

Danske Specialmedier – mediestøtteoplæg 2011-2014

Mangfoldighed og kvalitet er overskriften på det elektroniske medieforlig – og netop mangfoldighed og kvalitet præger specialmedierne – både på det trykte medieområde og på nettet.

Specialmedierne – magasiner, fagblade, tidsskrifter og fritstående netportaler – er landets i antal største mediegruppe. Næste alle danske husstande modtager mindst et trykt specialmedie – og for mange danskere, er specialmedier, den eneste kontakt til den trykte medieverden – og på grund af dagbladenes hastigt faldende oplag er der stadig flere, som får specialmedier som deres væsentligste trykte informationskilde.

Det er medier, som indenfor hver deres område giver øget viden til danskerne, og som derfor er et vigtigt led i folkeoplysningen.

Specialmedierne giver læserne en indsigt og mulighed for fordybelse, som andre hurtige medier ikke kan levere. De formidler også en viden og innovation, som ikke mindst indenfor de meget specialiserede fagmedier er med til at udbrede en viden, som gør Danmark rigere.

Specialmedierne rummer megen originaljournalistik, og ifølge medieudredningen fra Anker Brink Lund og Rambøll bidrager et stort antal magasiner, fagblade og fritstående netportaler, til de publicistisk meriterede og politisk sanktionerede mediestøtteformål – uden i dag at kunne få del i mediestøtten.

Trods den manglende støtte leverer fagblade og dertil knyttede webmedia fem procent af den originale nyhedsproduktion – og hertil kommer et par procent fra magasinet og tidsskrifter.

Medieudredningen vurderer, at cirka 100 specialmedier (med Ugebrevet A4, Fagbladet 3f, Ugebrevet Mandag Morgen, Computerworld, Dagens Medicin, Lederne, Sygeplejersken og magasinet Ingeniøren i spidsen) bidrager både til fremme af samfundsdebatten og folkeoplysningen.¹

Udredningen henviser også til en række fritstående internetmedier, *“ der ikke lader sig indpasse i mediestructurens traditionelle kategoriseringer, men som ikke desto mindre potentielt bidrager til det, som mediestøtten officielt skal støtte, det vil sige fremme af den demokratiske samfundsdebat, oplysning og kulturformidling”*.²

Danske Specialmedier ser frem til, at de mange specialmedier – både trykte og fritstående internetmedier – som lever op til de formål, der ligger til grund for mediestøtten, i et nyt medieforlig sikres støtte på lige vilkår med andre medier.

Specialmedierne er i høj grad også dagsordenssættende – både i de øvrige medier – men også politisk. En stor del af de sager, som tages op i Folketingets udvalg og i spørgetiden, tager deres udgangspunkt i artikler i specialmedier.

Specialmediernes vilkår i dag.

Specialmedierne opererer på et mediemarked, hvor der er en række støtteordninger, som for en stor del er historisk betingede – og som gør, at konkurrencen ikke foregår på lige vilkår.

Forskellene er tydeligst på disse områder:

1. Støtte til distribution

Distribution er blevet en post, der fylder stadig mere på omkostningssiden for trykte medier.

¹ Medieudredningen side 74

² Medieudredningen side 77

Udgifterne til distribution er steget kraftigt – for nogle op til 600 procent siden 2004 – som følge af både den politiske beslutning om at fjerne portostøtten til uge- og månedsblade i 2004 og den manglende konkurrence på distributionsmarkedet.

Da portostøtte bortfaldt for dagblade i 2007 blev den erstattet af en distributionsstøtte på 340 millioner kr. til dagblade – et beløb svarende til værdien af den hidtidige portostøtte for dagblade.

Da portostøtten på 188 millioner kr. til uge- og månedsblade ophørte i 2004 blev den erstattet af en støtte til almenyttige blade på 40 millioner kr. (og senere af 10 millioner kr. til omnibusblade med høj udgivelsesfrekvens – Ugeavispuljen).

Samtidig vedtog finanslovsparterne en tekst, der lød:

“Der er udsigt til en øget konkurrence blandt distributørerne. Afviklingen af portostøtten til uge- og månedsblade og den pågående postliberalisering vil understøtte denne udvikling. Det forventes således ikke, at der vil ske en markant forøgelse af distributionstaksterne for de berørte blade. Forligsparterne har noteret sig, at regeringen vil følge udviklingen på distributionsmarkedet nøje”.

Hvordan er det så gået siden 2004? I forventning om en hurtig liberalisering af det danske postmarked, gik det norskejede Bring Citymail ind på markedet – men da liberaliseringen trak ud, opgav Bring Citymail det danske marked – og i dag har Post Danmark reelt et monopol.

Danske Specialmedier har analyseret udviklingen i portoen for uge- og månedsblade siden 2004 – og stigningerne i portoen går fra 150 procent af portoen i 2004 til 600 procent. Det er små blade med et oplag under 3000 eksemplarer pr. gang, som har fået mere end femdoblet distributionsudgifterne. Der var i 2004 over 4000 blade med sådanne oplag – blade der udgjorde en vigtig del af foreningsDanmark. Hvor mange af disse blade, der siden er gået ind, findes der ikke officielle tal for – men vores skøn er mindst 1000.

Der er nu indgået et forlig om en liberalisering af postmarkedet – men det er en liberalisering, som i bedste fald på længere sigt kan føre til konkurrence, og som ikke her og nu kan forventes at føre til et stop for den hastigt stigende bladporto.

2. Momsfritagelse – trykte medier.

Dagblade og enkelte dagbladslignende publikationer er i dag fritaget for moms af bladsalget. Denne momsfritagelse blev i 2007 anslået til at have en værdi på 1,1 milliarder kr. – når værdien af lønsumsafgiften for avisernes bladsalg på 2,5 procent er modregnet.

Denne momsfritagelse betyder, at dagbladene har en konkurrencefordel i forhold til de magasiner og blade, som skal lægge 25 procent i momsen til salgsprisen.

Det er en forskel, som er blevet meget tydelig de senere år – efter at mange dagblade i stor udstrækning er begyndt at udgive magasinlignende tillæg. Disse tillæg kan – fordi de er en del af en avis – sælges uden moms og distribueres med støtte – mens konkurrenterne bidrager med moms og distribueres uden støtte.

3. Konkurrenceforvridning i de eksisterende distributionsordninger

De nuværende støtteordninger er ikke alene baseret på indholdet i medierne – men tager også udgangspunkt i om udgiveren er en forening eller en kommerciel bladudgiver.

Således er det alene kommercielle udgivere, som kan få del i støtten fra ugeavispuljen (puljen for dagbladslignende publikationer) – mens det indenfor bladpuljen alene er foreningsudgivne blade, som kan modtage distributionsstøtte.

Det betyder i ugeavispuljen, at foreningsudgivne blade med et støtteværdigt indhold, der konkurrerer med et kommercielt udgivet blad, ikke kan få distributionsstøtte – mens det modsatte gør sig gældende i Bladpuljen, hvor der er foreningsblade med et kommercielt indhold, der konkurrerer med forlagsudgivne blade med samme type indhold.

4. Momsfritagelse – netmedier

De fritstående netmedier (eks. Altinget.dk, Avisen.dk, Mediawatch.dk m.fl.) konkurrerer med dagbladenes og public service-stationernes stadig mere specialiserede netportaler.

Dagbladenes netportaler er ikke underlagt brugerbetaling, da de i vid udstrækning finansieres af indtægterne fra de momsfrie dagblade. De produceres i vid udstrækning også af journalister

fra disse dagblade – og dermed er der tale om en væsentlig indirekte statsstøtte til dagbladenes netmedier.

De fritstående netmedier har i en række tilfælde hovedparten af deres indtægter fra brugerbetaling – og da der ikke er momsfritagelse for netmedier – er de udsat for en ulige konkurrence her i forhold til de dagbladsudgivne netmedier, som er gratis for brugerne – og som indirekte delvis finansieres via dagbladenes momsstøtte.

5. Dagbladsnævnet – kun for trykte medier

Dagbladsnævnet yder støtte til etablering, omstilling og sanering af dagblade og dagbladslignende medier – men kan efter de nugældende regler ikke yde støtte til projekter på andre platforme. Det er en begrænsning nævnet selv har fremhævet i en evaluering af nævnets virke.

Desuden er det konkurrenceforvridende, at det alene er dagblade og dagbladslignende publikationer, der kan få støtte – og ikke nicheprægede medier uanset platform.

6. Konkurrencen fra public service-stationer

De fritstående netmedier er også udsat for konkurrence fra de licensfinansierede public service-stationers portaler.

DRs portaler, som også bliver stadig mere specialiserede, drives uden brugerbetaling og indholdet produceres med statsstøtte via licensen.

Det gør det vanskeligt for ikke-støttede netmedier at konkurrere i forhold til brugerne, som får det ene produkt "gratis" og skal betale for det andet.

Vi håber, at indførelsen af værdi- og konkurrence-test for nye DR-produkter vil føre til, at en yderligere konkurrenceforvridning fra DR kan undgås.

Danske Specialmediers forslag til sikring af lige vilkår for publicistiske medier

Specialmedier skal ikke have særbehandling – men skal blot sikres, at de på lige fod med andre publicistiske medier får økonomi til at kunne udvikle dansk produceret indhold til gavn for folkeoplysningen og den demokratiske debat i Danmark.

Danske Specialmedier fremlægger forslag til ændringer i mediestøtten, som vil beløbe sig til godt 65 millioner kr. Dette beløb bringer os ikke støttemæssigt på lige fod med andre støttede trykte medier – men det er et realistisk første og vigtigt skridt mod at skabe lige vilkår.

De dynamiske effekter i en forøget støtte på 60-70 millioner kr. til specialmedierne vil betyde, at den statsfinansielle virkning vil være begrænset, da støtten vil blive omsat i produktion af mere danskproduceret indhold, flere udgivelser og dermed også større skatte- og momsindtægter for samfundet.

Vi har i oplægget valgt at fokusere på henholdsvis de trykte medier og de fritstående netmediers vilkår.

De trykte medier: Her har vi prioriteret distributionsstøtten – fordi distribution er en stadig stigende omkostning for trykte medier – og det er en omkostning, som fylder stadig mere i en økonomi, der ikke mindst på baggrund af den finansielle krise er blevet meget anstrengt – og hvor konkurrenceforvridningen slår hårdt igennem.

Vi så også gerne lige vilkår for moms – men vurderer, at det ikke er politisk og økonomisk realistisk at få det løst på kort sigt – men et første skridt på vejen kan være en forhøjelse af lønsumsafgiften for de momsfrie medier.

De fritstående netmedier – fordi disse medier er de eneste publicistiske netmedier, der ikke enten direkte eller indirekte får mediestøtte, og fordi udviklingen af disse medier er af afgørende betydning for at sikre mangfoldigheden i fremtidens mediebillede.

-----0-----

Tre konkrete forslag til ændret mediestøtte fra Danske Specialmedier Danske Specialmediers mediepolitiske oplæg 2011-2014

Danske Specialmedier er principielt enige i forslaget i medieudredningens scenarie 3 – meriteringsscenariet – og vil opfordre til, at der i den kommende forligsperiode sættes et arbejde i gang med henblik på i den næstfølgende forligsperiode at implementere forslagene i meriteringsscenariet.

Vi er også enige i, at en uændret videreførelse af de nuværende støtteordninger – baselinescenariet – vil have meget uheldige konsekvenser, og vi vil derfor opfordre til, at der med udgangspunkt i scenarie 2 – *saneringsscenariet* – gennemføres følgende forslag:

1. Distributionsstøtte – nyhedsmedier

Distributionsstøtten for dagblade fortsætter uændret.

Ugeavispuljen udvides fra 10 til 55 millioner kr. – og støtten gives til blade, der opfylder følgende kriterier:

- Blade der udkommer over 12 gange om året
 - Mindst halvdelen af publikationens indhold skal være redaktionelt stof (ikke annoncer)
 - Mindst halvdelen af bladets redaktionelle stof er inden for mindst et af områderne – samfund, politik, videnskab og kultur
 - Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være selvstændigt bearbejdet med henblik på offentliggørelse i den pågældende publikation
 - Kravet i den nuværende ugeavisordning om, at stoffet skal behandle et bredt emneområde, fjernes – og det samme gør kravet om, at publikationen skal henvende sig til en bred kreds af læsere.
 - Støtten kan gives til blade, der opfylder kriterierne – uanset om udgiveren er en kommerciel udgiver eller en forening.
 - Modtageren af bladet skal enten gennem betaling eller på anden vis aktivt tilkendegive, at de ønsker at modtage publikationen.

Den samlede støtte i hver af de to puljer – dagbladspuljen og ugeavispuljen – fastsættes for 2011. Fra og med 2012 opgøres antallet af støttede eksemplarer i hver ordning – og den samlede distributionsstøtte – dagblads- og ugebladspuljen – fordeles i forhold til udviklingen i det støtteberettigede oplag i hver pulje.

2. Distributionsstøtten – bladpuljen

Den nuværende distributionsstøtte for blade, hvis indhold betragtes som værende af almennyttig eller humanitær karakter eller, som falder inden for områderne kultur, undervisning, idræt, miljø og religion – bladpuljen – foreslås videreført med to ændringer:

- At tilskud gives til medier, hvis indhold opfylder lovens formål – uanset om de udgives af en forening eller en kommerciel udgiver. (øget støtte ca. 10 millioner kr.)
 - Øget støtte til blade under 3000 i oplag, der opfylder lovens formål, så de små blade kompenseres for meget store portostigninger. (øget støtte ca. to millioner. kr.)

I den forbindelse skal vi gøre opmærksom på, at ordningen med ekstra støtte til blade under 3000 i oplag udløber i 2011, og at et bortfald af denne ordning vil få alvorlige konsekvenser for de små blade, der har fået meget store portostigninger – nogle mere end en femdobling af porto siden 2003. Der skal mindst to millioner kr. ekstra udover de fem millioner kr., der er i denne pulje, for at kompensere de ekstra portostigninger for denne gruppe.

3. Nye medier

Medieudredningen foreslår i saneringsscenariet, at Dagbladsnævnets virkemuligheder udvides, så midlerne kan stilles til rådighed også til digitale projekter, der har dagbladsfunktioner, og støtte til eksisterende bladhouses sideaktiviteter. En sådan udvidelse vil betyde en cementering af den nuværende mediestruktur i stedet for den ønskede nyorientering – og vi vil derfor opfordre til, at dagbladsnævnets virksomhed afvikles – eller at dets støttemuligheder udvides, så det ikke begrænses til trykte dagblade – men udvides til at omfatte alle de medier, der ikke er omfattet af det elektroniske medieforlig – både aktiviteter i trykt og elektronisk form – og både omnibus- og nichemedier uanset udgivelsesfrekvens.

Der er en gruppe meriterede medier, som i dag ikke får nogen form for støtte. Det er de fritstående internetmedier, som i medieudredningen defineres som medier, der ikke er en del af eller har fællesredaktion med en papirudgave.³

³ Medieudredningen side 77

Disse fritstående medier er udsat for ulige konkurrence fra de 0-momsede dagblades portaler.

Da EU-direktiver p.t. ikke tillader 0-moms på nye medier, ønsker vi, at der etableres en pulje for fritstående netmedier, der har et meriteret indhold indenfor mindst et af områderne samfund, politik, videnskab og kultur. Midler kan ikke søges af medier, der udgives af et medie, der har 0-moms eller er licensfinansieret. Puljen skal kunne anvendes til 1-3 -årige udviklingsprojekter og til etablering af nye fritstående medier. Det er en forudsætning for støtten, at der er et eget bidrag på mindst 50 procent.

Puljen kan fra starten være på 10 millioner kr. – og beløbet bør reguleres de kommende år på baggrund af det første års erfaringer.

Vi skal i den forbindelse henvise til, at staten får momsindtægter fra brugerbetaling af fritstående netmedier – og disse indtægter vil vokse, hvis der gennem en støtteordning skabes grundlag for vækst i de brugerbetalte fritstående netmedier.

-----0-----

Finansieringen af ændringen i mediestøtten kan finansieres på flere måder:

- Nedlæggelse af Dagbladsnævnet i sin nuværende form
- Forøge lønsumsafgiften for momsfrie medier. Lønsumsafgiften for de momsfrie dagblade er i dag 2,5 procent. En fordobling heraf vil give et merprovenu på 100 millioner kr. – og som en sidegevinst reducere ulighederne konkurrencemæssigt.
- Værdien af nulmomsen er reduceret som følge af fald i bladsalget. Salget af momsfrie aviser er faldet kraftigt de seneste år. Selv om priserne er steget, må det betyde, at værdien af momsfrigtagelsen i dag er mindre end de 1,1 milliarder kr. i 2007, som var grundlaget for beregningen af mediestøtten i Medieudredningen. Statens reducerede momstab her kan indgå i den fremtidige mediestøtte.

**Danske Specialmedier
September 2010**