



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.

Mediebedriftenes Landsforening (MBL): Statsbudsjettet for 2025 (SD, Kap. 1370 Posttjenester, post 70)

VIKTIG AT OPSJONEN FOR ANBUDENE FOR AVISDISTRIBUSJON UTLØSES

- 1. Vi ber om at opsjonen for ytterligere ett år for anbudene for avisdistribusjon utløses. Det vil være nødvendig å sikre distribusjon over hele landet også etter at opsjonsperioden utløper.**
- 2. Vi minner om at vi i vårt høringsinnspill til forslag til ny ekom-lov ber komiteen understreke at hensynet til ytringsfrihet og mediemangfold må vektlegges og ivaretas så langt det lar seg gjøre i praktiseringen av regelverket for informasjonskapsler. Vi ber også komiteen understreke viktigheten av at tilsynsmyndighetene fører en aktiv dialog med bransjen om praktiseringen, og at regjeringen som følge av et svekket finansieringsgrunnlag for mediene i annonsemarkedet må forsterke mediepolitikken.**
- 3. Da Meld. St. 28 (2020-21) Vår felles digitale grunnmur ble behandlet var komiteflertallet bekymret for hvordan svikt i konkurransen på bredbåndsmarkedet rammer forbrukerne, og pekte på at det bør legges til rette for ytterligere konkurranse på tjenestenivå. Dette er viktig for mediebedrifter.**
- 4. Høyhastighetsbredbånd over hele landet er nødvendig infrastruktur og må være tilgjengelig for alle.**

Norge har et godt mediemangfold, befolkningen har høy tillit til mediene og et høyt konsum av nyheter, og vi er på verdenstoppen i andel digitale abonnenter. En avgjørende årsak til dette er en aktiv politisk vilje og en helhet av brede rammevilkår, hvor merverdiavgiftsfritaket og mediestøtten står helt sentralt og utfyller hverandre, og hvor de statlige distribusjonsanbudene sikrer lik distribusjon over hele landet.

Et godt demokrati kan ikke fungere uten god nyhetsformidling og en velfungerende offentlig samfunnsdebatt over hele landet. Et mangfold av redaktørstyrte medier er den viktigste motvekten mot den økende strømmen av feilinformasjon, desinformasjon og påvirkningsforsøk. Mediemangfoldet bygger motstandskraft både direkte og indirekte. Mediene bidrar til tillit, til demokratiet – og mellom innbyggerne. Med et forverret trusselbilde og rask teknologisk endring, er medienes samfunnsrolle viktigere enn noen gang.

Etter flere år med relativt gode økonomiske resultater, ble 2022 det verste året siden finanskrisen, og 2023 nesten like ille.



Selv om norske aviser er verdensledende i digitalisering av innhold og forretningsmodell, har ikke avisene, med få unntak, fått etablert en bærekraftig, heldigital forretningsmodell. Papiravisen er derfor nødvendig for å finansiere journalistikken i mange år fremover. Medietilsynets beregning viser at i 2023 bidro papiravisen med 1,4 mrd. kr til avisenes samlede driftsresultat, som var vel 315 mill. kr før statlige tilskudd.

Når en betydelig del av befolkningen over 12 år, 23 prosent, daglig leser papiraviser, er ikke dette et uttrykk for at vi henger etter i digitaliseringen. Avisene har mer enn 1,7 millioner rene digitale abonnemeter. Norske medier har trolig kommet lengst i verden i digitalisering.

Likevel er gjennomsnittlig 50 prosent av avisenes økonomi knyttet til papiravisen. Dette tallet varierer kraftig, der spesielt de mindre lokalavisene har en vesentlig høyere andel av inntektene fra papiravisen.

I 2024 er det tilbakegang i både brukermarkedet (opplag) og annonsemarkedet. Det er sterk konkurranse om brukernes tid og penger fra de globale plattformene, og den digitale veksten veier ikke lengre opp for fallet i papirannonsering og komplettabonnement.

Det vil bli svært krevende å opprettholde inntektene for mediene fremover, mens kostnadene vil øke. Utviklingen kan sette mediens mulighet til å fylle samfunnsrollen over hele landet under press, med de negative konsekvenser det vil ha.

Det er nødvendig å ta vare på inntektene fra papirutgavene så lenge vi kan, samtidig som digitaliseringen går for fullt. Det må være et mål at brukere over hele landet har lik tilgang til medier, bl.a. gjennom å sikre distribusjon.

Beslutninger på andre områder påvirker mediene negativt. Forslag til ny ekomlov, som er til behandling i denne komiteen, vil gjøre det vanskeligere for mediehusene på det digitale annonsemarkedet og vil bety lavere annonseinntekter for mediene. Vi minner om at vi i vårt høringsinnspill i saken ber komiteen understreke at hensynet til yttringsfrihet og mediemangfold må vektlegges og ivaretas så langt det lar seg gjøre i praktiseringen av regelverket for informasjonskapsler mv., slik at negative konsekvenser minimeres.

Vi ber også i innspillet komiteen understreke viktigheten av at tilsynsmyndighetene fører en aktiv dialog med bransjen i forbindelse med praktiseringen, og vise til at mediens samfunnsrolle er viktigere enn noen gang, og at regjeringen som følge av et svekket finansieringsgrunnlag for mediene i annonsemarkedet må forsterke mediepolitikken.

Avisdistribusjon på anbud

Kap. 1370 Posttjenester, post 70, omtaler to anbudskontrakter: med Aktiv Norgesdistribusjon om lørdagsomdeling av aviser, og med Posten Norge om avisomdeling på ukedager. Begge løper frem til sommeren 2025, og gjelder i områder uten kommersielt avisbudnett.

Da postloven ble endret og Postens omdelingsfrekvens ble 2,5 dag per uke, ga komiteen klart uttrykk for at alle, uansett hvor de bor, skal kunne motta papiravis på lik linje med de som bor sentralt, og det er svært positivt at Samferdselsdepartementet har satt av penger til å utløse opsjonen for ytterligere ett år for anbudene.

Anbudene er svært viktige for abonnentene i disse områdene, og for avisene. Det er avgjørende for å sikre mediemangfoldet at avisene klarer å holde på flest mulig abonnenter, mens digitaliseringen pågår for fullt. Distribusjon på utgivelsesdagen er nødvendig for å holde på abonnenter som leser papirutgaven.



Vi ber komiteen peke på betydningen av at opsjonen utløses, og fremholde at det er nødvendig å sikre distribusjon over hele landet også etter at opsjonsperioden utløper sommeren 2026.

Bredbånd over hele landet

God digital infrastruktur er nødvendig for at mediene skal nå ut til folk med sine tjenester, og oppfylle sitt samfunnsoppdrag. Høyhastighetsbredbånd over hele landet er nødvendig infrastruktur og må være tilgjengelig for alle.

Konkurransen og innovasjon i bredbåndnettene

MBL har tidligere pekt på at vi er bekymret for de langsiktige konsekvensene av utviklingen i bredbåndsmarkedet. Meld. St. 28 (2020-21) *Vår felles digitale grunnmur* dokumenterte at et stort antall forbrukere, spesielt i distriktene, ikke hadde valgfrihet mellom bredbåndsløpere på grunn av høye investeringskostnader.

Da meldingen ble behandlet i Stortinget var komiteflertallet «bekymret for hvordan svikt i konkurransen og bruk av bindingstid, koblingssalg og andre innlåsningsmekanismer som rammer forbrukerne, er til hinder for valgfrihet og begrenser tilgangen til fri informasjon.» Flertallet mente at «det bør legges til rette for ytterligere konkurranse på tjenestenivå og føres hyppigere kontroll av markedet hvor en aktør har monopol eller spesielt sterk markedsstilling.»

Dette er viktig for mediebedrifter.