



Kultur- og likestillingsdepartementet

Vår dato 01.07.2022
Deres dato
Vår referanse
Deres referanse

Høringsuttalelse om ny forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten, som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal styrke og verne de publisistiske verdier som representeres av redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.

MBL skal bidra til at et mangfold av økonomisk sunne medier kan fungere som det åpne samfunns arena for fri informasjon, samfunnskritikk og debatt.

MBL representerer ca. 325 medlemsbedrifter med ca. 10.000 ansatte: ca. 210 mediehus, herunder 190 aviser hvorav 170 er lokalaviser. Andre mediehus er kommersiell allmennkringkasting, magasiner og lokal-tv. MBL representerer også virksomheter tilknyttet mediehusene, bl.a. avistrykkerier og distribusjonsselskaper.

Sentrale punkter

- Det er fornuftig å beholde hovedtrekkene i dagens forskrift, og tilpasse den bedre til digital nyhetsproduksjon og publisering for å sikre ordningens treffsikkerhet, samtidig som den medieinfrastrukturen vi har i dag, med mediehus over hele landet, opprettholdes.
- Definisjonene av innholdskrav til nasjonalt nummertomedium og nasjonalt nisjemedium, slik de fremkommer i § 5 c og § 3 j og k, fremstår som uklare. Det bør tydeliggjøres at nisjemedium har en smalere innholdsprofil, som er mer rettet mot debatt og kommentar enn nyheter.
- Grensene for tilskudd på henholdsvis 40 prosent av mediets totale driftskostnader eller mediets brukerinntekter kan i noen tilfeller være krevende. Under pandemien førte kostnadsreduksjoner til at enkelte små, lokale mediehus fikk mer i tilskudd enn disse grensene tilsier. Vi ber departementet vurdere om det kan stilles mindre strenge krav til de minste mediehusene.
- § 14 og § 15 må sees i sammenheng, og det gir liten mening å ha både et absolutt kr-tak og en avkortningsordning basert på driftsinntekter. MBL mener at det kan tas inn i forskriften et øvre tak på henholdsvis 40 mill. kr og 15 mill. kr, men at grensen for driftsinntekter ikke er hensiktsmessig.
- Grensen for nummertomedier på 50 000 i abonnementstall (opplag) er unødvendig om det innføres et tak på maksimal støtte slik det foreslås i § 14.
- I stedet for begrepene 'dagsaktuelt og samfunnsrelevant nyhetsinnhold, aktualitetsinnhold og debatt' i § 5 b anbefaler vi sterkt at begrepene fra § 3 første ledd i gjeldende forskrift –

'nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt' – beholdes, for å unngå at forskriften griper inn i redaktøransvaret.

- Innhold definert i § 5 b skal utgjøre 'majoriteten' av innholdet, definert som minst 50 prosent. Det bør finnes andre måter å avgrense på enn å tallfeste, f.eks. ved å bruke begrepet 'en vesentlig del' av innholdet.
- Dersom 'debatt' skal forstås som «regelmessig publisering på mediets plattform av ledere, debattinnlegg, anmeldelser eller kommentarer», vil det representere et inngrep i den redaksjonelle frihet og i konkurransevilkårene for medier som mottar støtte.
- MBL støtter at brukerinntekter innføres som fordelingskriterium, men mediehus som lykkes godt med å digitalisere abonnementsmassen vil kunne miste tilskudd når abonnementsprisen for digitale abonnement er lavere enn for komplettabonnement. Departementet må ta hensyn til dette, slik at mediehus som er flinke med digitalisering ikke kommer dårlig ut.
- Støtteberettigede medier er i ulike mediemarkeder, med spesifikke markedsforhold og konkurransesituasjoner. Dette må reflekteres i hvordan tilskuddskategorier settes sammen, og må være basert på en oppdatert, faktabasert analyse.
- MBL ser ingen grunn til at felles eierskap skal gi en reduksjon i tilskudd.

Mediepolitikk er demokratipolitikk

Medienes samfunnsoppdrag er både en sentral del av demokratiets infrastruktur og viktig for komparative fortrinn Norge har, som tillit og kompetanse. Mediepolitikk er derfor demokratipolitikk, og et mangfold av økonomisk sunne medier er en forutsetning for en god samfunnsutvikling. Det er viktig at den medieinfrastrukturen vi har i dag, med mediehus over hele landet, opprettholdes.

Regjeringen anerkjenner dette i Hurdalsplattformen, hvor det står under overskriften «Medium som føresetnad for ytringsfrihet og demokrati» at «Regjeringas mål er å sikre sterke norske medium og leggje til rette for at alle grupper i samfunnet har eit godt medietilbod.»

MBL er enig når departementet skriver at «Departementet legger til grunn at produksjonstilskuddsordningen over tid har bidratt til å opprettholde en stabil og geografisk differensiert mediestructur i Norge, slik det ble uttrykt i mediemangfoldsutvalgets utredning NOU 2017: 17 *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne.*»

Medienes formidling av redigerte nyheter, aktualiteter og samfunnsdebatt er under kraftig press. Hovedårsaken er det digitale annonsemarkedet, hvor de tradisjonelle mediene konkurrerer med internasjonale aktører uten egenprodusert innhold. Dette er enda mer uttalt enn da mediemangfoldsutvalget la frem sin innstilling.

Opplagene har økt siden 2017. Økningen på de digitale utgavene er større enn fallet for papirutgavene, men veksten i brukerinntekter er beskjeden. Papirutgavene står nå i gjennomsnitt for 64 prosent av mediehusenes inntekter. De gode resultatene for 2020 og 2021 er for en stor del et resultat av kostnadskutt, men også vekst i inntektene. Vi ser imidlertid at 2022 har gitt en del utfordringer for mediehusene: økte kostnader (særlig innenfor trykk og distribusjon) og press på folks disponible inntekt, noe som gjør det vanskeligere å opprettholde vekst i brukerinntektene.

Vi vil derfor minne om at i brev til departementet datert 22.02.2022 pekte MBL på at

«Hurdalsplattformen sier at regjeringen skal «Auke innovasjons- og pressestøtta på ein måte som sikrar god utvikling i lokalmedia, utan at det går ut over dei større riks- og regionmedia.» Dette vil bidra til økt forutsigbarhet, men siden det høyst sannsynlig vil komme flere nr. 2-medier inn i ordningen fremover vil det være en betydelig grad av usikkerhet knyttet til støtten for denne gruppen aviser. For å sikre reell forutsigbarhet i ordningen bør det derfor utredes en rettighetsordning med fast beløp per opplagsenhet for mottakere som får støtte etter opplag.»

Overordnet om forslaget

MBL er enig i at det er fornuftig å beholde hovedtrekkene i dagens forskrift, og samtidig tilpasse forskriften bedre til digital nyhetsproduksjon og publisering for å sikre ordningens treffsikkerhet.

Med bakgrunn i den teknologiske utviklingen er MBL enig i at det er klokt å endre vilkårene for å kvalifisere til støtte og kriteriene for fordeling og beregning av tilskudd til støtteberettigede medier.

Imidlertid er det viktig at ny innretning ikke virker negativt for mediehus som lykkes med digitaliseringen. Gjennomsnittlig abonnementspris vil ha stor betydning for støttenivå. Mediehus som lykkes godt med å digitalisere abonnementsmassen vil kunne miste tilskudd når abonnementsprisen for digitale abonnement er lavere enn for komplettabonnement. Departementet må ta hensyn til dette, slik at mediehus som er flinke med digitalisering ikke kommer dårlig ut.

Støtteberettigede medier er i ulike mediemarkeder, med spesifikke markedsforhold og konkurransesituasjoner. Dette må reflekteres i hvordan tilskuddskategorier settes sammen, og må være basert på en oppdatert, faktabasert analyse. Hensikten må være å sikre mediemangoldet. Omleggingen må ikke bidra til å svekke noen mediehus' evne til å levere god journalistikk.

Det er positivt med økt støtte til små, lokale medier, men økningen må skje med friske midler slik Hurdalsplattformen legger opp til, og ikke på bekostning av andre, større mediehus innenfor ordningen. Disse har en viktig rolle i mangfoldet.

Det foreslås å avvikle ordningen med tilskuddsutvalg for behandling av søknader om produksjonstilskudd. Det støtter vi, men det vil oppstå tilfeller der det er tvil om tildeling av mediestøtte. Det vil være hensiktsmessig å sørge for at Medietilsynet får tilgang til dyp og oppdatert bransjekunnskap til hjelp i krevende saker – selsagt uten at bransjen skal kunne ha direkte innflytelse på avgjørelser.

Vi støtter at det inntas en bestemmelse om at et medieselskap kan søke om produksjonstilskudd samlet for flere versjoner av et nyhets- og aktualitetsmedium som utgis av selskapet og som hver for seg ikke er redaksjonelt selvstendige.

MBL er enig i at et støtteberettiget medium må drive løpende journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt til allmennheten, og være redaksjonelt selvstendig.

MBL er også enig i departementets vurdering at det ikke gjøres endringer for gruppen med opplag mellom 4 000 og 6 000 (side 26). Det vil være uklokt å gjøre endringer som kan gjøre disse mediehusene mindre robuste, når det er usikkerhet knyttet til utviklingen i både brukermarkedet og annonsemarkedet fremover.

Kommentarer til paragrafer og ledd

§ 3 Definisjoner

a. medieselskap: et aksjeselskap eller allmennaksjeselskap som består av ett nyhets- og aktualitetsmedium.

Departementet foreslår å fjerne tilknyttet medieprodukt som tilskuddssubjekt, og ikke videreføre definisjon av hovedmedium. Med bakgrunn i at medieutviklingen har vist at det ikke er behov for dette er det et fornuftig forslag.

b. abonnementsstall: antall aktive, betalte abonnement og eksemplarer solgt i løssalg i året før tilskuddsåret, beregnet etter § 4.

Departementets forslag om å at abonnementsstall skal defineres som 'antall aktive, betalte abonnement og eksemplarer solgt i løssalg i året før tilskuddsåret' er språklig upresist og åpner for usikkerhet. Begrepet 'abonnement' er innarbeidet som et begrep som dekker en løpende avtale om forhåndsbetalt kjøp. Det samme gjelder 'løssalg', som er enkeltkjøp.

Departementet bør begrunne hvorfor 'abonnement' som en samlebetegnelse på summen av abonnement og løssalg er mer egnet enn begrepet 'opplag'.

j. nasjonalt nummertomedium: nummertomedium som har minst 500 av abonnementsstallet i minimum fire av landets fylker og minst 25 prosent av abonnementsstallet utenfor utgiverfylket, og som har minst 20 redaksjonelle årsverk

k. nasjonalt nisjemedium: nummertomedium som har minst 200 av abonnementsstallet i minimum fire av landets fylker og minst 25 prosent av abonnementsstallet utenfor utgiverfylket, og som inneholder et bredt tilbud til allmennheten av nyhets-, aktualitets- og debattstoff om politikk, økonomi eller samfunnsliv.

Definisjonene av innholds krav til nasjonalt nummertomedium og nasjonalt nisjemedium, slik de fremkommer i § 5 c og § 3 j og k fremstår som uklare. Det operasjonelle skillet synes å være mellom kravet i § 5 c, som kun gjelder for nasjonalt nummertomedium, om at mediet må «ha[r] en bred sammensetning av ulike sjangre og tematisk innhold fra ulike samfunnsområder», og «bredt tilbud til allmennheten av nyhets-, aktualitets- og debattstoff om politikk, økonomi eller samfunnsliv», som gjelder for nasjonalt nisjemedium. Det første synes å være noe mer omfattende enn det siste, men skillet fremstår likevel som svært krevende å operasjonalisere. Det bør derfor tydeliggjøres at nisjemedium har en smalere innholdsprofil, som er mer rettet mot debatt og kommentar enn nyhetsformidling.

m. redaksjonelle årsverk: antall lønnede faste og midlertidige ansatte som har innholdsproduksjon og det redaksjonelle sluttproduktet som hovedoppgave.

Operasjonalisering av definisjonen må fange opp alle relevante ansatte. MBL viser her til høringsuttalelser fra mediekonsernene, og eventuelle merknader der.

§ 4 Beregning av abonnementsstall

2. Et abonnement som er aktivt gjennom hele året utgjør ett abonnement. Et abonnement med kortere varighet, utgjør en tilsvarende forholdsmessig andel av et abonnement. Et abonnement som gir tilgang til utgivelser et begrenset antall dager i uken, utgjør en tilsvarende forholdsmessig andel av et abonnement.

Det er utydelig hva som her menes. Er det snakk om at man her får tilgang til kun en del av antall totale utgivelser produktet har, eller gjelder det f.eks. også fådagersaviser? Vi foreslår følgende: Et abonnement som gir tilgang til kun en andel av produktets utgivelser i løpet av en uke, utgjør en tilsvarende forholdsmessig andel av et abonnement.

6. Abonnement eller løssalg som er kjøpt av medieselskapet selv, morselskap, datterselskap, søsterselskap eller av aksjonærer eier over 50 prosent i et av de forannevnte selskapene, skal ikke telle med i abonnementstallet.

Når mediehus 'tilbyr' abonnement til ansatte, gjøres dette i praksis gjennom at mediehuset kjøper abonnement. Kjøp til ansatte bør derfor telle med.

5. Salg av digitale tilganger til en bedrift som videreformidler tilgangene til sine kunder teller med i abonnementstallet. Hver digitale tilgang som er solgt for et helt år utgjør ett abonnement. Antall tilganger som regnes med i abonnementstallet skal ikke overstige antall faktiske nedlastninger med 20 prosent. Abonnement beregnet etter dette punktet skal ikke telle med i de første 700 beregnede abonnementene.

Dette punktet inneholder betydelige uklarheter:

- Gjelder vel også bedrifter som videreformidler til ansatte, ikke bare kunder?
- Denne formuleringen er ikke presis nok: 'Antall tilganger som regnes med i abonnementstallet skal ikke overstige antall faktiske nedlastninger med 20 prosent'. Om man har 100 tilganger og 100 nedlastninger så kan man faktisk da få 120 i tellende opplag fordi tilgangene ikke overstiger nedlastninger med mer enn 20%. I bransjens regelverk får man godkjent tilganger om man kan dokumentere nedlastninger. Om f.eks. 50% har lastet ned tilgangene sine kan du få 70% (+20%) av tilgangene som godkjent opplag. Om f.eks. 90% av tilgangene er lastet ned kan du få maks 10% i tillegg (altså alle tilgangene). Dette mener vi er en bedre beregningsmåte, og anbefaler at den brukes.
- Begrepet 'nedlastninger' er et noe utdatert begrep. Det handler mer om hvorvidt tilgangen blir brukt eller ikke.
- Det å dokumentere bruk av tilganger er svært tidkrevende og vanskelig for de mindre avisene. I praksis blir man stående med 1 i tellende opplag dersom man selger 10 tilganger til en bedrift. Vi foreslår å gjøre unntak fra dokumentasjonskravet dersom f.eks. solgte tilganger totalt sett utgjør mindre enn et gitt antall.

9. Dersom den samlede rabatten overstiger 15 prosent av de samlede abonnementsinntektene og gitte rabatter, skal abonnementstallet reduseres slik at samlet rabatt dividert med ordinær gjennomsnittlig abonnementspris for perioden utgjør 15 prosent av summen av de bokførte abonnementsinntektene og gitte rabatter. Rabatten skal beregnes av ordinær fullpris, slik den framkommer i medieselskapets offisielle prisliste.

Utrekningen for reduksjon av abonnementstallet er vesentlig forskjellig fra bransjens regelverk. I forslaget blir hele rabattbeløpet brukt som utregning for avkortning, mens det i bransjens regelverk kun er rabatten over 15% som benyttes i utregning av reduksjonen. Det gir etter vårt syn liten mening at man skal foreta en reduksjon i abonnementstallet basert på de første 15% som er innenfor rammene og unntatt abonnementsreduksjon. Vi mener derfor bransjens metode må brukes.

§ 5 Hvem som kan få tilskudd

Nyhets- og aktualitetsmedier kan få tilskudd når de a. har som hovedformål å drive løpende journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt til allmennheten

b. har dagsaktuelt og samfunnsrelevant nyhetsinnhold, aktualitetsinnhold og debatt som utgjør majoriteten av mediets samlede redaksjonelle innhold

c. har en bred sammensetning av ulike sjangre og tematisk innhold fra ulike samfunnsområder

d. er redaksjonelt selvstendig

e. har en ansvarlig redaktør, jf. medieansvarsloven § 3 første ledd bokstav a

f. tar reell betaling for nyhets-, aktualitets- og debattstoff og annonser etter en offentlig tilgjengelig prisliste

g. har beregnet løssalg som utgjør mindre enn halvparten av beregnet abonnementstall

h. publiserer minst fem egenproduserte redaksjonelle saker per uke i minimum 48 av årets uker

i. publiserer minst 480 egenproduserte redaksjonelle saker per år

j. har minst 700 i abonnementstall

I første ledd bokstav b skal dagsaktuelt forstås som innhold om pågående saker og hendelser, eller innhold som opplyser leserne om forhold som ikke er kjent fra før. Samfunnsrelevant innhold og debatt skal avgrenses mot underholdnings-, livsstils- og forbrukerstoff som er rettet mot leseren som privatperson.

I første ledd bokstav b skal debatt forstås som regelmessig publisering på mediets plattform av ledere, debattinnlegg, anmeldelser eller kommentarer tilpasset mediets utgivelsesfrekvens.

Vilkåret i første ledd bokstav c gjelder ikke for nasjonale nisjemedier.

I vurderingen av om mediet er redaksjonelt selvstendig, jf. første ledd bokstav d, skal det blant annet legges vekt på eierforhold, organisering, om mediet har en egen redaktør, redaksjonelt samarbeid, utseende, navn og layout.

Vilkåret i første ledd bokstav j gjelder ikke for alenemedier som utgis i en kommune med færre enn 5 000 innbyggere og med sentralitet 5 eller 6 etter SSBs inndeling. Disse mediene må i stedet ha minst 450 i abonnementstall.

Til og med tilskuddsåret 2025, kan et nyhets- og aktualitetsmedium som utgis som et betalt nummerert produkt på papir få tilskudd dersom det har 48 utgaver per kalenderår, selv om det ikke oppfyller vilkårene i første ledd bokstav h og i.

MBL er enig i at det skal stilles krav om innhold, både typer og mengde, for å kvalifisere til støtte. Det er imidlertid viktig at kravene ikke kommer i strid med redaksjonell frihet eller bidrar til å begrense konkurransemulighetene og innovasjonsmulighetene for mediehus som mottar støtte.

I § 5 b brukes begrepene 'dagsaktuelt og samfunnsrelevant nyhetsinnhold, aktualitetsinnhold og debatt'. Denne begrepsbruken vil innebære fortolkninger som griper inn i redaktøransvaret, og bør derfor ikke tas i bruk. Eksempelvis begrepet 'samfunnsrelevant' – det er redaktørens rett og plikt å definere hva som er relevant å publisere. Det skal ikke være opp til myndighetene. Vi kan ikke se at begrepene fra § 3 første ledd i gjeldende forskrift – 'nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt' – ikke er tilstrekkelige, og anbefaler sterkt at disse beholdes.

Slikt innhold skal utgjøre 'majoriteten' av innholdet, definert som minst 50 prosent. Dette er nytt sett mot dagens forskrift. Selv om det er mulig å forstå hensikten, går kravet langt i å instruere

redaktørene. MBL mener det bør finnes andre måter å avgrense på enn å tallfeste på denne måten, f.eks. ved å bruke begrepet 'en vesentlig del' av innholdet. Dette vil måtte tolkes, og åpner for skjønn, men er likevel å foretrekke.

Dersom begrepet debatt i frasen «dagsaktuelt og samfunnsrelatert nyhetsinnhold, aktualitetsinnhold og debatt som utgjør majoritetet av mediets samlede redaksjonelle innhold» skal forstås som «regelmessig publisering på mediets plattform av ledere, debattinnlegg, anmeldelser eller kommentarer», vil det representere et inngrep i den redaksjonelle frihet og i konkurransevilkårene for medier som mottar støtte.

Debatt på annen plattform blir vanligere, noe vi ser i Trøndelag der Adresseavisen har «Midt norsk debatt» og Nidaros er involvert i «Trønderdebatt». Dersom forslaget tolkes rigid vil Nidaros bli tvunget til å tre ut ut av dette samarbeidet og etablere en mer begrenset debatt på egen plattform.

I så fall vil nummertomediet ikke kunne konkurrere på like vilkår med nummerenmediet. Det vil være til skade for konkurransen og innovasjonen blant mediehusene, noe forskriften ikke må bidra til. Derfor mener vi at forskriften bør ha regel om at debatt tydelig må være en del av innholdet, men at kravet om at debatt må publiseres på egen plattform må utgå.

MBL støtter at ordningen utvides til å inkludere nyhets- og aktualitetsmedier med minst 450 i abonnementsstall og som utgis i en kommune uten avisutgivelse med færre enn 5 000 innbyggere og med sentralitet 5 eller 6 etter SSBs inndeling. Ved utvidelser av ordningen må det følge med økt bevilgning, slik at utvidelser ikke svekker støtten til eksisterende tilskuddsmottakere.

§ 6 Vilkår knyttet til medieselskapet

Medieselskapets årsoverskudd etter skatt i henhold til aksjeloven eller allmennaksjeloven, fratrukket tilskudd etter denne forskriften, kan ikke utgjøre mer enn to millioner kroner siste regnskapsår, eller mer enn seks millioner kroner i løpet av de siste tre regnskapsår.

Medieselskapet kan per år betale utbytte som maksimalt utgjør 25 prosent av tilskuddet tildelt året før utbytte besluttet av generalforsamlingen, men ikke mer enn 500 000 kroner. For medieselskap som inngår i konserndannelser jf. aksjeloven og allmennaksjeloven § 1-3, skal konsernbidrag regnes som utbytte.

Mulighet for utbytte er viktig for å kunne tilhøre et Eiermiljø, med de åpenbare fordeler det innebærer for gjensidig samarbeid og rasjonalisering, og for å kunne tiltrekke risikokapital hvis det er nødvendig. Det er derfor viktig at muligheten til å kunne betale utbytte opprettholdes og ikke svekkes.

§ 7 Vilkår knyttet til medieselskapets transaksjoner

Medieselskapets del av konsernets felleskostnader kan ikke overskride én prosent av selskapets driftsinntekter eksklusiv tilskuddsmidler.

Det lar seg kontrollere om felleskostnader er i mediehusenes interesse, og bestemmelsen er derfor overflødig.

§ 8 Begrensninger i hvem som kan få tilskudd

Nummerén- og alenemedier som har 5700 i abonnementsstall eller mer og nummertomedier som har 50 000 i abonnementsstall eller mer kan ikke få tilskudd.

MBL har tidligere foreslått at det vurderes å utvide ordningen til også å gjelde nummerén- og alenemedier med abonnementstall (opplag) over dagens grense på 6 000, dersom disse har en økonomi som tilsier det. Vi registrerer at departementet ikke foreslår det i denne omgangen, og anbefaler at dette vurderes i forbindelse med fireårige styringssignaler i høst.

Grensen for nummertomedier på 50 000 i abonnementstall er unødvendig om det innføres et tak på maksimal støtte slik det foreslås i § 14. Det er ikke gitt at et mediehus med mer enn 50 000 i abonnementstall ikke har behov for støtte for å kunne levere et produkt som kan være et godt alternativ for brukerne. Med økende digitalisering kan enkelte mediehus komme i en situasjon der abonnementsprisen vil være lavere enn tilfellet er i dag, og der abonnementstall (opplag) må være høyt for å opprettholde brukerinntekter som er høye nok til å finansiere journalistikken.

Et medieselskap som defineres som et foretak i vanskeligheter i henhold til forordning (EU) nr. 651/2014 artikkel 2 nr. 18, jf. forskrift 14. november 2008 nr. 1213 om unntak fra notifikasjonsplikt for offentlig støtte § 1, kan ikke få tilskudd.

Et medieselskap som er gjenstand for et utestående tilbakebetalingskrav på grunnlag av et vedtak fra EFTAs overvåkningsorgan som slår fast at tidligere mottatt støtte er ulovlig og uforenlig med EØS-avtalen, kan ikke få tilskudd.

Selskap som defineres som et foretak i vanskeligheter kan som følge av EØS-avtalen ikke motta støtte. Vi viser til side 27 i høringsutkastet. Så langt vi vet rammes ingen tilskuddsmottakere av bokstavene c) til e). Når det gjelder a) og b) må det hentes inn opplysninger fra selskapene.

Følgende aviser hadde negativ egenkapital ved utgangen av 2021. De kan derfor rammes av a) og b), noe som må avklares:

- Mitt Kongsvinger
- porten.no
- Klæbuposten AS
- Meråkerposten AS
- Arendals Tidende
- Minerva
- Sydvesten lokalavis AS
- Stord24
- Medieselskapet Karmøynytt AS
- Sør-Varanger Avis AS
- Østhavet
- Stjørdalsnytt
- Vestnesavisa

Dersom disse mediehusene faller ut av ordningen er det grunn til å anta at en stor del vil kunne bli lagt ned.

§ 11 Tilskuddskategorier

Medier som kan få tilskudd plasseres i en av følgende tilskuddskategorier:

1. Nummerén- og alenemedier

2. Lokale nummertomedier

3. Nasjonale nummertomedier

4. Nasjonale nisjemedier

Den gjeldende forskriften sier dette om tildeling av tilskudd til støtteberettigede nr. 2-medier:

«Tilskuddet fordeles på bakgrunn av samlet årsopplag for hovedmediet og alle tilknyttede medieprodukter, multiplisert med følgende tilskuddssatser:

Sats 1: Riksmedier, definert som:

- a. *medier som har solgt minst 30 prosent av opplaget utenfor utgiverfylket,*
- b. *medier som har et opplag på minst 100 i en tredjedel av landets fylker, og*
- c. *medier som kommer ut minst 6 ganger ukentlig.*

Sats 2: Medier i Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim.

Sats 3: Øvrige medier.»

Her er det tre tilskuddskategorier: riksmedier (sats 1), medier i de fire storbyene (sats 2) og øvrige medier (sats 3). I forslaget er det to tilskuddskategorier: lokale nummertomedier og nasjonale nummertomedier. Det innebærer at dagens sats 2 og 3 slås sammen. Se kommentar til § 12.

§ 12 Beregning av tilskudd

Nummerén- og alenemedier får tilskudd på følgende måte:

- 1. Nummerén- og alenemedier får et grunntilskudd.**
- 2. Nummerén- og alenemedier med utgiversted i Nordland eller Troms og Finnmark mottar dobbelt grunntilskudd for dager med utgivelse på papir.**
- 3. Nummerén- og alenemedier som har færre enn 3700 i abonnementsstall får et ekstratilskudd.**
- 4. Nummerén- og alenemedier som har fra og med 700 og færre enn 1700 i abonnementsstall får dobbelt ekstratilskudd.**

Nummertomedier får tilskudd på følgende måte:

- 1. Medier i samme tilskuddskategori får et grunntilskudd. Hver tilskuddskategori kan ha ulikt grunntilskudd.**
- 2. Nasjonale nummertomedier og nasjonale nisjemedier som redigeres på nynorsk får et ekstra nynorsktilskudd.**
- 3. Lokale nummertomedier skal få minst like mye i tilskudd som nummerénmediet på utgiverstedet. Disse mediene får tilskuddet beregnet etter første ledd dersom dette gir et høyere tilskudd enn etter andre ledd.**
- 4. Lokale nummertomedier som er del av samme konsern som nummerénmediet på utgiverstedet får tilskuddet beregnet etter første ledd.**
- 5. Bydels- og kommunedelsmedier får tilskudd beregnet etter første ledd.**
- 6. Dersom alle medier som kan få tilskudd på et utgiversted har fra og med 700 og færre enn 5700 i abonnementsstall, får alle beregnet tilskudd etter første ledd.**
- 7. Etter at tilskudd er fordelt etter punkt 1 til 6 over, fordeles det som gjenstår av rammen for hver tilskuddskategori mellom mediene i samme kategori. Tilskudd til det enkelte medium skal tilsvare den andelen mediets brukerinntekter utgjør av de totale brukerinntektene for alle medier i samme tilskuddskategori.**

Departementet fastsetter den årlige størrelsen på grunntilskuddene og ekstratilskuddene etter denne bestemmelsen.

MBL støtter at brukerinntekter erstatter opplag og frekvens som fordelingskriterium. Brukerinntekter er en funksjon av opplag og pris. Det betyr at gjennomsnittlig abonnementspris vil ha stor betydning for støttenivå. En slik omlegging vil kunne ha uintenderte konsekvenser.

Mediehus som har lyktes med å digitalisere abonnementsmassen vil rammes, dersom brukerinntektene dermed er lavere enn for andre med større grad av papir- og/eller komplettabonnementer. Departementet må ta hensyn til dette, slik at mediehus som er flinke med digitalisering ikke kommer dårlig ut.

En annen konsekvens er at mediehus med høyt opplag, men lavere gjennomsnittspris enn andre mottakere i samme kategori, vil tape på omleggingen. I store byer med hard konkurranse vil abonnementspris kunne være et virkemiddel som nummertomediet vil benytte seg av for å tiltrekke seg flere brukere.

Mangfold og konkurranse er i tråd med produksjonstilskuddets hensikt og regjeringens mediepolitiske målsettinger. En egen kategori for nummertomedier i de fire storbyene, slik det er i dagens forskrift, kan være en måte å hensynte dette på. En annen kan være at abonnement (opplag) også skal telle med for å fastsette tilskudd for disse mediene.

Hurdalsplattformen sier at regjeringen vil «Auke innovasjons- og pressestøtta på ein måte som sikrar god utvikling i lokalmedia, utan at det går ut over dei større riks- og regionmedia.» Her må man sørge for at dette ivaretas.

Punkt 4 sier at 'Lokale nummertomedier som er del av samme konsern som nummerénmediet på utgiverstedet får tilskuddet beregnet etter første ledd.' MBL ser ingen grunn til at felles eierskap skal gi en reduksjon i tilskudd. Bruk av tilskudd er strengt regulert, og skal brukes hos mottaker for å styrke tilbudet til publikum. Forslaget vil svekke slike nummertomedier, noe som er i strid med hensikten med ordningen.

§ 14 Øvre grenser for tilskudd

Det samlede produksjonstilskuddet til et medieselskap fra denne tilskuddsordningen og andre produksjonstilskuddsordninger kan ikke utgjøre mer enn 40 prosent av medieselskapets totale driftskostnader eller overstige selskapets brukerinntekter knyttet til abonnement og løssalg i året før tilskuddsåret.

Et medieselskap kan ikke få mer enn 40 mill. kroner i årlig tilskudd. Et medieselskap som eier et nasjonalt nisjemedium kan ikke få mer enn 15 mill. kroner.

For noen små, lokal mediehus kan grensene for tilskudd på henholdsvis 40 prosent av mediets totale driftskostnader eller mediets brukerinntekter i noen tilfeller være krevende. Under pandemien, da det i perioder var stor usikkerhet knyttet til annonse- og brukerinntekter, førte kostnadsreduksjoner til at enkelte små, lokale mediehus fikk mer i tilskudd enn disse grensene tilsier. De er sårbare, og dersom de mister tilskudd kan driften komme i fare. Vi ber departementet vurdere om det kan stilles mindre strenge krav til de minste mediehusene.

MBL registrerer at det er et ønske om å hindre at et medieselskap kan få tilskudd som overstiger henholdsvis 40 mill. kr og 15 mill. kr. Vi mener § 14 og 15 må sees i sammenheng, og at det gir liten mening å ha både et absolutt kr-tak og en avkortningsordning basert på driftsinntekter. Det siste vil være uheldig med tanke på mulighet til å utvikle mediet forretningsmessig, og svært uheldig med tanke på inflasjon vil gjøre beløpet mindre 'verdt' år for år. Vi mener derfor at det

kan tas inn i forskriften et øvre tak på 40 mill. kr og 15 mill. kr, men at det som er sitert fra forslag til § 15 under ikke tas inn.

§ 15 Avkortning av tilskudd

Et medieselskap som har driftsinntekter, fratrukket tilskudd etter denne forskriften, som utgjør mer enn 225 mill. kroner siste regnskapsår eller mer enn 675 mill. kroner de siste tre regnskapsårene får tilskuddet avkortet. Tilskuddet avkortes med

a. 25 prosent dersom driftsinntektene utgjør inntil henholdsvis 250 mill. kroner eller 750 mill. kroner

b. 50 prosent dersom driftsinntektene utgjør inntil henholdsvis 275 mill. kroner eller 825 mill. kroner

c. 75 prosent dersom driftsinntektene utgjør inntil henholdsvis 300 mill. kroner eller 900 mill. kroner

Et medieselskap som har driftsinntekter, fratrukket tilskudd etter denne forskriften, som utgjør mer enn 300 mill. kroner siste regnskapsår eller mer enn 900 mill. kroner de siste tre regnskapsårene får ikke tilskudd.

Et medieselskap som overstiger de øvre grensene for tilskudd som angitt i § 14, får tilskuddet avkortet tilsvarende.

Se kommentar til § 14.

§ 16 Medier som mister retten til tilskudd

Et medieselskap som bryter vilkårene i § 6 fjerde ledd om utbytte eller § 7 første eller andre ledd om transaksjoner utelukkes fra å få tilskudd i en periode på tre år. Ved unnskyldelige og marginale brudd på vilkårene i § 6 fjerde ledd eller § 7 første ledd siste punktum, kan Medietilsynet beslutte at medieselskapet likevel får tilskudd og blir i ordningen, eller får tilskudd i en overgangsperiode, jf. første ledd. Unnskyldelige og marginale brudd kan ikke utgjøre mer enn 20 000 kroner eller fem prosent av maksimalt tillatt utbytte ved brudd på § 6 fjerde ledd og 20 000 kroner eller 1,5 prosent av driftsinntektene ved brudd på § 7 første ledd siste punktum.

Det er positivt at departementet foreslår at Medietilsynet ved 'unnskyldelige og marginale brudd på vilkårene' kan beslutte at støttemottaker likevel blir i ordningen. Det sentrale er at brudd på vilkårene ikke må være gjort med forsett. Vi ber derfor departementet vurdere om et fast kronebeløp er hensiktsmessig, siden verdien av dette vil synke over tid.

Departementet skriver at slike unntak normalt kun kan gis én gang for et medieselskap. Her bør det settes en grense for hvor lenge 'unnskyldelige og marginale brudd på vilkårene' skal hefte ved et selskap, f.eks. fem år. Evigheten vil være for strengt.

§ 17 Søknad om tilskudd

For søkere eid av konserner skal revisor også attestere for at det er oppgitt korrekt administrasjons- og serviceavgift til dekning av konsernets felleskostnader.

Se kommentar til § 7.

§ 18 Samlet søknad for flere versjoner av et medium

Et medieselskap kan søke om tilskudd samlet for flere versjoner av et medium som utgis av selskapet og som ikke oppfyller vilkåret i § 5 første ledd bokstav d om å være redaksjonelt selvstendige. Mediene må oppfylle de øvrige vilkårene i forskriften samlet, og får beregnet tilskudd som ett medium.

MBL støtter forslaget.

§ 20 Kontroll av opplysninger

Medietilsynet, eller noen som Medietilsynet har inngått avtale med, skal få oversendte de kontrollerte opplysningene senest 1. mars hvert år.

Bransjens opplagskontroll utføres av MBL etter et fastsatt og objektivt regelverk. I dag overleverer MBL opplagstall til Medietilsynet i månedsskiftet mars/april. Unntaket er tall for nye søkere som leveres 10. juni. Dersom fristen, slik det er foreslått, settes til 1. mars mister MBL omtrent en måned i arbeidet med å fremskaffe tallene, noe som kanskje ikke vil være mulig. Vi ber derfor om at dagens frist opprettholdes.

§ 23 Unntak fra forskriften

Det er fornuftig at Medietilsynet kan gjøre unntak fra bestemmelser gitt i eller med hjemmel i denne forskriften for medier som allerede mottar tilskudd dersom mediemangfoldet kan reduseres uten at det gjøres unntak, men unntak må være tydelig begrunnet og tidsavgrenset.

§ 27 Overgangsregel

Med tanke på forutsigbarhet er det rimelig at det gis gode overgangsordninger når de økonomiske konsekvensene er betydelige ved endring av forskriften. Vi støtter derfor forslaget om at over en treårsperiode beregnes tilskuddet med henholdsvis 2/3, 1/2 og 1/3 av tilskuddet de mottok i 2022 og resten etter ny forskrift når dette gir mediet mer i tilskudd enn beregnet kun etter ny forskrift.

Annet

Vi utdyper gjerne synspunktene dersom det er behov for det.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING

Randi S. Øgrey

Adm. dir.