteen ba departementet om å finne en best mulig ordning sammen med bransjeorganisasjonene.

Det resulterte i to anbudskontrakter, som omtales under post 70¹: kontrakt med Easy2You og Aktiv Norgesdistribusjon om lørdagsomdeling av aviser, og kontrakt med Posten Norge om avisomdeling på ukedager. Begge gjelder i områder uten eksisterende avisbudnett, og er svært viktige for aviser med abonnenter i disse områdene. Det gjelder et stort antall titler.

Av totalt 227 aviser er det 190 lokalaviser med et opplag på omtrent halvparten av bransjens totalopplag på 2,3 millioner. Nesten en tredjedel av disse lokalavisene er dagsaviser, det vil si at de utkommer minst fire ganger per uke. Det er avgjørende for mediemangfoldet at alle lokalavisene klarer å nå både brukere og annonsører på flere flater. Nr. 2-avisene og rikssprede nisjeaviser er en sentral del av mediemangfoldet, og mange av disse har en svært høy andel abonnenter spredt over hele landet.

¹ Statsbudsjett 2021 for Samferdselsdepartementet: Programområde 22 Posttjenester; Programkategori 22.10 Posttjenester; Kap. 1370 Posttjenester; Post 70.

Disse gruppene mediehus er avhengige av å nå en stor andel av abonnentene med papirutgaver, og anbudskontraktene har stor betydning både for mediehusenes økonomi og for de abonnentene som ønsker papirutgaver.

Kontraktene gjelder til juni 2022. Vi ser at papiravisen kommer til å være viktig for mange abonnenter og mediehus også etter dette. Det er et tydelig behov blant abonnenter og aviser for at kontraktene forlenges.

Rammebetingelsene må sees i sammenheng

Redaktørstyrte, journalistiske massemedier er en av grunnsteinene i et fritt og demokratisk samfunn. Mediepolitikk er demokratipolitikk, og nyhetsmedier har en samfunnsverdi som demokratisk infrastruktur. Det er viktig at den infrastrukturen vi har i dag, med 190 lokalaviser over hele landet og en rekke nisje- og nasjonale mediehus, opprettholdes.

Pandemien har minnet oss på viktigheten av at det er mediehus over hele landet.

Mediehusene skal i all hovedsak finansiere virksomheten i markedet, men de politisk styrte rammebetingelsene er viktige for å kunne opprettholde mangfoldet over hele landet.

Gode økonomiske resultater for en del mediehus de siste årene handler i stor grad om at brukerinntektene øker noe, og at kostnadene er tatt ned. Det er fremdeles store tap på annonsemarkedet, noe som er kraftig forsterket under pandemien. Det er lite som tyder på at de store utfordringene er et tilbakelagt stadium. Opplagsøkningen på de digitale utgavene er større enn fallet for papirutgavene, men veksten i brukerinntekter er likevel beskeden, og 60 – 70 prosent av inntektene er fremdeles knyttet til papirutgavene. Mange abonnenter ønsker papirutgavene. Det betyr at mediehusene i mange år fremover vil utgi papirutgaver. Det er nødvendig å ta hensyn til dette når det gjøres endringer i sentrale rammebetingelser.

Det er viktig at de statlige rammevilkårene er mest mulig forutsigbare fremover, og at de tilpasses den krevende situasjonen mediehusene står i.

Evaluering og videreføring av anbudene

Ut fra tilbakemeldinger fra avisene er det tydelig at et stort antall abonnenter vil ha papirutgavene, og at et stort antall av disse abonnentene ikke ønsker et digitalt tilbud. Avisene risikerer derfor å miste svært mange abonnenter om det ikke er mulig å få levert papiravis i postkassen daglig over hele landet. For en stor del er disse abonnentene bosatt i spredtbygde strøk, og gjennomsnittsalderen er høy.

Vi ber derfor departementet vurdere videreføring av anbudene, eventuelt basert på en evaluering og kartlegging av behovet.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING

Randi S. Øgrey

Adm. dir.

