

Fra: Aktieinfo.net
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 9. oktober 2015 13:17:10

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Reglerne forekommer at være temmelig firkantede. I bekendtgørelsen står der: "Loven har til formål at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark. Mediestøtten skal således sikre, at der fortsat produceres og udbredes publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere." Aktieinfo lever efter vores vurdering i den grad op til denne klausul, men alligevel fik vi afslag på vores ansøgning med henvisning til, at der var for lidt direkte kulturelt indhold. Efter vores vurdering indeholder vores produkter og services alsidighed af nyheder af samfundsmæssig karakter i en høj kvalitet (egenproduktion). Alligevel fik vi afslag.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen? **Ingen kommentarer.**
3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen? **Ingen kommentarer.**

Evalueringen vil omfatte overvejelser om betydningen af den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden ordningens ikrafttræden. Overvejelserne vil tage udgangspunkt i Kulturstyrelsens "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" i 2014 og 2015.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen? **Helt ærligt mener vi, at ordningen er spild af skatte kroner.**
5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold? **Nej. Der synes ikke at være nye medier på listen over modtagere. Det er derimod bestående medier, der blot ønsker at få et tilskud til den løbende drift.**
6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger? Som anført i tidligere mailkorrespondance med Kulturstyrelsen er vi dybt forundrede over at være blevet afvist at modtage støtte. Det fremgår, at en række medier har modtaget støtte, og enkelte af disse accepter forstår vi slet ikke i lyset af afslaget på vores ansøgning. Vi har derfor ikke tænkt os at søge om støtten igen, idet udvælgelsen af hvem der kan få støtte og ikke få støtte efter vores vurdering beror på tilfældigheder. Hvis vi tager fejl i denne antagelse, beder vi Kulturstyrelsen meddele os, om der overhovedet er nogen grund til at vi på ny søger om støtten.

Venlig hilsen

AKTIEINFO Danmark ApS

John Stihøj

tlf. 75 51 02 48

Mobil: 41 27 81 24

<http://www.aktieinfo.net>

AKTIEINFO - Kobbelhøve 44 - 6000 Kolding

Om Aktieinfo:

Selskabet blev etableret i 2001. Teamet består af analytikerne Lau Svenssen og John Stihøj. Dertil kommer tilknyttede freelance medarbejdere. Aktieinfo udbyder en række services til investorer, herunder input om en modelportefølje. Porteføljen har siden starten den 1. oktober 2001 frem til ultimo 2014 givet et akkumuleret afkast på **247 %**. Det sammenlignelige tal for C20 indekset er 154 % og for Eurostoxx 50 -12,2 %. Aktieinfo er med som porteføljeforvalter i Millionærklubben på Radio 24syv og TV2News, ligesom der samarbejdes med Berlingske, Dansk Aktionærforening m.fl. Overblik over vore services via dette link: <http://www.aktieinfo.net/abb>

Fra: info@105.dk
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Høringsvar evaluering af mediestøtteordningen / 105.dk
Dato: 9. oktober 2015 14:48:10

Hermed svar på vegne af 105.dk:

1) Ingen.

2) Tilfredsstillende - overkommeligt i forhold til det relativt beskedne, ansøgte beløb.

3) Ingen.

4) Nej.

5) Staten bør ikke være involveret i mediedrift, og i særdeleshed ikke i drift af nyhedsmedier. Det er ikke blot et principielt standpunkt om, at medierne skal være uafhængige af dem, de skal forholde sig kritisk til. Der er tillige det i det, at mediebranchen står foran det, man betegner som kreativ destruktion. Gamle strukturer skal rives ned for at give plads til noget tidssvarende. Enhver støtteordning vil, uanset hvordan man vender og drejer det, have et konservativt element, og således trække den nødvendige forandring i langdrag. Resultatet kan blive det modsatte af det tilsigtede for så vidt, at nogle af de gamle medier får en falsk tro på, at deres forretningsgrundlag kan forsætte i en uændret eller lettere modereret form, og dermed undlader at foretage den nødvendige fornyelse.

6) Nej.

Mvh
Sten Thorup Kristensen
Chefredaktør
Tlf. 21 77 88 40

Fra: [Lars Qvick](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: "Høringsvar evaluering af mediestøtteordningen"
Dato: 9. oktober 2015 15:06:09

Jeg anser hele denne "mediestøtte for at være ubrugelig og skævt fordelt.

Det giver ingen mening at man først kan få støtte, NÅR MAN HAR VIST AT MAN KAN TJENE PENGE... Så lad virksomhederne fortsætte med at tjene penge selv.

Medier er som sådan IKKE kultur... De skal referere til kultur... De er det IKKE selv, og bør derfor ikke have hverken støtte eller høre under kulturministeriet.

Det er produktionsvirksomheder, med kunder, produkter og medarbejdere. Og så må de også LEVE af deres produkter.

Støtte bør gives til at STARTE nye virksomheder, så vi kan få et varieret og bredt marked af virksomheder, der på sigt skal kunne klare sig selv.

Jeg er i gang med at lave en række online-magasiner, men kan ikke få støtte, selv om jeg gerne vil udvide og ansætte, ifølge JERES regler.

Samtidig, skal jeg se på de store aviser fyre deres ansatte og samtidig kan hente op mod 50 millioner i tilskud om året fra jeres støtteordninger.

Ifølge de beregninger I har sendt, bruger I UNDER 10 millioner på at skabe nye omkring 20 nye virksomheder...

Det holder simpelthen ikke.

Støt vækst, og slip støtten, når virksomheder kan klare sig selv.

Store aviser, der har eksisteret i mange mange år, med faste abonnenter, dyre annoncer, aviser i løssalg og stor tilstrømning til deres elektroniske medier, BØR kunne klare sig selv.

Og skulle I være uenige... Og det undre jo ikke nogen... Så vil jeg meget gerne høre HELT KONKRET...

HVAD ER JEG BERETTIGET TIL???

Jeg driver to online-magasiner, og vil gerne starte endnu flere.

Jeg vil gerne ansætte en annoncesælger, jeg vil gerne kunne betale freelancere for at skrive og tage billeder, jeg vil gerne have journaliststuderende til at lave artikler, og jeg vil rigtig gerne selv have løn...

HVAD KAN JEG FÅ?

Venlig hilsen Lars Qvick

--

Lars Qvick

Parkvej 2, stuen Th. L84
5260 Odense S.

Mobil: 60168811

mail: larsqvick@gmail.com

<http://www.freewebsite-service.com/larsqvick/>

Fra: [Ribe Nu](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 9. oktober 2015 17:34:29

Det svar jeg fik fra en eller anden jurist siger vel det hele. Brevet var spækket til med paragraffer og jeg har aldrig læst og forsøgt at forstå hele brevet, andet end det var et afslag.

På forhånd kunne man på Kulturministeriets hjemmeside hente et Excel regneark, hvor man kunne angive de informationer, der var brug for.

Det var dog langt fra overensstemmelse mellem det Excel regneark og det faktiske ansøgningsskema, hvilket man først fandt ud af, da man gik i gang med ansøgnings processen . Hvilket gjorde det hele langt mere hektisk.

Der var ikke mulighed for at redegøre for projektets indhold og formål, da det ikke var muligt at tilføje ekstra bilag i den statiske internetansøgning. Omvendt blev dette brugt som argument for ikke at imødekomme ansøgningen.

Endvidere bliver det anført i afslaget, at der ikke kan redegøres for egenfinansiering på 60%. På hjemmesiden stod der at man kunne søge om at få dækket 80%.....

Ribe.nu var en kæmpe succes. Det eneste der manglede var at få økonomien med. Det gør alle firmaer i den svære opstartsfase.

Jeg vil vædde en kasse Ribe bryg på, at ikke en eneste i Medienævnet har givet forsøge at forstå, hvilken forskel Ribe.nu gjorde for lokallivet, turismen og hvilken kæmpe gavn hjemmesiden kunne há været for Færdselsstyrelsen, som nu flytter til nye lokaler i Ribe.

Ud fra et samfundsøkonomisk synspunkt har det været en ekstrem dårlig forretning for samfundsmodel danmark. Ribe.nu lukkede dagen efter afslaget og jeg har fået dagpenge lidt siden lukningen.

Jeg har aldrig troet på det tilskud. Jeg har aldrig troet på, at der rent faktisk sad nogle mennesker i København, som kunne se lidt længere ud over deres egen næsetip og Valby bakker og yde tilskud til en kæmpe succes i vandkants Danmark.

Jeg glæder mig over, at vi nu har fået en regering, der formår dette og er kæmpe støtte af regeringens politik med at udflytte styrelser fra den snæversynede hovedstad, som jeg selv har tilbragt 8 år af mit liv i.

Jeg har noteret mig, at det er de større medier i Danmark, der har haft gavn af innovations pulje nok engang. Ganske som forventet.

I håbet om at de nye lokaliteter for Kulturstyrelsen kan udvide horisonten hos styrelsens ansatte.

Hilsen

Thomas Nielsen, tidligere Ribe.nu

Fra: [Michael Frederiksen](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 12. oktober 2015 12:10:32

Særlig pulje til uafhængige lokale netaviser

For at opnå redaktionel produktionsstøtte skal der minimum være tre årsværk på redaktionen. Reglen lyder umiddelbart fornuftig, men den udelukker internetbaserede nyhedsmedier, som satser benhårdt på lokal journalistik. Det har vi gjort med stor succes på Kanal Frederikshavn i snart syv år.

Tre årsværk er dog utopi - også selv om frivilligt arbejde i en vis udstrækning tæller med. Uafhængige lokale netaviser drives på andre præmisser, som loven om mediestøtte på ingen måde tager højde for. Hvorfor er der ikke indholdet, som i højere grad er afgørende for, om et medie skal have støtte?

Der findes efterhånden rigtigt mange lokale netaviser. Det kunne være forfriskende, at der blev afsat en særlig pulje til disse "lokale nyhedsjægere". Som det er nu, behandles vi på lige fod med Altinget.dk, Avisen.dk og Mandag Morgen - alle landsdækkende medier med et langt større annonce-grundlag.

Jeg medgiver, at mange lokale netaviser har et lavt ambitionsniveau, og de drives ikke af journalister. Men os, der har mindst én journalist ansat og kan bevise, at vi gør en journalistisk forskel i dagligdagen, bør tilgodeses i højere grad, end den nuværende lov giver mulighed for.

Og Kanal Frederikshavn med flere GØR en forskel. Vi har taget over dér, hvor de lokale dagblade har trukket sig tilbage. Det er os, der igen har sikret en større lokal nyhedsdækning og mere debat. Vi sørger for, at folk i lokalområderne får den nødvendige information, som er en forudsætning for aktiv deltagelse i demokratiet.

Venlig hilsen

Michael Frederiksen
Kanal Frederikshavn

Kattegat Silo, 4. sal
9900 Frederikshavn
Tlf. 20 77 40 50
www.kanalfrederikshavn.dk
redaktion@kanalfrederikshavn.dk

Fra: [Michael Frederiksen](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 12. oktober 2015 12:10:32

Særlig pulje til uafhængige lokale netaviser

For at opnå redaktionel produktionsstøtte skal der minimum være tre årsværk på redaktionen. Reglen lyder umiddelbart fornuftig, men den udelukker internetbaserede nyhedsmedier, som satser benhårdt på lokal journalistik. Det har vi gjort med stor succes på Kanal Frederikshavn i snart syv år.

Tre årsværk er dog utopi - også selv om frivilligt arbejde i en vis udstrækning tæller med. Uafhængige lokale netaviser drives på andre præmisser, som loven om mediestøtte på ingen måde tager højde for. Hvorfor er der ikke indholdet, som i højere grad er afgørende for, om et medie skal have støtte?

Der findes efterhånden rigtigt mange lokale netaviser. Det kunne være forfriskende, at der blev afsat en særlig pulje til disse "lokale nyhedsjægere". Som det er nu, behandles vi på lige fod med Altinget.dk, Avisen.dk og Mandag Morgen - alle landsdækkende medier med et langt større annonce-grundlag.

Jeg medgiver, at mange lokale netaviser har et lavt ambitionsniveau, og de drives ikke af journalister. Men os, der har mindst én journalist ansat og kan bevise, at vi gør en journalistisk forskel i dagligdagen, bør tilgodeses i højere grad, end den nuværende lov giver mulighed for.

Og Kanal Frederikshavn med flere GØR en forskel. Vi har taget over dér, hvor de lokale dagblade har trukket sig tilbage. Det er os, der igen har sikret en større lokal nyhedsdækning og mere debat. Vi sørger for, at folk i lokalområderne får den nødvendige information, som er en forudsætning for aktiv deltagelse i demokratiet.

Venlig hilsen

Michael Frederiksen
Kanal Frederikshavn

Kattegat Silo, 4. sal
9900 Frederikshavn
Tlf. 20 77 40 50
www.kanalfrederikshavn.dk
redaktion@kanalfrederikshavn.dk

Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen

Nordiske Medier afgiver hermed høringssvar som medievirksomhed, der ejer og driver 22 specialmedier i Norden – heraf de 14 i Danmark – med 150.000 printlæsere og 175.000 modtagere af online nyhedsbreve. Nordiske Medier er en del af Nordjyske Medier-koncernen.

Nordiske Medier vil indlede med at rose, at evalueringen af mediestøtten er fremrykket, da ordningen i sin nuværende form forskelsbehandler medier med samme type indhold, hvilket er konkurrenceforvridende. Herunder svar på de enkelte spørgsmål.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Regelsættet er overordnet udmærket og letforståeligt, men det forekommer svært at komme i betragtning til redaktionel produktionsstøtte første gang, idet der skal lægges adskillige timer i ansøgningen. Et eksempel er de såkaldte wireframes, hvor man skal opgøre, hvor stor en andel af mediets indhold, der er redaktionelt, henholdsvis betalt. Et andet eksempel er kravet til kulturelt indhold, som en stor del af de nuværende modtagere af redaktionel produktionsstøtte ikke selv lever op til, mens nye ansøgere måles benhårdt på, om de kan leve op til nogle krav, der dårligt giver mening: Eksempelvis at der skal være en bred kulturdekning i eksempelvis rene erhvervsmedier. Støtten bør gives på baggrund af det redaktionelle indhold uanset, hvem der står som udgiver, eller om man har modtaget støtte tidligere år.

Langt værre er dog konkurrenceforvridningen i støtten, såsom at Watch-medierne, som udgiver forskellige nicheportaler, får støtte, fordi Watchmediernes portaler vurderes til at opfylde omnibuskriterierne, mens konkurrenter ikke får støtte. For eksempel får MediaWatch støtte, mens konkurrenten Bureaubiz ikke får. Ligesom vores egne portaler under Nordiske Mediers ikke får støtte, selv om vor online portal på samme vis som Watchmedierne udgiver nyhedsbreve ud fra den samme hovedportal – og med 175.000 modtagere i forskellige brancher. Det er stærkt frustrerende at se, at en stor konkurrent – med et solidt bagland som JP/Politikens Hus, modtager et årligt tilskud på 2,9 mio. kr. til Watch nicheportaler, mens vi i Nordiske Medier modtager nul kr. til vore tilsvarende nicheportaler (Building-supply.dk, metal-supply.dk etc.)

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Ingen. Vi har ingen erfaringer vedrørende Innovationspuljen og/eller saneringsstøtteordningen.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Ingen. Vi har ingen erfaringer vedrørende Innovationspuljen og/eller saneringsstøtteordningen.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Kun et fåtal af de nuværende medieforbrugere nøjes med én avis/et medie i dagligdagen. Det virker ikke, som om ordningen tager hensyn til dette, hvorfor det stilles som krav, at alle medier, der skal modtage støtte, skal være en slags omnibus-medier, som skal dække alle menneskers samlede mediebehov.

Dette syn på medieforbrugerne er forældet og spænder ben for, at stærke nichemedier kan få den støtte og hjælp, som kan være alt afgørende for, at de fortsat kan vokse og udvikle sig. Det er en helt urimelig og i øvrigt uhensigtsmæssig bivirkning, idet al erfaring viser, at det netop er de specialiserede medier, som har medieforbrugernes interesse i nutidens og fremtidens medielandskab - og som fodrer medielandskabet.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Det korte svar er: Nej. For lige nu ødelægges mangfoldigheden af det rigide krav om, at alle medier skal indeholde en vis procentdel kulturelt stof, som om kultur er en grundlæggende forudsætning for, at et medie kan etablere en demokratisk platform for debat.

Nichemedier beskriver jo i den grad samfundsvigtige forhold, eftersom det er arbejdsliv og virksomheder, vi beskriver, som beskæftiger mennesker og sikrer landet indtægter.

Kulturkravet kommer til at virke som en anordning, der skal sikre, at de gammelkendte omnibus-medier fortsat kan modtage langt størstedelen af den redaktionelle produktionsstøtte, mens de niche- og specialmedier, som i virkeligheden tiltrækker de nye medieforbrugere, holdes udenfor. Sagt på en anden måde, så giver det ingen mening, at medier, der beskæftiger sig med demokratiske kerneområder som erhvervsstof, forskning, uddannelse, arkitektur, retsvæsen og sundhed alle pådømmes af have anmeldelser af opera og bøger eller artikler om billedkunstnere og stenhuggere under påskud af, at de ellers ikke favner demokratiet. Det vil være kunstigt og ødelæggende for læserne at øge mængden af kulturstof blot for at få at opnå støtte.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?


Foruden ovenstående kritik af især det konkurrenceforvridende element samt kravet om kulturelt indhold, giver det anledning til kritik, at ansøgningsproceduren virker besværlig.

Det er vanskeligt ikke at stille sig selv det spørgsmål, om den tunge ansøgningsprocedure først og fremmest tjener det formål, at den skal holde de små special- og nichemedier – som støtteordningens lovgrundlag ellers nævner – væk fra fadet pga. manglende ressourcer.

Endelig er det problematisk, at et centralt krav for mediestøtteordningen er de førnævnte kulturelle emner, når disse vurderes subjektivt ud fra meget løseligt beskrevne kriterier.

Kravet bør ganske enkelt blive sløjfet, da et medie sagtens kan være både samfundsnyttigt og debatskabende uden at have en stor mængde kulturstof. Især medier målrettet erhvervsliv og samfundet.

Venlig hilsen


Niels H. Carstensen 17.10.2015

Koncerndirektør og overordnet ansvarshavende chefredaktør for Nordiske Medier

Fra: [Out & About - Bert Svalebølle](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 17. oktober 2015 16:19:24

1. Omkring den redaktionelle produktionsstøtte, så kan det svært for små nyhedsmedier, at kunne lønne de tre årsværk der er påkrævet.

Så en mulighed for at man kunne medregne frivillige timer (hvor der ikke er krav om min. 1/3 årsværk pr. frivillig), både hvad angår timer og værdi, eller at man hæver loftet for tilskuddet til maksimalt 50 % af de redaktionelle omkostninger, for mindre medier med en omsætning under f.eks. 1.500.000 årligt, betinget af at der ikke blev udbetalt udbytte til anpartshavere/aktionærer, ville kunne være med til at give mindre nyhedsmedier mulighed for bedre at overleve og dermed sikre et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyhedsmedier.

2. Regelsættet i Innovationspuljen er ok, bortset fra der nok burde være mere klarhed på hvad der skal til, for at kunne få støtte ud over de 3 år.

Et af problemerne er ved overgang fra innovationsstøtte til produktionsstøtten, er at det her vil være andet år af tilskudsperioden der ligger til grundlag for beregning af produktionsstøtten første år, og hvis man først i det tredje støtte år kommer op på at have de tre årsværk ansat, så kan lønomkostninger være væsentligt højere der, end det der gives i produktionsstøtte efter det første år, og dermed kan man risikere at det økonomiske grundlag ikke er tilstede for at holde fast i de tre årsværk.

Så en supplementpulje til overgangen det første år, ville kunne minimere risikoen for, at man ikke kan fortsætte udviklingen, og dermed få et tilbage skridt.

3. Ingen kommentarer

4. Det er vigtigt man ser på det forhold, at annonceindtægterne er nedadgående og flytter platform. Web-tv og smartphone, ser ud til at være fremtiden for nyhedsstrømme, derfor bør disse opprioriteres i støtteordningerne. Omkostningerne til udvikling af web-tv og mobilesite er omkostnings tunge, både hvad angår udvikling og produktion, og specielt små medier har svært ved at finde økonomi til at udvikle og producere dette indhold. Og er man ikke med fremme i udviklingen, så er det svært at fastholde læsere/brugere, specielt de helt unge, som er fremtidens læsere/brugere.

5. Den nye mediestøtte er bedre til at fremme mangfoldighed og alsidighed i forhold til den gamle distributionsstøtte, der mere var til fordel for de store medier med store oplag.

6. Ingen bemærkninger

De bedste hilsner/Kind Regards

Out& About

Robert Jacobsens Vej 82.2.4
2300 København S

Bert Svalebølle
Mediechef/Manager

Tel. +45 4093 1977
info@outandabout.dk
www.outandabout.dk
App: *GayCph.dk*

Høringsvar evaluering af mediestøtteordningen

Dansk Handelsblad afgiver hermed høringssvar som medievirksomhed - ejet af en selvstændig forening.

Dansk Handelsblad vil først gerne indlede med at rose, at evalueringen af mediestøtten er fremrykket, da mediestøtteordningen – med sit nuværende regelsæt – i ekstrem grad forskelsbehandler medier med samme type indhold, men med en forskellig ejerstruktur, hvilket er stærkt konkurrenceforvridende.

Derfor vil jeg tillade mig at være lidt vred i dele af dette høringssvar, da den nuværende ordning lægger op til fuldstændigt groteske krumspring, som jeg mener, er etisk forkert.

Her tænker jeg på ejerskabskriteriet, som allerede har fået flere medievirksomheder til – i bogstavelig forstand – at sælge ud af deres virksomhed – ene og alene for at opnå mediestøtte.

Det er jo fuldstændigt grotesk, at politikere på den måde er med til at udvande ejerskab, etik og moral.

Spørgsmålet er, hvad skal vi gøre i virksomheder, hvor vi har et nærmest religiøst forhold til ordentlighed? Skal vi lære at være mindre ordentlige, gå på kompromis og derefter stikke snablen ned i kassen?

Eller skal reglerne ændres, så det kommer an på indholdet, om man er berettiget til støtte?

Som det er lige nu, virker det som om, at I politikere ikke har begreb om, hvad det er, loven beder os om at gøre. Jeg kan se, at flere gør det uden at blinke, men I hører jo ikke fra os, der lader være med at bøje etik og moral. Vi kan dog blive tvunget til at opgive ordentlighed, når konkurrenter får støtte i millionklassen og bliver direkte konkurrenter til os ud fra støttekroner, som de bruger til at presse Dansk Handelsblad.

Er det fair konkurrence? (Tag eksempelvis fødevarerwatch, der er direkte konkurrent til Dansk Handelsblad).

Herunder svar på de enkelte spørgsmål.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vores erfaringer er stærkt negative, da vi får at vide af vores brancheforening, at vi ikke kan få støtte.

Dansk Handelsblads har ikke modtaget en krone i offentlig støtte i sine 105 år som fagblad, men vores konkurrenter, eksempelvis Watchmedierne, modtager i alt 2,9 mio. kr. i årlig støtte (samlet for medierne).

Eneste forskel er, at vi har en lille forening som ejer (Købmandsforeningen), mens JP/Politikens Hus har en milliardvirksomhed samt en milliardfond i ryggen, som man må formode selv kan betale sine regninger.

Watch medierne modtager samlet 2,9 mio. kr. i produktionsstøtte, mens vi i Dansk Handelsblad modtager 0 (nul) kr. til vore tilsvarende fagmedie. Det påvirker naturligvis vor mulighed for at stå imod i konkurrencen.

Det skal understreges, at vi er et selvstændigt og frit fagblad, der skriver frit om alle emner.

Vores ejer (Købmandsforeningen) deltager ikke i fastlæggelse af den redaktionelle linje og deltager heller ikke i hverken ledelse eller andet hos de store virksomheder i dagligvarebranchen.

Købmandsforeningen er ikke koblet op på arbejdet hos De Samvirkende Købmænd (interesseorganisation). Og Dansk Handelsblad har fuld redaktionel frihed og er et fagblad for hele dagligvarebranchen samt en stor andel uden for dagligvarebranchen, som læser avisen, fordi man føler sig godt orienteret om samfundet.

Nyhedsmedier ejet med totredjedele eller mere af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer kan også publicere meriteret indhold om faglige emner, der er af relevans for den brede offentlighed.

Vi er ikke ejet af nogen af delene, men er ejet af en forening og har den ønskede uafhængighed af enkelte gruppers særinteresser. Derfor bør vi kunne få støtte, men det vil sandsynligvis kræve en ændring eller præcisering af reglerne, at foreninger, der har sit historiske udspring i eksempelvis en arbejdstager eller arbejdsgiverforening - men siden da er blevet til en passiv ejer, der ikke blander sig i det redaktionelle indhold – godt kan modtage støtte.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Ingen. Vi har ingen erfaringer vedrørende Innovationspuljen og/eller saneringsstøtteordningen.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Ingen. Vi har ingen erfaringer vedrørende Innovationspuljen og/eller saneringsstøtteordningen.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Det nuværende regelsæt vil tvinge os til at sælge 30 procent af vores virksomhed fra. Det er særdeles ulogisk, at vi skal foretage den slags krumspring for at få offentlig støtte. Derfor har vi afholdt os fra det. Vores ejer er på ingen måde koblet op på nogen part, så vi tjener ikke kun købmændenes interesse, men skriver om hele dagligvarebranchen og vores abonnenter kommer også langt uden for branchen selv. Vi er et anerkendt fagblad, der tjener til at skabe baggrund for både viden og debat. Og vi brødføder i den grad den øvrige mediebranche, der også er flittige abonnenter på Dansk Handelsblad. Det nuværende regelsæt med krav om ejerskab spænder ben for, at stærke nichemedier kan få den støtte og hjælp, som kan være altafgørende for, at de fortsat kan vokse og udvikle sig. Det er en helt urimelig og i øvrigt uhensigtsmæssig bivirkning, idet al erfaring viser, at det netop er de specialiserede medier, som har medieforbrugernes interesse i nutidens og fremtidens medielandskab - og som fodrer medielandskabet.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Det korte svar er: Nej. For lige nu ødelægges mangfoldigheden af det rigide krav om, at alle medier *skal* indeholde en vis procentdel kulturelt stof, som om kultur er en grundlæggende forudsætning for, at et medie kan etablere en demokratisk platform for debat.

Nichemedier beskriver jo i den grad samfundsvigtige forhold, eftersom det er arbejdsliv og virksomheder, vi beskriver, som beskæftiger mennesker og sikrer landet indtægter.

Ejerskabskriteriet er en ren politisk beslutning og giver ingen som helst mening. Ejerskabet bør være irrelevant. Hvis man skulle indføre et ejerskabskriterie, så burde det være, at de store medievirksomheder må formodes at kunne klare sig selv. Det er de små virksomheder, der bliver klemt, men som lige nu sørger for mangfoldighed med over 4.000 publikationer i Danmark. Hvis ikkemediestøtten omlægges og netop fremmer ændres for at fremme mangfoldigheden, så vil antallet af medier i Danmark rasle ned de næste år.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Ejerskabskriteriet bør fjernes eller omformuleres, så det gavner de små medier, som giver mangfoldighed.

Venlig hilsen

Niels H. Carstensen

Adm. direktør og Ansvarshavende Chefredaktør for Dansk Handelsblad

P.S. Kulturstyrelsen har anmodet om dette høringssvar via De Samvirkende Købmænd. Dansk Handelsblad har dog intet at gøre med De Samvirkende Købmænd – udover at det er en aktør i dagligvarebranchen på samme vis som Dansk Erhverv eller virksomheder som Dansk Supermarked, Coop, Reitan, Dagrofa etc.

København 19.10.2015

Kulturstyrelsen
att. Rikke Kjølbye**Høringsvar fra Arbejderen om evaluering af mediestøtteordningen**

Arbejderen takker for indbydelsen til at afgive høringssvar som led i evalueringen af den nuværende mediestøtteordning og forberedelsen af en justering af den nuværende lov om mediestøtte.

Vi ønsker i vores høringssvar at besvare spørgsmål 1 om regelsættet vedrørende redaktionel produktionsstøtte, spørgsmål 4 om konsekvenserne af den teknologiske udvikling og spørgsmål 6, øvrige kommentarer.

Spørgsmål 1.

Generelt støtter vi grundlaget for den nuværende medielov, som omlagde mediestøtten fra distributionsstøtte til støtte til den journalistiske produktion. Vi er enige i lovens erklærede målsætning: At styrke et alsidigt og mangfoldigt medieudbud og den demokratiske debat i Danmark.

Arbejderen opfylder uden problemer alle de grundlæggende krav i lovgivningen, herunder bestemmelserne i §2 og §3 om redaktør og antallet af redaktionelle medarbejdere m.v. Vi finder generelt, at bestemmelserne i disse paragraffer understøtter lovens erklærede målsætninger om mangfoldighed og demokratisk debat.

Derimod er der en række problemer omkring §4 i loven. Denne paragraf definerer den såkaldte supplementsordning, hvorfra Arbejderen modtager hovedparten af sit tilskud.

Ideen om at lave en særlig supplementsordning for små landsdækkende dagblade (med et mindre oplag og et mindre annonceunderlag) finder vi rigtig og helt i overensstemmelse med lovens grundlæggende målsætning. Problemet er, at regelsættet har en række negative konsekvenser for Arbejderen, som vi påpegede allerede under det indledende lovarbejde.

Definitionen på et landsdækkende dagblad fastlægges i den nuværende lovgivning og betænkning udfra, at man skal have en dækningsgrad på minimum 0,1 pct. i mindst 6 af 11 bladkredse.

Store dagblade vil have let ved at leve op til dette krav, hvorimod et lille landsdækkende dagblad som Arbejderen har meget svært ved det. I de forløbne år har det påført os relativt store ekstraomkostninger.

Grundlæggende er det vores opfattelse, at kravene bør være lige lette/svære at opfylde uanset oplagets størrelse. I den sammenhæng er der meget stor forskel på et dagblad med et oplag på 40.000 og et dagblad med 2.500.

Bladkredsene er i øvrigt et levn fra en svunden tid, knyttet til annoncesalg og det nu nedlagte Dansk Oplagskontrol, og uden nogen sammenhæng med Danmarks traditionelle opdeling i kommuner og regioner.

I forhold til at lave en moderne definition af landsdækkende foreslår Arbejderen:

- at begrebet "landsdækkende" defineres udfra Danmarks regionsopdeling.
- at man definerer et dagblad for landsdækkende, hvis det udkommer i alle regionerne og ikke har mere end 50% af det samlede oplag i nogen region. Alternativt kunne det indføres som en regel for små dagblade – evt. med oplag under 3.000.
- at man godkendes som landsdækkende dagblad for en flerårig periode – fx 3 år – hvad der ligeledes vil begrænse den bureaukratiske del af ordningen.

Spørgsmål 4.

Medieforbruget i Danmark er under hurtig forandring. Ikke mindst unge henter i dag hovedparten af nyheder digitalt. Udviklingen tyder på, at en større og større del af befolkningen i fremtiden vil bruge nettet som nyhedsformidler.

Denne udvikling er der grundlæggende taget højde for med omlægningen fra distributionsstøtte til produktionsstøtte.

Arbejderen har satset mange kræfter på udviklingen af avisens hjemmeside. Vi vandt guld for den bedste webavis i Danske Medier i 2010 og har i dag langt flere, der læser Arbejderen digitalt end i en papirudgave.

Men for at kunne leve op til reglerne omkring bladkredsene, kan vi ikke satse kommercielt på et egentligt web-abonnement. Vi kan alene sælge web-avisen som et tillæg til papiravisen.

Spørgsmål 6.

En medielov, som vil fremme mangfoldigheden og den demokratiske debat, må have særlig sigte på ikke at skabe uoverstigelige barrierer for små medier.

Som altid er det i detaljen, at djævelen ligger begravet. Som et lille landsdækkende dagblad rammes Arbejderen hårdt af det nuværende regelsæt om bladkredse. Regelsættets udformning skaber ingen vanskeligheder for andre dagblade.

Det er ikke fordi, vores abonnenter ikke er spredt ud over hele landet. Arbejderen er både i sit indhold og i sin abonnementskare landsdækkende. De udfordringer, vi har, skyldes alene vores oplagstal.

Adgangen til støtte bør alene defineres udfra objektive kriterier, som er uafhængige af oplagets størrelse.

Alternativt må der laves en graduering af regelsættet, som tager højde for udfordringerne for et lille landsdækkende dagblad. Samtidig bør en ny medielov sikre, at lovens bestemmelser ikke stiller Arbejderen dårligere end landets øvrige dagblade i forhold til mulighederne for at udnytte vores web-avis til kommerciel satsning.

p.v.a. Arbejderen

Jørgen Petersen
driftsleder

Birthe Sørensen
redaktør

Fra: [Peder van der Schaft](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 19. oktober 2015 21:49:11

Hej Rikke

Hermed vores svar på jeres mail vedrørende erfaringer med mediestøtteordningen.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Aarhus Panorama er et gratis kultur og livsstilsmagasin, som er blevet udgivet i Aarhus siden september 2013. Vi har således klaret os igennem den første svære tid som nyt medie, men har brug for støtte for fortsat at kunne udvikle magasinet og tiltrække annoncører og læsere. På den baggrund søgte vi Innovationspuljen i starten af 2015. Det blev desværre til et afslag med begrundelsen:

“ Nævnet har herved lagt vægt på, at artiklerne navnlig i magasinudgaverne af mediet ikke overvejende kan betegnes som aktuelle nyheder, men i stedet har karakter af baggrundsartikler”.

Vi vil på den baggrund stærkt opfordre til, at det ikke kun er nyhedsmedier, der kan få støtte. Aarhus Panorama formidler mange interessante og velskrevne artikler som måske ikke i traditionel forstand kan betegnes som dagsaktuelle nyheder, men baggrundsartikler har i vores optik også en berettigelse i et mediebillede, som efterhånden er oversvømmet med nyhedskanaler. Den digitale udvikling har gjort, at nyhedsmedier i meget høj grad kæmper om at komme først og det betyder samtidig, at medierne har fokus på at være hurtige og ikke på at være langsomme og dybdeborende. Det er helt sikkert fornuftigt med en bred nyhedsdækning, men der skal også være plads til seriøse medier som Aarhus Panorama, der netop ønsker at gå bag om og skrive historier, som ikke nødvendigvis har fokus på at være først med det sidste.

Ud over daglige artikler på vores hjemmeside så udgiver vi 6 gange om året et trykt magasin i 12.000 eksemplarer som omdeles i hele Aarhus midtby og har over de sidste to år fået en stor skare af trofaste læsere. Så at vi, og tilsvarende andre medier, ikke er berettiget til støtte stiller vi os meget uforstående overfor.

Vores opfordring er derfor, at I ændre reglerne således, at et magasin som Aarhus Panorama også kan modtage udviklingsstøtte på lige fod med nyhedsmedierne, så vi også fremmer den del, der tager sig tid til at gå i dybden og skrive gode baggrundsartikler.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Jævnfør ovenstående mener vi ikke at ordningen understøtter mangfoldigheden og alsidigheden, da det kun er muligt at få støtte som nyhedsmedie og ikke som magasin. Ordningen fremmer en ensretning, hvor det er de hurtige nyheder der prioriteres over de

dybdegående artikler. Det mener vi giver en unødvendig skævvridning som der bør rettes op på.

Det var ordene herfra – vi håber det giver mening og at det bliver fremlagt for relevante personer. Skulle I ønsker en uddybning af vores tanker omkring støtteordningen så må I endelig sig til, så stiller vi gerne op.

--

De bedste hilsner

Peder van der Schaft
Partner - Grobowski

T +45 30 22 33 44
M peder@grobowski.dk

:: Grobowski
Vestergade 41 / DK-8000 Aarhus C

From: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Sent: Friday, October 9, 2015 12:18 PM
To: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Subject: Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen

Kulturministeriet gennemfører nu en evaluering af mediestøtteordningen og ønsker i den sammenhæng at opnå indsigt i mediebranchens erfaringer med ordningen.

På den baggrund opfordres mediebranchen til at indsende høringssvar på de spørgsmål, der fremgår af vedlagte høringsbrev.

Fristen for at afgive høringssvar er **mandag den 2. november 2015**. Høringssvar sendes til mediestotte@kulturstyrelsen.dk. Anfør venligst teksten "Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen" i emnefeltet.

Spørgsmål til høringen kan rettes til Rikke Kjølbye, Kulturstyrelsen, på telefon 3373 3311 eller mail rkb@kulturstyrelsen.dk.

Venlig hilsen

Rikke Jo Kjølbye
Fuldmægtig
Medier

Kulturstyrelsen/Danish Agency for Culture
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

T +45 3373 3373
M +45 3373 3311

rkb@kulturstyrelsen.dk
kulturstyrelsen.dk



Fra: [Claus Dithmer](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Cc: [Rikke Kjølbye](#); [Pia Saxild](#); [Henrik Harder](#); [Anne-Katrine Nørholm](#)
Emne: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 21. oktober 2015 16:00:52
Vedhæftede filer: [image002.png](#)

Til Kulturstyrelsen,

Forbrugerrådet Tænk har modtaget en høring over erfaringerne med mediestøtteordningen. Vi har ingen bemærkninger til ordningen, som vi opfatter som meget velfungerende.

Dbh. Claus Dithmer,
Kommunikationschef / Head of Communication
Chefredaktør for Forbrugerrådet Tænk
og Forbrugerrådet Tænk Penge

Forbrugerrådet Tænk
M +45 2222 7454 / taenk.dk
Fiolstræde 17 B / Postboks 2188 / 1017 København K

**Forbrugerrådet
Tænk**

Danish Consumer Council

Fra: Rikke Kjølbye [<mailto:rkb@kulturstyrelsen.dk>] **På vegne af** Mediestøtte - Kulturstyrelsen
Sendt: 9. oktober 2015 12:19
Til: Mediestøtte - Kulturstyrelsen
Emne: Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen

Kulturministeriet gennemfører nu en evaluering af mediestøtteordningen og ønsker i den sammenhæng at opnå indsigt i mediebranchens erfaringer med ordningen.

På den baggrund opfordres mediebranchen til at indsende høringssvar på de spørgsmål, der fremgår af vedlagte høringsbrev.

Fristen for at afgive høringssvar er **mandag den 2. november 2015**. Høringssvar sendes til mediestotte@kulturstyrelsen.dk. Anfør venligst teksten "Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen" i emnefeltet.

Spørgsmål til høringen kan rettes til Rikke Kjølbye, Kulturstyrelsen, på telefon 3373 3311 eller mail rkb@kulturstyrelsen.dk.

Venlig hilsen

Rikke Jo Kjølbye
Fuldmægtig
Medier

Kulturstyrelsen/Danish Agency for Culture
H.C. Andersens Boulevard 2

1553 København V

T +45 3373 3373

M +45 3373 3311

rkb@kulturstyrelsen.dk

kulturstyrelsen.dk



Forbrugerrådet Tænk er en uafhængig medlemsorganisation, der arbejder for et Danmark, hvor alle forbrugere kan træffe et trygt valg.

Få nyheder, informationer om test, tilbud og gode råd 1-2 gange om ugen. Tilmeld dig vores nyhedsbreve på taenk.dk/nyhedsbrev

Esbjerg, 23. oktober 2015

Til Kulturstyrelsen

Emne: Syddanske Mediers/JydskeVestkystens svar i høring om mediestøtteordningen.

Syddanske Medier A/S (SDM) takker for invitationen til at indgive høringssvar om hidtidige erfaringer med mediestøtteordningen, som SDM modtager til dagbladet JydskeVestkysten.

Spørgsmål 1:

Da der kun spørges til egne erfaringer med og ikke overordnede, principielle holdninger til regelsættet, er svaret, at det fungerer tilfredsstillende for SDM's vedkommende.

Spørgsmål 2:

SDM har ikke ansøgt om midler fra Innovationspuljen og har derfor ingen erfaringer at videregive.

Spørgsmål 3:

SDM har ikke ansøgt om midler fra saneringsstøtteordningen og har derfor ingen erfaringer at videregive.

Spørgsmål 4:

Siden den nuværende mediestøtteordning trådte i kraft, er stigningen i det digitale medieforbrug eskaleret yderligere på bekostning af de trykte medier og særligt dagbladene. Dermed forstærkes kravet til de primært printbaserede medier om på de digitale medier at skabe tilstrækkelig omsætning og indtjening til at finansiere den kvalitetsjournalistik, der er væsentlig for sammenhængskraften og demokratiets udvikling i det danske samfund.

Viljen til at betale for digital journalistik er til stede, men udfordres af forhold, der ikke direkte er relaterede til mediestøtteordningen, men som ikke desto mindre for en dels vedkommende må indgå i de samlede overvejelser, Kulturministeriet bør gøre omkring forholdet mellem statens medier og de private medier.

Konkret er det en stor udfordring for SDM at gå i markedet i Syd- og Sønderjylland med krav om betaling for lokaljournalistik på de digitale platforme, når statens medier – in casu P4's og TV Syds regionale stationer – på deres hjemmesider tilbyder akkurat det samme produkt, ofte citeret fra eller inspireret af SDM's journalistik, således at forbrugerne alt efter temperament kan opfatte den statslige journalistik som enten gratis eller finansieret af tvangsudskrevet licens. Ikke mange brancher oplever staten som direkte konkurrent, og formentlig ingen oplever at være i markedet med et produkt, som staten også leverer tilsat et krav om, at alle skal købe det, før de overvejer, om de også har lyst, tid og råd til at købe det private produkt. Derfor er det afgørende ikke mindst for de lokale og regionale medier, der som de eneste udfører public service for private midler helt ned i de mindste lokalsamfund, at den statslige konkurrence på de digitale medier begrænses.

Spørgsmål 5:

Ja, mediestøtteordningen understøtter indiskutabelt mangfoldigheden, alsidigheden og kvaliteten i nyhedspublikationerne.

Spørgsmål 6:

SDM har ingen yderligere bemærkninger.

Ønsker Kulturstyrelsen yderligere oplysninger, står SDM naturligvis til rådighed og ser i øvrigt frem til resultatet af evalueringen af mediestøtteordningen.

Med venlig hilsen

Peter Orry
Administrerende direktør for Syddanske Medier
og ansvarshavende chefredaktør for JydskeVestkysten

Til: Kulturministeriet
kontoret for medier

Angående: Høringssvar fra Zetland i Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen.

Kære Kulturministeriet,

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Zetland fik afslag på produktionsstøtte i vores hidtidige koncept (2013-2015), hvor vi primært udgav singler, altså mellemlange (25-100 sider) e-bøger med originalt journalistisk indhold. Afslaget viste efter vores opfattelse lovens store svaghed, nemlig at den ikke tager højde for journalistiske produkter, der i deres ånd passer fuldstændig med den politiske intention med mediestøtten (vi har som journalistisk startup haft en af vores singler nomineret til en Cavlingpris, modtaget en publicist-pris etc.) men i deres koncept eller format afviger markant fra traditionelle medieformater.

Produktionsstøtten er således direkte rettet mod *en slags avis*, i loven defineret som et skriftbaseret medie, der beskæftiger sig med en pallet af emner (kultur, politik og samfund, hvilket er en anden måde at sige omnibusmedie), skrevet af en fastansat stab af journalister og udgivet som pakker af indhold med forholdsvis høj frekvens. Som Medienævnet selv konstaterer i sin årsrapport for 2014 er det umådelig svært at forene omtalte snævre definition på et produktionsstøtteberettiget medie med hensigten om at støtte kvalitetsbetinget innovation, der bidrager meningsfuldt til mediebildet. De snævre definitioner er produktionsstøttens største problem, og Medienævnets opgave er groft sagt at ruste mediebildet til sidste krig. Zetlands singler regnes for et af de stærkeste nye bidrag til dansk kvalitetsjournalistik de forløbne år - og de levede reelt kun entydigt op til ét af de fire krav beskrevet ovenfor, nemlig at de var skriftbaserede.

Lovens krav til mængden af originalt stof forekommer til gengæld lavt, og det kan være relevant at lade dokumenterede redaktionelle udgifter være en målestok for seriøsitet - dog uden at udgifterne behøver være knyttet til fastansatte redaktionelle medarbejdere, hvilket ikke er garant for andet end behovet for en frokostordning.

Som Medienævnet selv bemærker i sin rapport, bliver det i kraft af udviklingen desuden problematisk (og med tiden umuligt) at skelne mellem skriftmedier og elektroniske medier. Verdens mest innovative kvalitetsmedier (nye såvel som gamle) forfølger en strategi, hvor digital journalistik bevæger sig trinløst mellem de forskellige formater efter princippet om, at hver historie skal formidles i sit rette format - hvad end det er som lydfortælling, interaktiv grafik, video-explainer eller den originale,

sammenhængende tekst, som Mediestøtten er rettet mod. Sidstnævnte produceres i udlandet vel at mærke også af journalistiske virksomheder, der tidligere udelukkende producerede tv.

Mediestøtten risikerer således ikke blot at støtte de forkerte initiativer. Det er sandsynligt, at den nuværende mediestøtteordning *hæmmer* innovationen i dansk journalistik ved at skabe og cementere kunstige skel i et landskab, der (som Medienævnet også selv bemærker) er præget af konvergens og krydsbefrugtning. Zetland producerer eksempelvis også journalistiske sceneshows, hvor et (overvejende ungt) publikum oplever seriøse journalistiske fortællinger på teaterscener. Initiativet passer ikke til definitionerne på scenekunst, og er derfor udelukket fra offentlig støtte på den front, men er modsat meget, meget langt fra at kunne få støtte som journalistisk initiativ. Hvis vi forfulgte det offentliges logik, skulle vi således "af-innovere" projektet, hvis vi eksempelvis ville søge støtte til at række ud til at publikum fjernt fra de største byer.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Zetland har i januar 2015 modtaget støtte fra Innovationspuljen til en forundersøgelse og har 1. september 2015 søgt et større beløb til etablering af en relanceret virksomhed, der minder nok om en digital avis til at falde ind under lovens definition på et støtteberettiget medie.

Processen hvor et årligt millionbeløb uddeles i tre puljer, hvorefter den samlede ramme genopfyldes 1. januar, er velegnet til støtte af små initiativer, hvis primære finansiering er mediestøtte. Men som egentlig iværksættervirksomhed er ordningens rigiditet et problem, der potentielt kan spænde ben for innovation snarere en understøtte den. Zetland står pt. i den situation, at vi har tiltrukket en investorkreds, men at vi ikke kan afslutte aftalen med investorerne, før tildelingen af eventuel mediestøtte er afklaret. For en virksomhed som os blev finansieringen en kinesisk æske: Medienævnet skal bruge dokumentation for at den private andel af kapitalen er sandsynlig (den skaffede vi i form af en færdig investeringsaftale), den private kapital skal bruge dokumentation for at den offentlige kapital er sandsynlig (det kunne vi ikke, dvs. vi måtte lave en betinget investeringsaftale), de øvrige kilder (primært fonde) skulle bruge dokumentation til sandsynliggørelse af, at vi kunne rejse både privat og offentlig kapital. Det hele skulle ske efter en køreplan indrettet efter diverse deadlines, hvor ansøgningsfrist og -svar til etableringsstøtte blev omdrejningspunkterne.

Ordningen rummer således et stort paradoks for virksomheder af Zetlands størrelse, hvis ambitioner (helt i lovens ånd) er at indgå i reel konkurrence med de etablerede kvalitetsmedier, hvis mediestøtte i form af de øvrige støtteordninger er en formsag. Paradokset er dette:

Processen er indrettet efter, at etableringsstøtten er et af de allerførste skridt i udviklingen af virksomheden. Dette skyldes, at mediestøtten potentielt kan bidrage drastisk til finansieringen af enhver ny virksomhed (både relativt og absolut, eksemplificeret ved tildelingen af 4,4 mio. til projektet Føljeton), og det er derfor

utænkeligt at afslutte en proces, hvor der rejses privat kapital, uden at mediestøtten indgår eller har afgørende betydning for aftalens udformning. Usikkerhedsmomentet alene gør det svært at tilrettelægge en proces, hvor mediestøtten ikke indgår som tidligt skridt. Dels er der uvisheden omkring Medienævnets beslutning, men endnu mere alvorligt: der er usikkerheden omkring ansøgerfeltet i *den specifikke ansøgningsrunde*. Det siger sig selv, at hvis der er syv mio. tilbage i årets pulje, kan det trække tæppet væk under stærke projekter af Føljetons eller Zetlands størrelse, hvis de tilfældigvis søger i samme runde samme år - især hvis det er i forbindelse med sidste uddeling, hvor Medienævnet ikke har noget råderum. Et andet, uformelt, eksempel på at etableringsstøtte i systemets logik er første skridt, var den melding vi modtog fra Medienævnets sekretariat i forbindelse med et proceduremæssigt tvivlsspørgsmål, at vi jo bare kunne vente til næste ansøgningsrunde.

Den modsatte side af paradokset er, at Medienævnet (logisk) stiller krav til projekterne om at være seriøse og finansielt solide. Dette indebærer for projekter at en vis størrelse, at der skal rejses kapital fra anden side, hvilket naturligvis forudsætter (sådan fungerer kapitalmarkedet) at projektet er i særklasse gennemarbejdet, troværdigt, timet rigtigt, har de rigtige ledere og medarbejdere, indsigt i teknologi, marketing osv. både hvad angår strategi og eksekvering. Kravene fra private investorer er naturligt langt større end fra Medienævnet, der trods alt uddeler statens midler og ikke deres egne. For at dette kan lykkes, skal projektet således være *langt* forbi den tidlige fase, og Innovationspuljens udformning bliver således problematisk ved at definere timingen og ved at være en meget stort ubekendt i et marked, der i forvejen er præget af (teknologiske, kulturelle, forretningsmæssige) uvisheder.

Den type paradokser kan være svære at undgå med ordninger som den nuværende, der reelt ender med at *dikttere* køreplanen snarere end at understøtte, hvad der ifølge både iværksætteren og markedet den ideelle køreplanen for etableringen af en seriøs medievirksomhed. Det skal da også bemærkes, at Erhvervsministeriet følger en anden tankegang i støtten til iværksættere. Ordningen Innobooster har eksempelvis siden andet halvår 2015 ikke længere opereret med bestemte deadlines, og Markedsmodningsfonden har en meget simpel ordning, der (såfremt en række kriterier er opfyldt) tilbyder at matche de midler, som en virksomhed samler via crowdfunding.

Med løsninger som disse kan innovationsstøtte spille sammen med det private marked frem for at afspore det, som det sker i dag på medieområdet.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

A) Mediekonvergens: det er ikke længere meningsfuldt at skelne mellem skriftbaserede og elektroniske medier (eksempel: vox.com)

B) Opløsning af traditionelle platforme: Det er ikke længere givet, at et medie er knyttet til en bestemt platform eller har sin egen platform (facebook og youtube vokser som publiceringsplatforme)

- C) Opløsning af traditionelle arbejdspladser: Der vil være færre fastansatte og færre fagforeningsmedlemmer (og det vil ske på måder, der understøtter kvalitet).
- D) Opløsning af begrebet "redaktionelle medarbejdere": Seriøs journalistik kan udvikles både som forretning og redaktionelt i stadigt løsere netværk, og medarbejdere kan beskæftige sig med mange aktiviteter på tværs af gamle skel.
- E) Opløsning af skellet mellem niche og bredde: Det er umuligt at lave holdbare definitioner. Nogle medier laver dyrt omnibusstof for en meget lille målgruppe, andre laver gratis nichestof til meget store målgrupper.
- F) Forestillingen om at størrelse skaber kvalitet er uholdbar. Ideen om at et vist antal fastansatte borger for kvalitet er meningsløst (eksempel: waitbutwhy.com med to medarbejdere)
- G) Opløsning af avisbegrebet "nyheder", "aktualitet" og "kultur, politik og samfund". Hvis samfundet vil understøtte den demokratiske debat, er det tvivlsomt, om det bør være en forudsætning, at det sker bedst gennem traditionelle nyhedsartikler frem for eksempelvis specialiserede analyser, journalistiske bøger, collaborative featurehistorier, der opdateres løbende og således aldrig er færdige etc.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Nej, mediestøtteordningen er set samlet bevarende i forhold til det nuværende mediebillede i Danmark.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Systemet opleves generelt som rettet mod aviser. Eksempelvis er det som rent digitalt medie besynderligt at skulle definere sine "distributionsomkostninger" eller besvare spørgsmålet "Hvor mange gange om året udkommer i".

Mediestøtteordningen afspejler ikke de aktuelle medievilkår, og det vil inden for få år blive tydeligt, at den er besluttet hæmmende for mediernes nødvendige udvikling.

Fra: [Per Westergård](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Cc: [Thomas Demant](#); [Erik Stærke](#)
Emne: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 27. oktober 2015 18:02:42
Vedhæftede filer: [EFA6BC92-D95F-434E-952D-AD3F9716463E\[27\].png](#)
[664D0FDC-6BFA-43C8-A2BB-1DA338221D4F\[27\].png](#)

Her følger høringssvar fra Fyens Stiftstidende til mediestøtteordningen, begrænset til de dele af ordningen som vi har erfaringer med.

Ad 1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Det nuværende regelsæt har ikke en tilstrækkelig klar definition af unikt stof. I en avisconcern, hvor det tilstræbes, at flere dagblade udveksler artikler, bør disse artikler kunne regnes for unikke i det medie, som de primært er skrevet til eller først publiceres i.

Der er uklare regler omkring debatstoffet, der efter min/vores opfattelse er unikt stof for avisen. Vi bruger væsentlige journalistiske ressourcer på at bearbejde og redigere klummer, kronikker og ikke mindst læserbreve. Vi har for eksempel et stort læserpanel, som vi inddrager i forbindelse med tematiserede debatmøder – en proces, der er journalistisk inspireret og styret men ikke regnes for unikt stof efter de nuværende kriterier.

Grafiske illustrationer og fotos er udeladt i vurderingen af unikt indhold, selv om de udgør en væsentlig del af avisens indhold. Vi benytter i stor udstrækning grafiske fremstillinger til mange formål, for eksempel til at illustrere en kommunes nye budget på en overskuelig og let tilgængelig form for læseren. Derfor er det en svaghed ved regelsættet, at sådanne informative illustrationer og aktuelle fotos ikke kan medregnes i det unikke indhold, der alene er baseret på tekst i artikelform.

Ad 6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Den nuværende opgørelsesmetode på basis af unikke ord er tung at arbejde med. Vi har i vores redaktionelle system ikke mulighed for at automatisere processen på tværs af flere produkter. Opgørelsen af det unikke indhold bør ske på ugebasis og ikke på dagsniveau, der på enkelt dage med en høj andel af fællesstof og eksternt stof kan give et misvisende billede af avisens generelle indhold af unikt stof.

En opgørelse på ugebasis vil også udligne de udsving, der for eksempel forekommer som følge af redaktionelle tillæg, og dermed give et mere retvisende billede af avisens gennemsnitlige, unikke indhold.

Med venlig hilsen

Per Westergård
Ansvarshavende chefredaktør, direktør

Fyens Stiftstidende
dækker verden, dyrker Fyn

Banegårdspladsen, 5100 Odense C

Tel: [6545 5100](tel:65455100) - Mobil: [2810 9500](tel:28109500)

Mail: pw@fyens.dk

Se præsentationsfilm: fmurl.dk/bmZt

 jysk fynske medier

Fra: [Pinborg, Niels](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Cc: [Pinborg, Niels](#)
Emne: "Hørings svar evaluering af"
Dato: 28. oktober 2015 10:19:36

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

At, der er noget ravnende galt i et system, der støtter tre ud af fire af de følgende produktioner, men afviser at støtte den fjerde.

<http://ekstrabladet.dk/flash/dkkendte/se-billederne-de-kendte-til-bond-galla/5799541>

<http://www.bt.dk/film-og-tv/se-billederne-kendte-stroemmer-til-premierer-paa-den-nye-james-bond-film>

<http://www.seoghoer.dk/nyheder/kom-med-stjernerne-til-gallapremiere-paa-spectre>

http://www.mx.dk/underholdning/film_tv/story/18545495

Eksemplerne her er i langt fra enestående, men ganske tydelige eksempler på den konkurrenceforvriddning, som mediestøtten ikke bare bidrager til, men faktisk er motor for. Lige vilkår vil først opnås, når den del af medieproduktionen, der 1:1 afspejler en ikke støtteberettiget produktion fraregnes i støttebeløbene. Subsidiært, at ikke støtteberettiget produktion, støttes på lige vilkår.

Vh

Niels Pinborg



Niels Pinborg

Chefredaktør
SE og HØR

T.: +45 72 34 20 00

D.: +45 72 34 24 44

M.: +45 50 76 14 44

www.seoghoer.dk

Besøg

Postboks

Aller Media A/S	Aller Media A/S
Havneholmen 33	Postbox 420
DK-1561 København	DK-0900 København
V	C

Høringsvar:

Evaluering af mediestøtteordningen

Baggrund

Helsingør Dagblad A/S havde, indtil den nye mediestøtteordning trådte i kraft, ca. 3,4 mio.kr. i årlig distributionsstøtte. Den nye mediestøtteordning, vil efter overgangsordningen er ophørt i 2017, udgøre ca. 2,0 mio.kr.

Konsekvenser

Helsingør Dagblad var i 2009-2010 lukningstruet, men takket være omstillingsstøtte fra Dagbladsnævnet blev dagbladet redaktionelt relanceret i 2012/13. Det lykkedes at stabilisere oplaget og annonceindtægterne ved hjælp af større redaktionelle ressourcer og et indhold der har haft bedre appel til læserne.

Omlægningen til den nye mediestøtte, der vil blive 40 % lavere når den er endelig indfaset, har allerede nu fået den konsekvens at vi er nødsaget at foretage redaktionelle besparelser i form af stillinger der bliver ubesatte når journalister slutter. Og dette kan nu tydelig aflæses i oplagsudviklingen hvor oplaget for første gang på 3 år viser en nedgang på 4-5 %. Og vi er overbeviste om at denne deroute fortsætter medmindre der sker en justering af den vedtagne nye mediestøtte.

Vi har 2 forslag

Omlægningen af mediestøtten i 2014, betød at enkelte mediehuse (f.eks. Vejle Amts Folkeblad) fik markant øget støtte, medens andre mediehuse som f.eks. Sjællandske mistede 4-5 mio.kr. årligt.

Den redaktionelle produktionsstøtte der blev indført i 2014 har haft den uheldige konsekvens at de mediehuse der har haft meget effektive redaktioner og har været morgendistribueret, er blevet straffet med en kraftig reduktion af mediestøtte, medens de mediehuse som har været mindre effektive og typisk været eftermiddagsomdelt, er blevet honoreret. Vi driver en avis med bare 13 medarbejdere, fordi vi har effektiviseret alle processer. Men det rammer os, da mediestøtten også yder støtte til ineffektivitet. Det er ikke muligt for os at være en eftermiddagsavis i oplandet til København, og derfor er alle besparelsesmuligheder udtømt.

På denne baggrund har vi 2 forslag som kunne hjælpe avisen til at overleve:

Forslag 1

Der burde være et grundbeløb i støtte til at sikre udgivelse af mindre avistitler som Helsingør Dagblad (ca. 5200 ex.) En model hvor man f.eks. fik 1 mio.kr. i grundtilskud og herefter en procentdel af redaktionelle omkostninger, dog maksimum 50 % af omkostningerne.

Forslag 2

Vi mener at der burde have været lagt ind en bestemmelse i den nye mediestøtteordning gående ud på at ingen mediehuse skulle kunne miste mere end 20 % eller få mere end 20 % ekstra i den nye mediestøtteordning.

Helsingør den 28.10 2015

Chefredaktør Klaus Dalgas Rasmussen

Mediechef Svein Gilbu

Fra: [Torben Dalby Larsen](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 28. oktober 2015 13:02:14

Til Kulturstyrelsen

Vedr. Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen

-
-

I mail af 9. oktober 2015 beder Kulturstyrelsen om bemærkninger vedr. mediestøtteordningen.

Vore bemærkninger knyttes til de faktiske økonomiske følger for dagbladene Sjællandske og DAGBLADET / Frederiksborg Amts Avis.

Vi ønsker at appellere til et fokus på konsekvenserne – også for de enkelte dagblade, som mister betydelige beløb.

Den tidligere distributionsstøtte blev ydet til dagbladenes abonnementsdistribution seks dage om ugen med takster for henholdsvis morgenavis og eftermiddagsavis.

Den nye mediestøtte ydes som en procentsats af de redaktionelle udgifter reelt af enhver art.

Ændringen har medført en omfordeling.

Dagblade, der har betydende løssalgsindtægter, har mulighed for større redaktionelle udgifter – og får dermed også større tilskud end dagblade med et minimalt løssalgsoplag.

Dagblade, der udkommer alle ugens syv dage, har naturligvis større redaktionelle udgifter – og får dermed større tilskud - end dagblade med udgivelse 6 dage om ugen.

Videre modtager dagblade, der har været tvunget til betydelige tilpasninger for at overleve, forholdsmæssigt mindre tilskud end sammenlignelige dagblade, som har kunnet undgå tilsvarende besparelser.

Sjællandske, der udkommer i Syd- og Vestsjælland, får betydelig andel af overgangsordningen for at mindske det betydelige tab fra distributionsstøtten til den nye mediestøtte.

Overgangsordningen gælder også i 2016.

Det årlige tab fra distributionsstøttens sidste år i 2014 til mediestøtten i 2017 efter udløb af overgangsordningen vil både i kroner og procentvist være meget betragteligt.

DAGBLADET / Frederiksborg Amts Avis, der udkommer rundt om København, modtager også andel af overgangsordningen for at mindske det mærkbare tab fra distributionsstøtten til den nye mediestøtte.

Overgangsordningen gælder også i 2016.

Det årlige tab fra distributionsstøttens sidste år i 2014 til mediestøtten i 2017 efter udløb af overgangsordningen vil både i kroner og procentvis være mærkbart.

Yderligere et lokalt dagblad på Sjælland – vor kollega Helsingør Dagblad, der er 6 dages morgenavis - oplever en mærkbar forringelse af rammevilkårene.

Det er vor opfattelse, at det har været lovgivernes hensigt at bidrage til, at der fortsat også er lokale dagblade.

Med venlig hilsen

Torben Dalby Larsen
Sjællandske Medier A/S.

Kulturministeriet
Nyropsgade 2
1203 København K
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

København, den 28. oktober 2015

Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen.

Modkraft har modtaget jeres anmodning om høringssvar i forhold til vores erfaring med mediestøtteordningen.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vi synes, det har været en kompliceret, men dog gennemskuelig proces, i forbindelse med den første godkendelse af Modkraft som berettiget til produktionsstøtte.

Vi er meget glade for, at de skrevne, Internetbaserede medier er kommet med i ordningen.

På Modkraft har vi både fastansatte og frivillige medarbejdere.

Vores frivillige er faste medarbejdere, der gør et stort arbejde på Modkraft. Ved opgørelsen af de 3 årsværk, der kræves for at være berettiget til støtte, må vi medtage de frivillige, der arbejder minimum 1/3 årsværk hos os.

Det er svært for mange af vores frivillige, at bruge 1/3 af deres tid hos os, specielt for dem, der har små børn, eller samtidigt er studerende. Vi vil derfor foreslå, at opgørelsen over frivillige, der kan medtages ved fremtidige ansøgninger ændres, således at alle – faste – frivillige kan medtages, også selv om deres arbejde hos os udgør mindre end 1/3 årsværk.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedr. Innovationspuljen.

Modkraft har modtaget innovationsstøtte til et projekt til undersøgelse af, hvem vore brugere er, samt til tiltag til fremtidsudvikling af vores portal.

Innovationsstøtten udgør 40% af de samlede omkostninger, og kræver en selvfinansiering på 60% af den samlede omkostning til gennemførelse af projektet. For et lille medie som Modkraft har det været vanskeligt at skaffe de midler, som vi selv skulle finansiere.

Vi vil foreslå, at Innovationspuljen fremover ændres, således at selvfinansieringen bliver variabel alt efter projekt, mediets størrelse og mediets økonomiske formåen.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen.

Det har ikke været relevant for Modkraft.

4. Er det efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøttens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Det er vores opfattelse, at den fremtidige udvikling vil betyde, at de trykte medier bliver mindre, og de digitale, Internetbaserede medier bliver større. Vi håber, at denne udvikling også vil betyde, at de digitale, Internetbaserede medier vil få en større del af den samlede mediestøtte.

Vi mener det er vigtigt, at der fortsat støttes op om de mindre, nicheorienterede medier for at støtte den alsidige, dansksprogede nyhedsdækning og kulturformidling.

De amerikanskejede sociale digitale tjenester som f.eks. Twitter og Facebook overtager langsomt mere og mere af nyhedsformidlingen. Det er vigtigt at undersøge, hvad det kommer til at betyde for de danske medier. – Og det er vigtigt at støtte danske medier, så der er et alternativ, når f.eks. Facebook censurerer brugernes indlæg, som det ofte sker.

Med overgangen fra trykte til digitale medier bliver det sværere at få forretningen til at hænge sammen uden tilskud, specielt hvis man – som hos Modkraft – har en smallere, ikke-betalende brugergruppe end den, der ses hos mainstream medierne.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Ja, i allerhøjeste grad.

Med venlig hilsen
Modkraft



Ole Garde

Kulturministeriet
Nyropsgade 2
1203 København K
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

København, den 28. oktober 2015

Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen.

Modkraft har modtaget jeres anmodning om høringssvar i forhold til vores erfaring med mediestøtteordningen.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vi synes, det har været en kompliceret, men dog gennemskuelig proces, i forbindelse med den første godkendelse af Modkraft som berettiget til produktionsstøtte.

Vi er meget glade for, at de skrevne, Internetbaserede medier er kommet med i ordningen.

På Modkraft har vi både fastansatte og frivillige medarbejdere.

Vores frivillige er faste medarbejdere, der gør et stort arbejde på Modkraft. Ved opgørelsen af de 3 årsværk, der kræves for at være berettiget til støtte, må vi medtage de frivillige, der arbejder minimum 1/3 årsværk hos os.

Det er svært for mange af vores frivillige, at bruge 1/3 af deres tid hos os, specielt for dem, der har små børn, eller samtidigt er studerende. Vi vil derfor foreslå, at opgørelsen over frivillige, der kan medtages ved fremtidige ansøgninger ændres, således at alle – faste – frivillige kan medtages, også selv om deres arbejde hos os udgør mindre end 1/3 årsværk.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedr. Innovationspuljen.

Modkraft har modtaget innovationsstøtte til et projekt til undersøgelse af, hvem vore brugere er, samt til tiltag til fremtidsudvikling af vores portal.

Innovationsstøtten udgør 40% af de samlede omkostninger, og kræver en selvfinansiering på 60% af den samlede omkostning til gennemførelse af projektet. For et lille medie som Modkraft har det været vanskeligt at skaffe de midler, som vi selv skulle finansiere.

Vi vil foreslå, at Innovationspuljen fremover ændres, således at selvfinansieringen bliver variabel alt efter projekt, mediets størrelse og mediets økonomiske formåen.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen.

Det har ikke været relevant for Modkraft.

4. Er det efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøttens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Det er vores opfattelse, at den fremtidige udvikling vil betyde, at de trykte medier bliver mindre, og de digitale, Internetbaserede medier bliver større. Vi håber, at denne udvikling også vil betyde, at de digitale, Internetbaserede medier vil få en større del af den samlede mediestøtte.

Vi mener det er vigtigt, at der fortsat støttes op om de mindre, nicheorienterede medier for at støtte den alsidige, dansksprogede nyhedsdækning og kulturformidling.

De amerikanskejede sociale digitale tjenester som f.eks. Twitter og Facebook overtager langsomt mere og mere af nyhedsformidlingen. Det er vigtigt at undersøge, hvad det kommer til at betyde for de danske medier. – Og det er vigtigt at støtte danske medier, så der er et alternativ, når f.eks. Facebook censurerer brugernes indlæg, som det ofte sker.

Med overgangen fra trykte til digitale medier bliver det sværere at få forretningen til at hænge sammen uden tilskud, specielt hvis man – som hos Modkraft – har en smallere, ikke-betalende brugergruppe end den, der ses hos mainstream medierne.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Ja, i allerhøjeste grad.

Med venlig hilsen
Modkraft



Ole Garde

Fra: [Jan Holmboe](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Cc: [Lars Hovgaard](#)
Emne: Høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen
Dato: 29. oktober 2015 13:09:59
Vedhæftede filer: [image006.png](#)

Hermed Lolland-Falsters Folketidendes svar på de fremsendte høringssspørgsmål. Det kan være, at hele besvarelsen kun kan henføres til spørgsmål 5?

1) Hvad er jeres erfaring med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vores erfaring er, at det nye regelsæt giver mulighed for en lagt større spekulation i, hvordan man optimere den redaktionelle produktionsstøtte.

Tidligere blev der givet støtte med baggrund i de enkelte dagblades oplag. Ved den nye ordning gives de store medievirksomheder muligheder for at optimere støtten ved at ændre i de juridiske konstruktioner.

Det er eksempelvis med stor forbavelse, man kan konstatere, at Fyns Amts Avis får godt kr. 11 mio. i mediestøtte. Fyns Amts Avis har aldrig været i nærheden af at få en støtte i dette for et lokalt dagblad enorme omfang.

De store medievirksomheder har således ved deres natur flere muligheder for at optimere støtten end mindre virksomheder som Lolland-Falsters Folketidende. Det forstærkes yderligere af, at de store medievirksomheder nu også har mulighed for at inddrage deres store onlineredaktioner i mediestøtteordningen. Mindre medievirksomheder har ikke ressourcer til store onlineredaktioner. Det øger helt klart de store medievirksomheders muligheder for at øge mediestøtten set i forhold til under den tidligere ordning med distributionsstøtte.

2) Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Vi har ingen erfaringer med den, da vi ikke har søgt midler fra denne ordning.

3) Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Vi har ingen erfaringer med den, da vi ikke har søgt midler fra denne ordning.

Samlet besvarelse af spørgsmålene 4, 5 og 6

Igen med henvisning til vores svar på spørgsmål 1) er det også min opfattelse, at den nye mediestøtteordning ikke er til det bedste for de mindre medievirksomheder i Danmark.

Jeg er opmærksom på, at der er et maksimumbeløb på den årlige støtte, et produkt kan opnå. Men der er tale om meget betydelige samlede støttemidler, som nogle af de store medievirksomheder opnår, selv om de for de enkelte produkter ikke får forholdsmæssigt det beløb, Lolland-Falsters Folketidende får set i forhold til de redaktionelle udgifters størrelse. Men store virksomheder har naturligt stordriftsfordele frem for mindre virksomheder.

Lolland-Falsters Folketidende modtager godt kr. 4 mio. årligt i mediestøtte. Det er vi meget taknemmelige for. Men det er i den lave ende af udbetalt mediestøtte til et lokalt dagblad. Ser man derimod på Lolland-Falsters Folketidendes oplag, så bliver det kun overgået af Frederiksborg Amts Avis i oplag inden for det, der betegnes som værende lokale dagblade.

Hver gang Lolland-Falsters Folketidende er nødsaget til også at spare på omkostningerne i de redaktionelle afdelinger på grund af fortsat faldende indtægter, så vil Lolland-Falsters Folketidende få en reduktion i det årlige beløb, vi modtager i mediestøtteordningen - alt andet lige. Vi saver simpelthen den gren over, vi selv sidder på. Men vi har reelt intet valg.

De store medievirksomheder, som modtager det maksimale støttebeløb, vil umiddelbart kunne spare i de redaktionelle omkostninger uden, at der ske en reduktion i deres mediestøtte.

Der er kun ganske få mindre selvstændige medievirksomheder tilbage i Danmark. De fleste er fusioneret til noget større. Lolland-Falsters Folketidendes betydning for regionen Lolland-Falster kan ikke overvurderes.

Efter min opfattelse kan man da godt argumentere for, at mediestøtteordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedsmedier – i **metropolerne**, men ikke i regionen Lolland-Falster.

Med venlig hilsen

Jan Holmboe

Administrerende direktør



Folketidende Gruppen

Tværgade 20 • 4800 Nykøbing F.

Telefon +45 5488 0200 • Direkte +45 5488 0291 • Mobil +45 2788 3400

www.ftgruppen.dk • jah@ftgruppen.dk

Læs de seneste nyheder på www.folketidende.dk

En del af Folketidende Gruppen



Besøg os på www.ftgruppen.dk

Folketidende • folketidende.dk • Ugeavisen Guldborgsund • Saxkjøbing Avis • Lollands-Posten
Extra Posten Lolland • Nordfalsters Avis • Landbrugs-Nyt • Radio Sydhavsøerne
Rotationen Nykøbing F. • Malmö Tidningstryck AB • Reklamedistribution • Club 1 Reklamebureau

Denne meddelelse er kun tiltænkt den person eller enhed, som den er adresseret til.

Den kan indeholde fortrolige oplysninger. Videreformidling eller kopiering er strengt forbudt.

Hvis du ikke er den tiltænkte modtager, beder vi dig underrette os og herefter fjerne den fra dit system.

Ophavsretten skal respekteres og du må ikke reproducere eller videregive materiale til andre.

Krænkelser af ophavsretten kan resultere i erstatningskrav.

Bemærk venligst følgende ved modtagelse af grafisk materiale: Der er stor forskel på skærm- og printvisning i forhold til den trykte avis. Farver og udseende er derfor kun vejledende.

29. oktober 2015

EGMONT

Kulturstyrelsen

Att: mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Egmont Publishings hørings svar til Kulturstyrelsens evaluering af mediestøtte

Hermed fremsender Egmont Publishing sit hørings svar om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen. Egmont Publishing vil gerne takke Kulturstyrelsen for muligheden for at bidrage til arbejdet med at evaluere mediestøtten med henblik på at sikre, at der produceres og udbredes publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark, og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere.

Egmont Publishing udgiver over 700 blade og magasiner i 30 lande. I Danmark står Egmont Publishing blandt andet bag Alt for damerne, Euroman, Hjemmet, Eurowoman, Her&Nu, Vores Børn, Anders And og Barbie. Egmont Publishing er en del af Egmont - Danmarks største mediekoncern med 6.300 medarbejdere og aktiviteter i 30 lande. Herunder Nordisk Film, TV 2 i Norge og Lindhardt og Ringhof. Egmont er en erhvervsdrivende fond, der omsætter for 11,6 mia. kr. og uddeler godt 80 mio. kr. om året til et bedre liv for børn og unge.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Egmont Publishing søgte i 2014 produktionsstøtte til magasinet Euroman. Desværre blev vores ansøgning ikke imødekommet. Afslaget blev givet med henvisning til, at Medienævnet ikke vurderede, at Euroman kunne betragtes som et nyhedsmedie i lovens forstand. I afslaget stod der således, at artiklerne i magasinet har karakter af baggrundsartikler, som er uafhængige af udgivelsesfrekvensen og den enkelte udgave.

Dette er i vores optik udtryk for en snæver og ikke retvisende definition af nyhedsbegrebet. En betydelig del af de artikler, som muligt kan karakteriseres som baggrundsartikler, bliver citeret af andre medier. Gennem denne proces bliver artiklerne uomtvisteligt en del af en mere fasttømret nyhedskategori. Af eksempler på nyere citat-historier fra Euroman kan nævnes følgende: Interview med racerkører Kevin Magnussen (marts 2014), interview med bokser Mikkel Kessler (juli 2015), interview med Prins Joachim (juli 2015), interview med stand up-

komiker Mick Øgendahl (oktober 2014), interview med whistleblower Anders Koustrup Kærgaard (september 2015).

Et magasin som f.eks. Euroman producerer ligeledes artikler med høj samfundsrelevans og aktualitet, som kræves for at opnå produktionsstøtte. Som eksempler kan nævnes store portræt-/ nyhedsinterview som Holger K. Rasmussen (marts 2014), Robert Mærsk Ugbla (oktober 2014), Anders Fogh Rasmussen (oktober 2014), samtlige politiske partiledere (december 2014), Morten Østergaard (juli 2015) og krigsreporter Nagieb Khaja (november 2015).

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Danskernes medievaner er under kraftig forandring i disse år. Stadigt flere tilgår deres medier online, på web, mobil eller tv (flow eller on demand) f.eks. public service kanaler, hvor samfundsrelevans defineres bredt.

Fremvoksende samarbejder på tværs af medier som eksempelvis Egmont Publishings samarbejde med Berlingske, BT, Jyllands-Posten og TV 2 betyder reelt, at den samme journalistik kan få mediestøtte i sin tilblivelse det ene sted (dagbladet eller public service tv), men ikke det andet sted (magasinet). Med andre ord er det ikke indholdet, men alene platformen, der afgør mediestøtten. Dette kan næppe fuldt ud siges at harmonere med mediestøttens intention om at sikre, at der fortsat produceres og udbredes publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark, og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Selvom Mediestøtteudvalget med sin rapport fra 2011 åbnede for netop at udvide listen over støttemodtagere med eksempelvis magasiner, er disse fortsat holdt uden for ordningen.

Med mediesamarbejder på tværs (som beskrevet under punkt 4), bliver det endnu sværere at forstå støtteordningens skelnen imellem dagblads- og magasinproduktion i henhold til de relevante kriterier.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Mediestøtten i dens nuværende form bidrager til en unfair konkurrence mellem dagblade og magasinudgivelser, idet aviserne udover at gavne af de danske momsregler tillige modtager betragtelig produktionsstøtte.

EGMONT

De danske momsregler favoriserer aviser på tryk, som ikke alene er fritaget for moms, men som har nul-moms (statsstøtte), men dog skal betale lønsumsafgift på 3,5 procent. I vurderingen for momsfritagelse indgår, at publikationen skal fremtræde som avislignende i teknisk og typografisk henseende (papirkvalitet, tryk, layout), hvilket må siges at være forældede kriterier i dagens mediebillede.

I en række EU-lande som Sverige, Tyskland, Holland, Finland og Storbritannien bliver aviser og magasiner behandlet lige med en fælles mediemoms. I dag er aviser i Danmark fritaget via nul-moms, som de facto er at betragte som 20 procent statsstøtte, mens andre printmedier betaler 25 procent.

Imidlertid reduceres forskellen mellem det redaktionelle indhold i dagspresse, tv-netsider og magasiner hastigt i disse år. En forskelsbehandling mellem produkttyperne er ikke fundet rimelig i andre EU-lande i erkendelse af, at der er betydeligt sammenfald mellem indhold f.eks. med dagbladernes tillæg om mode, bolig og livsstil og tv-hjemmesidernes fokus på kendte og underholdning, samt at magasiner og ugeblade behandler en lang række samfundspolitiske emner til forskellige målgrupper.

Denne ulige konkurrencesituation kunne udlignes ved at ugeblade, magasiner og aviser sidestilles i forhold til mediestøtte.

Egmont er Danmarks største mediekoncern med aktiviteter i 30 lande og 6.300 medarbejdere. Vi står bl.a. bag Nordisk Film, TV 2 i Norge, biografer, Lindhardt og Ringhof, undervisningsforlag, PlayStation og en række delejede selskaber som Zentropa. Vi udgiver over 700 magasiner og blade – bl.a. Alt for damerne, Euroman, Rum, Hjemmet og Anders And. Vores DNA er We bring stories to life – med stærkt kvalitetsindhold og digital innovation. Egmont er en erhvervsdrivende fond, som omsætter for 11,6 mia. kr. og uddeler godt 80 mio. kr. om året til et bedre liv for børn og unge.

We bring stories to life

Hørings svar om Mediestøtteordningen

Jeg tillader mig hermed som individuel fagperson at sende mine erfaringer og input angående mediestøtten, da jeg ikke tilhører en organisation, der sender høringssvar, men har nogle andre input end dem, jeg som medlem af Medienævnet understøtter.

1. Regelsættet vedrørende redaktionel produktionsstøtte

- De journalister, der søger midler fra innovationspuljen, arbejder generelt for en noget lavere løn end dem, der støttes via den redaktionelle produktionsstøtte. Derfor vil det være logisk at føre flere midler fra denne over til innovationsordningen, idet journalistlønninger generelt må betragtes som værende for høje i forhold til, hvad markedsværdien er i dag for journalistik.
- Der bør indføres et generelt kriterie om, at medier, der søger støtte **skal være tilmeldt Pressenævnet** og dermed efterleve Medieansvarsloven og de presseetiske retningslinjer. Det er et klart kriterie og kan retfærdiggøre, at nogle meget tabloidagtige medier får mediestøtte, mens andre meget tabloidagtige medier ikke får. Det er ligeledes et kriterie der ville være rigtig godt at have for innovationsmidlerne, hvor andre kriterier for dem bør lempes. Se 2.
- Der mangler generelt klare retningslinjer, hvad er **sponsorret indhold**, og hvordan det skal markeres klart og om noget af det evt kan gælde som redaktionelt indhold.
- Det samme gælder **brugergeneret indhold**, der i dag ikke tæller som redaktionelt indhold, men i nogle tilfælde sagtens kunne, da de kan supplere journalistikken på en fantastisk måde hos de medier, der har nogle kloge brugere.

2. Erfaringer vedrørende Innovationspuljen

- Generelt bør disse midler ikke have samme kriterier som dem under redaktionel produktionsstøtte. Fx er kravene til indhold meget brede, hvorfor man dermed opmuntrer til at lave omnibusagtige medier (der dækker både politik, samfund og kultur), når der i markedet er meget mere **efterspørgsel efter dybde og niche**.
- Der bør i stedet indføres krav om at være tilmeldt pressenævnet og dertilførende efterlevelse af Medieansvarsloven og presseetiske retningslinjer.

4 og 6 Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

- Ja, det er stærkt uheldigt at danskproducerede journalistik i dag distribueres mere og mere via globale lukkede, ikke-public service platforme, der tvinger journalistikken over i en meget kommerciel og overfladisk retning. Succeskriterier som *clicks, likes og shares* ødelægger danskproduceret journalistik. Vi er i gang med at vænne en hel generation til, at de kan få indhold via især Facebook, hvor både private medier og DR/24syv leverer mere og mere indhold. Facebook er ikke en neutral platform, men er en benhård spiller, der kræver betaling for at fremme indhold. Der er i dag medier, som giver deres dyrtproducerede indhold gratis til Facebook og oveni det betaler for at få det fremmet på brugernes nyhedsvægge. Vi taler om en platform, der ikke betaler skat i landet, der ikke har så meget som et gran af public service i sig

og som ydermere bryder europæiske love og værdier, når det gælder persondata og privacy. Det bør vi gøre noget ved, og derfor har jeg vedlagt en ide til en **Public Service Platform for dansk produceret indhold**. Det kræver at den journalistiske del af DR, 24syv og TV2 regionerne tages med i det samlede billede, hvorfor jeg også har sendt ideen til public service udvalget. Ovenstående problemstilling med at overlade distributionen af dansk produceret og dansk statsstøttet indhold til globale spillere vil også på sigt ødelægge mangfoldigheden og alsidigheden, idet disse platforme primært belønner det hurtige, overfladiske og delbare indhold.

Med venlig hilsen
Digital Identity
v Pernille Tranberg
tlf 22 66 99 32
email: mail@digital-identitet.dk

Platform for dansk statsstøttet public service nyheder

v Pernille Tranberg - oktober 2015



Hvad: En app og et website, hvor al dansk statsstøttet journalistik er tilgængeligt for danskerne via et logon, som man får via den licens, man skal betale.

For den danske bruger betyder det et lækkert journalistisk univers med fast prioriterede topnyheder og mulighed for at personalisere indholdet, dvs selv prioritere om man f.eks. vil se business fra Berlingske, kultur fra Politiken, høre P1 Morgen fra DR, se alt med Kåre Quist etc etc etc - Se f.eks. den amerikanske app Flipboards lækre, brugervenlige løsning. Man kan undgå filterboblen ved at have et fast element som 'topnyheder' eller 'must see', så alle får de absolut vigtigste nyheder. Desuden bliver det nemt for brugerne at finde indhold, de kan stole på, da indholdet lever op til de presseetiske kriterier. Det bliver nærmest et garanti-mærke for troværdige nyheder.

For de indholdsproducenter, der deltager betyder det ny og sund konkurrence på kvalitetsindhold. Der udvikles et system, hvor den tid, brugeren opholder sig ved hvert stykke indhold (tekst, lyd, billed, video, grafik mv) tælles og akkumuleres, hvorefter betaling fordeles blandt alle, der er med. Piano Systems (Slovakiet), Blendl (Holland) og Infomedia har lignende modeller. Det betyder, at der kommer konkurrence på at producere det indhold, der er mest interessant for danskerne - men også indhold, der skal leve op til public service kriterier helt generelt.

Kriterierne for at være med er: efterlevelse af medieansvarsloven, pressekriterierne og mediestøtten - og sidstnævnte bør justeres, så der også kan gives støtte til rent nicheindhold. Bloggere og andre individer med nye journalistiske koncepter kan være med, såfremt de lever op til kriterierne.

DR, TV2 regionerne og Radio24syv skal være med (med al deres digitale journalistik samt lyd og streaming tv), men for de private medier er det frivilligt at være med ligesom DR, TV2 Regionerne og Radion24syv fortsat skal levere til deres flow-kanaler. Vælger et privat medie ikke at være med, får det ikke mediestøtte. De private medier kan fortsat have deres indhold på egne platforme, mens alt det digitale indhold fra de 100% statsstøttede medier som DR kun skal ud via denne publicistiske platform. Men de private mediers fulde indhold skal med - ikke noget med at det bare blive teasere til at komme ind på deres sites.

Finansiering:

Brugerne får deres logon (brugernavn og kodeord) med kvitteringen for den eksisterende licensbetaling. De verificerer deres identitet med Nem ID (som alle har). De får et minimum indhold derinde men skal betale et eller andet ekstra for fuld adgang, da den statslige støtte ikke formodes at dække udgifterne. Altså en eller anden form for egenbetaling for fuld adgang. Denne egenbetaling fordeles på de medier, som man forbruger indhold hos. Der må også være muligheder for at slå mediestøtten sammen med den del af licensen der går til journalistikken og sikre en ligelig fordeling der.

Organisering:

Platformen skal ledes af en betalt professionel bestyrelse, hvor både DR og Danske Medier er ligeligt repræsenteret. Derudover eksperter indenfor medier, tech og data samt forretningsfolk. Skal *ikke* være politisk styret (det er betingelserne jo i form af Medieansvarsloven, DR, Mediastøtten etc)

Platform for dansk statsstøttet public service nyheder

v Pernille Tranberg - oktober 2015



Hvad denne løsning betyder:

- Nye succeskriterier for journalistik bliver kvalitetstid og originalitet fremfor clicks, likes og shares, som i dag er i gang med at ødelægge den gode journalistik
- Danske medier bevarer kontrollen over distributionen af indhold. Danmark undgår med andre ord, at dansk produceret journalistik primært distribueres af udenlandske platforme som Facebook, der ikke betaler skat i DK, der ikke overholder dansk datalovgivning, som har en lukket uigennemskuelig algoritme der betyder, at ingen ved hvem af deres fans ser hvad (medmindre de betaler), og som - vigtigst - ikke er sat i verden for public service. I dag er fx Facebooks model hemmelig og uigennemskuelig. Selv om et medie har 100.000 likes, er det kun et meget lille fåtal, der ser ens opdateringer - medmindre man betaler.
- Der kan stadig bruges sociale medier til at få danskerne ind på platformen, men en begrænset strategisk brug i form af appetizers fremfor som i dag en fortløbende fodring af en global mastodont.
- Danskerne vil kunne dele indholdet fra platformen på sociale medier, men for at få mere adgang til indholdet end en overskrift, skal man ind på platformen.
- De udenlandske platforme, der i dag lever stort på at danske medier fodrer dem med indhold, vil opleve færre annoncekroner i DK, da journalistik indhold er noget af det mest delbare og dermed er en væsentlig faktor for at generere annoncekroner i Danmark
- Copy/paste mentaliteten stoppes. På en fælles platform er der ingen mening i at copy paste hinanden, og der kan også opsættes klare kriterier for, hvornår et nyt værk er et nyt værk (se ophavsretsloven) så man kan arbejde videre på hinandens historier men bare ikke copy/paste som det sker i dag.
- De private mediers store udfordringer i form af adblocker-tendensen (fordi flere og flere er så trætte af annoncering og tracking) forsvinder
- DR får et logon, som Danske Medier efterspørger
- Der kommer lige konkurrence om alle de penge der gives til dansk public service journalistik

Udfordringer/udestående spørgsmål

- Hvordan kan de private medier konkurrence på forretningsmodel/distribution. I dag slås de om krummerne efter de udenlandske giganter som Facebook og Google, men krummerne må anses at blive større med den publicistisk platform idet flere og flere digitale brugere vil flytte derover. De private medier kan jo vælge ikke at være med så er det uden mediestøtte, hvis de vil leve rent af annoncer. En model som man kan forestille sig tabloid-lignende medier måske vil vælge (nogle spørger i dag også sig selv hvorfor flere af dem får mediestøtte når ugeblade fx ikke gør).
- Hvis store dele af de private medier ikke vil være med, kommer der til at mangle en del godt journalistisk stof på platformen. Men løses måske ved at pengene fra mediestøtten så gives til andre, der vil være med. Og det vurderes ligeledes, at de fleste vil være med, da mediestøtten i dag sandsynligvis udgør imellem 10 og 35% af indtægterne (det meste af de øvrige indtægter for avisernes vedkommende kommer fra print, som de kan fortsætte med sidenløbende m dette projekt)
- Nogle vil råbe, at konkurrencen sættes ud af kraft. Det gør den IKKE på kvalitet, men ja på digital distribution - den bliver centraliseret, men det er frivilligt for de private medier at være med eller de kan køre deres egne platforme ved siden af (for brugerne vil naturligvis gå efter den, der har det hele samlet og personificerbart). Desuden er argumentet det samme som universiteternes: De arbejder sammen mod globale giganter fremfor at konkurrere mod hinanden og skabe bedre plads for de globale giganter til at tjene penge i Danmark. Det er for at holde kontrollen over dansk public service på danske hænder.
- Endelig er der en udfordring i at lægge mediestøtten sammen med den del til DR og 24syv og TV2 regionerne der går til journalistik så der kommer en mere lige fordeling

København, 30. oktober 2015



Kulturstyrelsen
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Redaktion
Folketinget
Christiansborg
DK 1240 København
T 3334 3540
redaktion@altinget.dk

Høringssvar: evaluering af mediestøtteordningen

Administration
Frederiksholms Kanal 21
DK 1240 København K
T 3334 3540
adm@altinget.dk

Tak for muligheden for at afgive høringssvar vedr. mediestøtteordningen.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vi oplever regelsættet, vejledningen og ansøgningsprocessen ganske ligetil - både forståelsesmæssigt og administrativt.

Den nye mediestøtteordning kom sent - da internettet var 20 år eller mere - og det er positivt, at regeringen til gengæld så hurtigt tager den op til politisk evaluering, da der er brug for, at man ved fortsat omlægning til platformsneutralitet fuldender ligestillingen mellem de indbyrdes konkurrerende medieformer.

Danmark er på den ene side et dejligt land at starte medier i, fordi landet har stort set uindskrænket ytringsfrihed, en udtalt debatkultur og fri etableringsret. På den anden side var det generende for Altinget.dks første 14 leveår, at vores private konkurrenter i perioden modtog omkring 20 milliarder i konkurrenceforvridende erhvervsstøtte. Hertil kom et endnu større beløb til de statslige medier. Det hæmmede i alvorlig grad vores vækst, værdi og omsættelighed.

Hvis jeg havde indset og forstået dette, havde jeg ikke startet en virksomhed på et marked præget af så betydelig konkurrenceforvridning og tiltagende dominans fra statslige aktører. Man må i dag opfordre unge iværksættere til at virke på inden- eller udenlandske markeder uden erhvervsstøtte og uden statslige aktører, der begrænser marked og efterspørgsel. Ellers vil deres opfindsomhed, risikovillighed og flid ikke blive honoreret. And why then bother?

Siden den nye ordning trådte i kraft 1. januar 2014 er Altinget vokset markant, og vores interne analyser viser, at vi ligger helt i top med vækst i journalistisk

beskæftigelse blandt de medier, der er omfattet af produktionsstøtten. Vores samlede årsværk (FTE) var i følgende årsregnskaber:

2012/13: 20

2013/14: 30

2014/15: 39

2015/16: 47 (budget)

Vi har sendt omtrent lige så mange skatte kroner retur, som vi har modtaget i statslig mediestøtte. Win-win.

Denne udvikling kan uden tvivl dokumenteres at fortsætte, når de nye, indsendte produktionsstøtteomkostninger offentliggøres senere på året. Kulturstyrelsen og Medienævnet opfordres til allerede nu at undersøge, i hvilken udstrækning mediestøtte fører til dokumenteret vækst i journalistbeskæftigelsen. Det kan jo spores i eventuelle bevægelser i de årlige, opgjorte redaktionelle omkostninger.

Vi er i år udnævnt til en af landets 1.449 hurtigst voksende virksomheder - såkaldt gazelle. Det forventer vi også at blive i årene fremover. Udover godt 20 abonnementsnetaviser udgiver vi flere gratis netaviser til enhver interesseret. Ikke mindst et alment politisk overblik - privat public service - med to daglige nyhedsbreve. De formidler uvildig kerne-publicisme om politik, samfund og kultur gennem nyheder, analyser, portrætter, debat mv. I 2016 ventes 50.000 forskellige personer at modtage disse gratis nyhedsbreve, hvortil kommer gratis nyhedsbreve om EU, civilsamfund og amerikansk politik.

Altinget.dk er med godt 20 politiske journalister i dag privat mediemarkedsleder på Christiansborg. Vi har modtaget en række priser, senest den nystiftede Public Servicepris fra Den danske Publicistklub.

Supplementspuljen virker kun delvist efter sin hensigt. Puljen for fritstående netmedier, der kompenseres for, at vi ikke har nulmoms, er på beskedne seks millioner og er - som forventet - sprængt og bør sættes op. Netmedierne kompenseres kun omkring 46-47% for vores redaktionelle omkostninger, mens - i øvrigt publicistisk værdifulde - nicherdagblade (tilmed momsfrigtede) Kristeligt Dagblad og Information kompenseres henholdsvis 74,9 og 77%. Vores samfundsbetydning er i dag på højde med disse mediers, og derfor er det klokkeklar forskelsbehandling, er vi ikke kompenseres ens.

Ministeren og det politiske flertal opfordres til at kompensere alle supplementsmedier op til 75% ud fra lighedsidealet - uanset teknisk platform. Supplementsordningen skal ses i én sammenhæng. Når det sker, vil vores omsætning efter tre år uden tvivl overgå hver af de to nicherdagblade.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Gode. Det virker fair, at det er muligt at søge forprojektstøtte, så både myndighed/Medienævnet og mediet kan kvalificere projektet, før der for alvor investeres tid og midler.

Der virker til at være en fair fordeling af støtte mellem etablerede medier og håbefulde start ups. Vi må alle være tolerante over for, at ikke al

innovationsstøtte fører til levedygtige medier. Eksperimenter og belønning af virkelyst og idérigdom er relevant.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Ingen. Men ordningen virker sympatisk. Som samfundet skal være åben over for innovation, bør man også forsøge at værne om de historiske og værdifulde medievirksomheder, der kan komme i knibe.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Ja, som ventet er papir målrettet på vej ud, og digitale nichemedier, herunder de gamle mediers egne, overtager dagbladenes historiske betydning. Det må den fremtidige fortsatte modernisering af ordningen understøtte. Statens egne medier har de seneste år øget deres dominans på bekostning af de private medier. Regeringen bør definere et stat/privat-mediekodeks, hvor de private medier altid udgør størstedelen (eksempelvis så landsdækkende dagblade og fritstående netmediers omsætning skal udgøre mindst halvanden gang af omsætningen af DR, TV 2 og TV 2-regionerne. Falder bladsalget, skæres statens medier årligt tilsvarende ned ved naturlig afgang, udlicitering til private aktører mv.)

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Ja, afgjort. Dog anbefales at indføre concernloft på eksempelvis 2 x 17,5 mio. kr. = 35 mio. kr. årligt. I dag får to-tre concerner som følge af nye titler en stadig større del af støtten, hvilket er til skade for den mangfoldighed på mediemarkedet, som støtten gerne skulle medvirke til. Et sådan concernloft vil betyde, at der frigøres penge til de mange støtteberettigede, mindre medier og forhåbentligt medvirke til at forebygge yderligere koncentration af ejerskabet, som politisk er et særskilt mål.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Det private mediemarked og de statslige medier skal behandles politisk under ét, da den statslige dominans er så udtalt, at den i betydelig grad bestemmer det private mediemarkeds levevilkår, især på internet, hvor alle slås ... på ulige vilkår. DR bør - i egeninteresse - blive pålagt at udlicitere redaktionel produktion til private nichemedier. Det skal i denne sammenhæng fremhæves, at DR og Altinget.dk længe har haft og i fremtiden vil have et fint redaktionelt samarbejde på markedsvilkår, hvor vi i gensidig redaktionel tillid leverer de meget benyttede kandidat-databaser til alle valg, som vi udviklede fra 2000-01. Dette samspil med DR sætter vi pris på.

Endelig opfordrer vi den danske regering til på EU-plan at arbejde for en snarlig enhedsmoms på medieområdet, så trykte medier og digitale medier ligestilles momsmæssigt. Det vil også være til dagbladenes fordel på længere sigt. Det er indlysende urimeligt, at papir har nulmoms, mens vi og vores abonnenter betaler 25% moms. Det kan ingen skatteborgere forstå.

I øvrigt henvises til høringssvaret fra Interossenetværket Specialmedierne.

PS: Kulturstyrelsen opfordres til at præcisere sin vejledning for opgørelse af redaktionelle omkostninger, så der er vished for, at alle ansøgere fra 2015 opgør deres hensatte feriepengeforpligtelse ud fra samme definition:

Den fulde feriepenge berettigede lønindkomst i året x 12,5% fratrukket den hensættelse der blev foretaget sidste år. Således at kun bevægelsen medregnes.

Hvis nogen ansøgere anfører og har fået godkendt et andet princip - *den fulde feriepenge- berettigede lønindkomst i året x 12,5%* - vil det selvsagt føre til en markant forskelsbehandling af konkurrenter.

Med venlig hilsen,

Rasmus Nielsen
Udgiver, chefredaktør

BONNIER

Publications

Kulturstyrelsen
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

30. oktober 2015

Bonnier Publications er medlem af Danske Medier, men da organisationen ikke udtaler sig i spørgsmålet om støtte til private medier, afgiver vi selv høringssvar.

Bonnier Publications er Danmarks største magasinudgiver og er ligesom alle andre medievirksomheder i gang med den digitale transformation – en så omfattende forandring, at den er uden fortilfælde. Blandt vores mest kendte titler er Illustreret Videnskab, Historie, I Form og Bo Bedre.

Vi har set høringssvaret fra Interessenetværket Specialmedierne. Vi er enige i de argumenter, synspunkter og forslag, der fremføres, og kan tilslutte os dette høringssvar fuldt ud.

Her vil vi derfor fokusere på spørgsmålet:

Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, der bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Det enkle svar er ja.

Der er stor usikkerhed om, hvordan medierne og medieforbruget udvikler sig i de kommende år, og hvilke forretningsmodeller og indtægtsstrømme, der kan sikre et bredt udbud af private medier.

Nogle hovedtræk står dog klart:

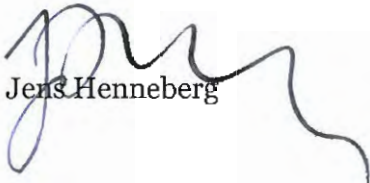
1. Smartphones bliver den førende enhed til forbrug af digitalt indhold. Allerede fra 2016 vil de fleste danske websites have mere end 50 % af trafikken fra mobile enheder. Indhold skal derfor rettes mere mod denne platform.
2. Det digitale forbrug går i retning af, at forbrugerne opsøger specialmedier eller enkelt-artikler for at få opfyldt deres informationsbehov. Dette indhold findes vha. søgemaskiner eller sociale medier.

3. En del information vil blive distribueret som enkelt-artikler gennem andres kanaler. Facebook er i øjeblikket mest dominerende, men flere globale aktører satser også her.
4. Medier er traditionelt blevet defineret ud fra deres fysiske format. Nu giver det mere mening at definere medier ud fra karakteren af det indhold, der produceres, for indholdet vil blive distribueret på mange måder og gennem mange kanaler. Det bliver altså mere vanskeligt at fortsætte med den traditionelle opdeling eksempelvis mellem aviser og magasiner – alle skal fx producere nyheder til digital distribution.
5. Videoer er blandt det mest populære indhold på smartphones og andre digitale platforme. Alle medievirksomheder har brug for at kunne fortælle historier ved en kombination af skrevet tekst, fotografier, grafik og levende billeder.
6. Forandringer sker hurtigt og ofte i ryk, så en iterativ tilgang til såvel indhold og forretningsmodeller er nødvendig for at være succesfuld. Traditionelle 3-årsplaner bliver derfor illusoriske, selv om de ser tilforladelige ud i et regneark.

Givet at det er ovenstående virkelighed, medievirksomheder opererer i, er der således brug for en fleksibel udvikling og administration af Innovationspuljen. Kulturstyrelsen bør gøre en stor indsats for at udvikle ordningen, og det er vigtigt at have viden om de tendenser, der er i forbrugeradfærden, så Innovationspuljen bidrager til at accelerere udviklingen i den rigtige retning.

Er der behov for en uddybning af ovenstående, kan jeg kontaktes pr. mail jens.henneberg@bonnier.dk eller tlf. 40 55 79 93.

Med venlig hilsen
Bonnier Publications A/S



Jens Henneberg

Fra: [Henrik Lisberg](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: "Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen"
Dato: 1. november 2015 16:54:17

Høringssvar vedr. evaluering af mediestøtteordningen

øbenhavn, 1. november 2015

Undertegnede direktør og chefredaktør for LandbrugsMedierne indgiver hermed høringssvar om ovennævnte ordning.

LandbrugsMedierne er landbrugets bladhus, ejet af organisationen Landbrug&Fødevarer. Hovedproduktet er en bredt favnende avis, rettet mod danske landmænd, med et oplag på knap 40.000 og et læsertal iflg. Gallup på 136.000. Avisen suppleres med websiden landbrugsavisen.dk, der når op imod 200.000 unikke brugere hver måned iflg Google Analytics.

Avis og webside skrives af et korps af 22 professionelle og uddannede journalister, hvilket gør huset til en mellemstor journalistisk arbejdsplads. De dækker landbruget bredt - politisk, miljømæssigt, økonomisk og fagligt. Blad og webside er endvidere centrum for en til tider ret intens diskussion i og omkring erhvervet. Det politisk-faglige stof suppleres med indhold af mere kulturelt tilsnit, herunder boganmeldelser og faste klummer og reportager om det ganske særlige ved livet på landet.

Trods gentagne ansøgninger er LandbrugsAvisen aldrig fundet egnet til at modtage mediestøtte, hvilket dels må tilskrives lovens ret markante krav til ejerstruktur, dels mere udefinerlige krav til modtagerkreds og indhold. Det har således ikke været muligt at få et præcist svar på, om et andet ejerforhold i sig selv ville gøre avisen støtteberettiget – og hvad der kræves af indhold.

LandbrugsMedierne tillader sig på den baggrund at gøre indsigelse mod det eksisterende regelsæt, der dels må betegnes som meget diskriminerende i forhold til ejerforhold, dels giver retssikkerhedsmæssige problemer i forhold til, hvem der er berettiget som modtager af en støtte, der må betegnes som værende i krydsfeltet mellem erhvervsstøtte og kulturstøtte.

1. Ejerkriteriet, §3, stk 4

Kravet om, at bladhuset ikke må være helejet af en organisation, er klart diskriminerende. En række bladhus har da også omgået kravet med mere eller mindre kreative ejerformer. Et bladhus har ganske vist ekstern med-ejer, men da organisationen garanterer for udgivelsen, må dette ejerskab vel nærmest anses for fiktivt. Et andet sted er fagforeningens pensionskasser inviteret med som medejer. Tidsskriften Folkeskolen er det seneste, der har foretaget lignende kunstgreb. Det er uforståeligt, at en lov på den vis omgår det sædvanlige princip om ligestilling mellem ejerformer, især at følgen har været en række mere eller mindre fiktive ejerkonstruktioner. Det må forventes, der kommer stadig flere af den type tiltag i takt med, at delejede medier opnår støtte.

2. "En bred kreds af brugere" i §3, stk. 3.

LandbrugsAvisen distribueres til medlemmer af Landbrug&Fødevarer, men sælges også frit til andre, og læses som nævnt af fire gange så mange som medlemstallet. Alligevel betragtes modtagerkredsen ikke som bred. Derimod anerkender mediestøtteudvalget af Ugebladet Ingeniøren modtager tilskud til trods for, at dette blad på fuldstændig samme vis læses af medlemmer af Ingeniørforeningen i Danmark. En konkurrent – Effektivt Landbrug – har fået afslag til trods for, at Effektivt Landbrug er et salgsblad, der ikke specielt har medlemmer som modtager, formentlig med henvisning til, at et medie vendt mod landbruget ikke ahr en bred modtagerkreds. Derimod har Byggeriets Dagblad fået støtte, selv om modtagerkredsen her også er et bestemt erhverv. Igen er der tale om en uforståelig forskelsbehandling, der må siges at være i modstrid med principper om gennemsigtighed og retssikkerhed.

3. Generel konkurrenceforvridding

Vi vil vove den påstand, at medier, ejet af erhvervs- og fagorganisationer, spiller en afgørende rolle i det danske mediebillede. Intet medie dækker forholdene i og omkring landbrugserhvervet på tilnærmelsesvis samme åbne og tætte facon som LandbrugsMedierne (på samme vis som Ingeniøren er afgørende for den faglige debat i Danmark, Folkeskolen for den skolepolitiske etc).

Ikke desto mindre gør reglerne det unødigt vanskeligt for et mediehus som vores at agere i markedet. Konkurrenter, der ikke i samme grad har en tæt redaktionel dækning eller en læsermæssig udbredelse, stilles bedre takket være støtte. Det gælder medier som fødevarewatch, der med et meget lille redaktionelt team konkurrerer direkte med landbrugsavisen.dk, og det gælder dagbladene, der med støtte har et fundament for at udgive rent kommercielle produkter om det erhverv, LandbrugsMedierne skal servicere, og dermed undergraver vores økonomi.

4. Produktionsstøttens øvrige krav.

I §3, stk. 2 opstilles en række øvrige krav for at blive støtteberettiget. Her tales om, at der skal være tale om en redaktion af en vis størrelse, et selvstændigt medie i medieansvarslovens forståelse, en åbenhed overfor et bredt publikum, et stort indhold af selvstændigt journalistisk stof samt en vis frekvens – min. 10 gange årligt.

Vi finder, at disse krav er rimelige og fornuftige, al den stund ordningen jo netop er tænkt for at fremme kvalitetsjournalistik og brede medier. Men vi mener, disse krav så til gengæld i sig selv er tilstrækkelige til at sikre, at støtten opfylder det opstillede mål. Samt at en større gennemsigtighed, så man som medie ved, hvad der kræves for at være støtteberettiget, må være et rimeligt ønske.

LandbrugsMedierne vil opsummerende anbefale, at reglerne med krav til redaktion og indhold fastholdes, men reglerne om ejerforhold og modtagerkreds ophæves. Det må og skal være indholdet og den generelle udbredelse og betydning af mediet, der må være afgørende, ikke mere formelle krav om ejerstruktur og modtagerkredsens medlemsforhold.

Med venlig hilsen

Henrik Lisberg
Chefredaktør, direktør
Landbrugsmedierne



Fra: [Ota Tiefenböck](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 1. november 2015 23:08:36

Høringssvar 6

Min medievirksomhed Mr. East (www.mreast.dk) har søgt støtte fra Innovationspuljen, men fik afslag med den begrundelse, at det journalistiske indhold på vores site kun består af udlandsstof som mangler dansk vinkel. Jeg har efterfølgende ringet til Kulturstyrelsen for at få en nærmere forklaring af definitionen dansk vinkel, dog uden at få en tilfredsstillende forklaring.

Det vil være en klar fordel at vide, hvad mediestøtteordningen definerer som dansk vinkel ved udlandsjournalistik og om det over hovedet er muligt at opnå støtte, hvis ens stofområde kun består af udlandsstof.

Mr. East's dækningsområde består af Øst- og Centraleuropa, Balkan og Kaukasus, lande som i årevis har været forsømt i danske medier og som ofte kun har fået negativ omtale. Derfor mener jeg, at Mr. East har en vigtig funktion og udfylder et vigtigt område i det danske medielandskab.

Håber at få klarlagt problematikken. Processen med projektbeskrivelse, ansøgning til mediestøtteordningen m.m. er tidsmæssigt krævende, og såfremt det slet ikke er muligt at opnå støtte til udlandsjournalistik, unødvendigt at bruge tid på.

Med venlig hilsen

Ota Tiefenböck
chef- og ansvarshavende redaktør
Medievirksomheden Mr. East
Nørre Søgade 9B st.th., 1370 København K tlf. 27 12 94 44
www.mreast.dk

Interessenetværket Specialmedierne

Kulturstyrelsen

mediestotte@kulturstyrelsen.dk

30. oktober 2015

Interessenetværket Specialmedierne varetager specialmediers interesser på områder, hvor Danske Medier ikke udtaler sig. Det gælder især spørgsmålet om støtte til private medier. Netværket omfatter over 300 medier både i trykt og digital form, hvoraf en stor del er fag- og branchemedier.

Interessenetværket er meget tilfredsmed, at evalueringen af mediestøtten er fremrykket, da vi kan se, at ordningen i sin nuværende form på en række områder er konkurrenceforvridende, idet medier med samme type indhold bliver behandlet forskelligt støttemæssigt.

Det, at støtten nu gives både til trykte medier og til skrevne internetbaserede medier, og at den gives på grundlag af det redaktionelle indhold og ikke i forhold til antal distribuerede eksemplarer, finder Interessenetværket Specialmedierne meget positivt.

I det følgende vil vi kommentere de enkelte høringsspørgsmål:

1. Hvad er Jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Det er for Specialmedierne væsentligt, at støtten gives til et medie på baggrund af det redaktionelle indhold uanset, hvem der står som udgiver. Ejerskabskriteriet, der indebærer, at medier udgivet af branche- eller faglige organisationer, ikke kan få støtte betyder, at en række medier afskæres fra støtte, selv om de opfylder de indholdsmæssige kriterier. Vi finder ikke, at dette kriterier er relevant for, om et medie udgiver støtteberettiget indhold – og Specialmedierne kan her fuldt ud tilslutte os det betækningsbidrag herom, som Venstre, Liberal Alliance, konservative og Dansk Folkeparti afgav, da der blev skrevet betæknning om loven om mediestøtte.

Specialmedierne finder, at lovens kriterie om, at et medie for at kunne modtage støtte skal have indhold både om samfund, politik og kultur, giver en konkurrenceforvridning – og i øvrigt strider imod udviklingen på de nye digitale platforme i retning af nichemedier.

Et eksempel på konkurrenceforvridningen er, at Watch-medierne, som udgiver skes forskellige nicheportaler, får støtte, fordi de seks nicheportaler samlet opfylder omnibuskriterierne. De seks nicheportaler sælges i abonnement enkeltvis i konkurrence med andre nicheportaler eller –blade inden for de samme områder. Watch-medierne får støtte, mens deres konkurrenter ikke får støtte. For eksempel får MediaWatch støtte, mens konkurrenten Bureaubiz ikke kan få støtte.

Specialmedierne finder, at der skabes en ligestilling her ved, at det som krav stilles, at et medie for at få støtte skal have et indhold af enten samfund, politik eller kultur – og ikke skal rumme det hele.

Et andet eksempel er, at mange dagblade udgiver magasinlignende tillæg, som i deres indhold er identisk med fritstående magasiner. De dagbladslignende magasiner får støtte til en del af de redaktionelle udgifter – ligesom de drager fordel af nulmomsen - mens det selvstændige næsten identiske magasin ingen støtte får. Her kan som eksempel nævnes, at Berlingskes Business-magasin, som er en del af Berlingske får støtte, mens Penge og Privatøkonomi som selvstændigt magasin ikke kan få støtte.

Også bestemmelsen om, at et medie skal henvende sig til en bred kreds af brugere § 5 stk.2.3, er med til at skabe en ulige konkurrence mellem nicheportaler og omnibusmedier.

Vi har også noteret os, at flere af de store koncerner udgiver flere nichemedier, som støttemæssigt optræder som selvstændige medier – bl.a. Kids News fra Berlingske Media, og Watch-medierne fra JP-Politiken, og vi kan på MediaWatch se, at Finans.dk, som er en del af Jyllands-Posten søger produktionsstøtte.

Det betyder, at to-tre koncerner får en stadig større del af støtten, hvilket er til skade for den mangfoldighed på mediemarkedet, som støtten gerne skulle medvirke til. Specialmedierne vil derfor foreslå, at der – som foreslået af Mediestøtteudvalget – indføres et koncernloft. Det vil betyde, at der frigøres penge til de mange mindre støtteberettigede medier.

Specialmedierne ser derfor gerne loven ændret, så alle trykte og skrevne internetbaserede medier stilles lige støttemæssigt, og mangfoldigheden i mediebilledet sikres ved, at der sættes et loft for, hvad en enkelt koncern kan modtage.

2. Hvad er Jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljer?

Da adgangskriterierne til puljerne i store træk er de samme som ved den redaktionelle produktionsstøtte, gælder bemærkningerne under spørgsmål 1 også her.

Specialmedierne ser desuden gerne, at vejledningen i, hvordan kriteriet ”økonomisk bæredygtighed” skal forstås, bliver tydeliggjort. Ligesom også forståelsen af, hvordan egenkapitalkravet kan opfyldes, for mange virker uklare.

3. Hvad er Jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?
Specialmedierne er ikke bekendt med, at specialmedier har søgt eller overvejet at søge saneringsstøtte.

4. Er der efter Jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i meideforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, der bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen

Det fremgår af analyserne om mediernes tilstand 2014 og 2015, at danskerne i stadig stigende grad læser nyheder på mobile platforme. Det er derfor vigtigt, at der støttemæssigt skabes et grundlag for at udvikle skrevne medier, som retter sig mod internet og mobile devices. Teknologien gør, at disse platforme er særdeles velegnede til at nå afgrænsede målgrupper med indhold af høj kvalitet. Denne udvikling fremmes bedst ved at gøre det muligt med støtte til nichemedier.

Udviklingen mod internetbaserede medier gør også, at det er vigtigt løbende at følge, om supplementspuljen til fritstående netmedier på seks mio. kr. er tilstrækkeligt til at sikre, at disse medier får en støtte, der gør, at de kan konkurrence på lige vilkår med de medier, som i trykt form er fritaget for moms af salget.

5. Er det Jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedsproduktioner og alsidigheden i deres indhold?

Mediestøtten er i sig selv med til at fastholde en nyhedsproduktion fra private medier i et marked, hvor de statslige medier har fået ressourcer og nye platforme til at brede sig til skrevne platforme, som altid har været et område, som de private medier gennem et mangfoldigt udbud har dækket på særdeles kvalificeret vis.

Den nye mediestøtte vil med den nuværende udformning føre til en koncentration blandt private medier, da den alene støtter omnibusmedierne – og dermed de ”gamle” dagbladshuse.

Den giver kun i ringe grad støtte til nye skrevne medier på de digitale platforme, da støttekriterierne er baseret på de trykte omnibusmediers præmisser og ikke på de præmisser, der er gældende på digitale platforme.

Specialmedierne finder, at alsidigheden og mangfoldigheden bedst fremmes ved at ophæve ejerskabskriteriet og fjerne omnibuskravene for at blive støtteberettiget.

6. Giver Jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?
Mediestøtteforliget i 2013 omfattede også støtteordningen for blade udgivet af ideelle foreninger og idrætsforeninger.

Her blev der blandt andet indført et loft for støtten til enkelte titler. Det er et loft, som har betydet en væsentlig reduktion i støtten til enkelte blade udgivet af ÆldreSagen. Det er

blade, som henvender sig til en stor gruppe danskere, som endnu ikke i særligt stort omfang er digitale.

Specialmedierne ser gerne, at regeringen i forbindelse med evalueringen genovervejer hensigtsmæssigheden i loftet, som vil blive sænket gennem de kommende år.

Er der behov for en uddybning af ovenstående, kan jeg kontaktes enten pr. mail rasmus@altinget.dk eller tlf.23 26 29 15

Venlig hilsen

Rasmus Nielsen
Formand
Interessenetværket Specialmedierne

Fra: [Steven Snedker](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Høringsvar evaluering af mediestøtteordningen far Vertikal.dk
Dato: 2. november 2015 09:24:07
Vedhæftede filer: [Attachment information](#)
[Hvad jeg lærte af at søge Mediestøtte 2015 Vertikal.pdf](#)

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Vi søgte ikke.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Indviklede. Unødvendigt udviklede. Se vedhæftede.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Vi søgte ikke.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Nystartede medier bruger freelancere.

Nystartede medier har ikke nødvendigvis kontor og trykpresse.

Nystartede medier har ikke nødvendigvis brug for 3 redaktionelle årsværk for at køre.

Nystartede medier er mindst lige så urentable som etablerede medier/nuværende støttemodtagere.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Ikke i tilstrækkelig grad.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

* Mange, uigennemskuelige og indbyrdes næsten modstridende regler. Vi afviser urentable medier- men I må godt regne redaktionel produktionsstøtte med som sikker indtægt. Vi vil gerne etablere nye medier - men freelancere kan I ikke få lov til at bruge. Vi regner i fuldtidsstillinger. Alle nye, adrætte Internet-medier skal være velkomne - så længe de opbygges præcis som print-medier.

* Dokumentation spredt ud over hjemmesider , pdf'er , Word-dokumenter og det løse.

* Man skal finde og udfylde ansøgningen på skiftevis web, pdf (valgfri), Word og Excel.

Hele jerimaden er vedhæftet som PDF.

De findes dog også som et lidt bedre læseoplevelse på <http://vertikal.dk/hvad-jeg-laerte-af-soege-mediestoette-2015>

Med venlig hilsen

Steven Snedker

--

Steven Snedker, partner

<http://vertikal.dk>

tlf://51841548

Vi laver mediesites med Drupal, HD-video, mp3, RSS, PDF-bladring og masser

og masser af søgemaskineoptimerede nøgleord: <http://journalisten.dk> ,
<http://cbsobserver.dk> , <http://gymnasieskolen.dk>, <http://specialmedierne.dk>,
<http://egeskov.dk> osv. osv.

Vi har også en mening om alt muligt teknologisk.

Vertikal.dk er et sympatisk webbureau.

Vi har siden 2005 bygget snesevis af Drupal-sites - ofte til online-medier. Selv er vi glade for cbsobserver.dk, gymnasieskolen.dk og journalisten.dk

Vi opgraderer gerne dit site til Drupal eller opgraderer og udbygger dit eksisterende Drupal-site. Vi er også, i mere beskeden grad, klar på at rådgive om alt det web-relaterede, vi skriver om her på siden.

Hvad jeg lærte af at søge Mediestøtte 2015

Her i foråret havde jeg et ærefuldt og støtteværdigt projekt, fortsættelsen af IT-Nørdens blog. Hvis du læser denne artikel helt til ende, kan du nyde et helt appendix om hvorfor det var sådan en god idé at støtte.

Til dens slags projekter giver Kulturstyrelsens Medienavn fire slags støtte.

Støtte til

1. forundersøgelser
2. etablering
3. udvikling
4. redaktionel produktion

De første tre slags støtte gives på forskud. Man får nogle penge, bruger dem, afrapporterer og håber så at alle er glade. Den slags er der 20 millioner kroner til om året.

Den sidste slags støtte, den redaktionelle produktionsstøtte, gives på bagskud. Man har produceret støtteværdig journalistik og kan nu kæmpe om den store balje penge, 375,6 millioner kroner.

Den redaktionelle produktionsstøtte er klart den mest interessante balje penge.

Men nu var ansøgningsfristen til produktionsstøtte først den 1. september, så jeg kunne lige så godt bede om penge fra den lille kasse. Lidt til at komme i gang på, lidt øvelse i at ansøge.

Støttenovice <

Jeg er i den grad uvant med at søge penge. Jeg/vi har haft vores eget firma siden universitetsårene og bare haft en evig strøm af kunder. Så vi har aldrig rigtig skulle søge. Vi er mestendels blevet søgt.

Privat er jeg også lykkelig fri for at bede det offentlige om noget. Så der går typisk årtier mellem at jeg skal udfylde formularer fra det offentlige.

Etableringsstøtte, jeg vælger DIG! <

Jeg behøvede ikke penge til forundersøgelser. Jeg vidste fra mit arbejde på IT-Nørdens blog og Jubiis Nyhedsbreve ret godt hvor mange mennesker den slags skrivi kan få tag i, hvor hurtigt læserskaren ville bygges op og hvad de månedlige udgifter ville være.

Så valget stod mellem etableringsstøtte og udviklingsstøtte. Enten at bede om penge til at starte, eller starte og bede om penge.

Jeg valgte etableringsstøtte med et underliggende håb om at det måske ville øge chancerne for redaktionelt produktionsstøtte. Hvis Medienævnet havde sponsoreret opbygningen og målene var nået, ville det delvis være Medierådets eget barn og i højere grad værdig til evig næring fra Medienavnets bryst.

Evig næring fra Medienavnets bryst lyder måske lidt overdrevet. Men de 375,6 millioner kroner i redaktionelt produktionsstøtte skal man kun søge om én gang. Herefter skal man bare årligt indsende udgiftsbilag, smile op til ørerne og holde sin konto åben for solide indskud. Redaktionel produktionsstøtte er det man i England kalder for et rigtigt sovsetog.

Mange mindre, annoncebårne medier kan mere end fordoble indtægterne ved at komme ombord.

Men jeg fortæber mig. Der skulle også beløb på ansøgningen.

Computerworld	2.523.105
Dagbladet Ringkøbing-Skjern	2.351.848
Mandag Morgen Media ApS	2.331.395
Avisen.dk	2.211.835
Dagens medicin	1.893.483
Morso Folkeblad	1.810.051
Økonomisk Ugebrev	1.742.619
Forbrugerrådet Tænk	1.679.943
Version2	1.240.774
Arbejderen	1.236.984
Licitationen - Byggeriets Dagblad	1.055.951
Kommunen	946.635
The Copenhagen Post	548.396
Kids News	525.659
SAMSØ POSTEN ApS	518.605
Udfordringen	487.570
ByggeTeknik (Dagens Byggeri)	483.134
dknyt.dk	444.483
aoib.dk (Alt Om Ikast-Brande)/Ikast Avis	441.555



Artikelfakta

Af Steven Snedker

Publiceret 23. juli 2015

- Mediestøtte

Vist 2536 gange

Vertikal er

Steven Snedker

Hvis du er webredaktør kan Steven Snedker sikkert løse dine problemer og få læsertallet i vejret uden det store ekstra daglige arbejde.



Han har bygget Drupal-sites om Journalisten.dk, CBSObserver.dk, Gymnasieskolen.dk og lignende siden 2006.

Han kan træffes på ss@vertikal.dk og 51 84 15 48.

Martin Jørgensen

Martin J vil til enhver tid foretrække den tilpassede, kompakte, effektive og smukke løsning frem for standardløsningen, som den kommer lige ud af kassen. Det bruger han gerne lidt energi på. Han har desuden et ganske skarpt øje for både brugerflade, typografi, grafik og fotografier.



Han kan kontaktes på martin@vertikal.dk eller på telefon 20 66 67 01

Martin Larsen

Martin L er vores Unix- og serverhøj, der tager sig af (web- og mail-) serveropsætning, Android-apps, JavaScript og CSS, men også arbejder med Drupal.



Martin kan nås direkte på martin@larsen.dk og 20915416

Hvor meget skal man bede om? <

Skulle jeg bede om 100.000, 1 eller 10 millioner kroner i etableringsstøtte?

Bevægede jeg mig op på millionen, skulle jeg selv hælde 1,5 million i projektet (enten i kroner eller i form af 7.500 max. 200-kroner-i-timen-arbejdstimer). Derudover ville jeg skulle aflægge et regnskab der overholdt kravene i *bekendtgørelse nr. 1479 af 22. december 2014 om regnskab og revision af projekt- og aktivitetstilskud fra Kulturministeriet*.

Holdt jeg mig under 100.000 kroner kunne jeg nøjes med selv at smide 150.000 kroner/750 timer i projektet og slap samtidig for de grumme regnskabskrav.

Himlen skal vide, at jeg ikkun er en bleg forbyrder, en nervøs hattedame, en småsvindler. Jeg valgte det lille hyggebeløb 99.000. På mange måder et fint tilskud til at etablere et nyt medie med.

Alle er velkomne på sovsetoget... <

Medienævnet er en samling på 7 viise mennesker, der deler de mange millioner ud hvert år. Jeg forestiller mig dem siddende på øverste etage i Kulturstyrelsen om et vældigt konferencebord, badet i lys fra PH-lamper mens de nikker venligt eller ryster kort på hovedet, når de præsenteres for støtteansøgninger.

Medierådet lader faktisk til at være lette at tilfredsstille.

- Man skal skrive nyheder på dansk og man skal selv skrive dem.
- Det skal være artikler (m.v.) inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof - primært politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.

Mit IT-Nyhedsmedie havde et lidt bredere emneområde end allerede eksisterende støttemodtagere som Ekkofilm og ComputerWorld og et noget smallere emneområde end støttemodtagerne Tænk og Vejle Amts Folkeblad. Ingen problemer.

Det er også nogenlunde let at imponere Medierådet med sin fænomenale kompetence og egnethed. Man skal både hoste op med biografi/CV og prøveartikel, når man ansøger.

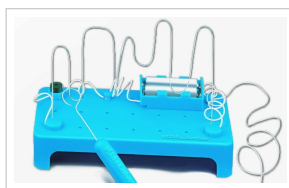
Så for at undgå for mange ansøgninger, har man skruet op bureaukratiet ude ved skranken.

Alle er velkomne... Hvis de taler flydende bureaukratisk <

DJØF-prøvelserne er de sædvanlige:

- Mange, uigennemskuelige og indbyrdes næsten modstridende regler. Vi afviser urentable medier - men I må godt regne redaktionel produktionsstøtte med som sikker indtægt. Vi vil gerne etablere nye medier - men freelancere kan I ikke få lov til at bruge. Vi regner i fuldtidsstillinger. Alle nye, adrætte Internet-medier skal være velkomne - så længe de opbygges præcis som print-medier.
- Dokumentation spredt ud over hjemmesider , pdf'er , Word-dokumenter og det løse.
- Man skal finde og udfylde ansøgningen på skiftevis web, pdf (valgfri), Word og Excel.

Denne forprøve føles i høj grad som et spil bureaukratisk Buzzwire. Man skal med ekstrem omhu navigere igennem mystiske regler. Rammer man noget forbudt, kommer der en grim lyd og man er ude. Uanset ens prægtige medieidé's øvrige kvaliteter.



“Det er vigtigt at huske, at embedsmændene ikke opfatter deres job som at hjælpe nye medier til verden,” trøstede en tidligere støttemodtager. “De opfatter deres job som om de skal sørge for at reglerne bliver overholdt (strengt), så deres egen - og ministerens - røv ikke kommer i klemme, hvis nogen klager. Og der er altid nogen der klager, hvis man uddeler 3-400 millioner kroner.”

Excel-arket fra helvede <

Man skal for eksempel, uanset om man søger etablerings- eller udviklingsstøtte, udfylde et gigantisk regneark med det rene vrøvl eller løgn i over tusinde felter.

Svar hurtigt:

- Hvor stor er dit nye medies annonceindtægt år 3, måned 9?
Tja. Annoncemarkedet er vigende, flere og flere bruger Adblockere. Så...
- Hvad er lønsumsafgiften år 2, måned 7?
Døøh. Skats veje er uransagelige...
- Hvad er bankindestående år 3, måned 4?
Øøøøh

Min lille naturvidenskabeligt skolede journalist-hjerne stejlede over at skrive så meget uunderbygget vås.

Det virkede helt forkert at love et utroligt redeligt medie. Og så samtidig forudsætte en masse, man overhovedet ikke havde belæg for at forudsætte, i ansøgningen.



Jeg havde heller ikke skruet på tallene for at få mediet til at se superrentabelt ud. Til gengæld kunne jeg beviseligt sagtens lave et godt, populært medie på det budget.

“Giv mig 0,5 promille af jeres budget og jeg vil oplyse og underholde 5% af danskerne” kunne jeg love og henvise til en ganske pæn track record.

Så jeg valgte i første omgang ikke at svare på spørgsmålene under henvisning til at etableringsprojektet kørte i 6 måneder og at man virkelig ikke kan sige noget redeligt om hvordan økonomien ved internet-publicering ser ud i 2018. For slet ikke at tale om bankindestående en tilfældig måned om tre år..

Bzzz! Sagde det. Fejl! Øvelsen/prøvelsen hed budget og regnearket skulle pinedød udfyldes til sidste celle.

DJØF-øvelseslederen gav mig dog venligt nok fire dage til at finde på tal.

De fire dage brugte jeg på at spørge tidligere støttemodtagere, hvad de havde gjort ved denne tekniske og moralske prøvelse.

Alle er velkomne... Hvis de taler flydende bureaukratisk... og lyver lidt <

“Hold da kæft, det er blevet stort,” udbrød en. “Det regneark, jeg udfyldte, var kun 1/3 så stort. Men du ved. Djævelen finder arbejde til ledige hænder. Held og lykke.”

“Det at lægge budget er jo lidt af en særlig disciplin,” hjalp en anden på vej. “Hvis man laver sit eget budget, gælder det om at sørge for, at det holder. Når man laver budget for et nyt potentielt projekt - hvor man bruger andre folks penge - så gælder der helt andre regler. Så gælder det om at lave et budget, som på forhånd ikke kan afsløres som værende urealistisk og som bagefter ikke ser ud som om det var lavet med "dårlige hensigter". Og det er jo noget helt andet. Sidevisninger, annoncepriser, sponsorer, crowdfunding, abonnementsindtægter er jo meget fleksible størrelser i et budget.”

“Du skal bare give den fuld skrue,” lokkede en tredje. “iPad-abonnementer? Det bliver kæmpestort! Flattr-betalinger? Kæmpestore. Telmore Play? Kæmpestort. Udgiv kun mobil? Kæmpestort!

Bare det er nyt, og de ikke aner noget om det, kan de ikke afvise. Og så får du pengene. Selvom din økonomi selvfølgelig ikke bliver bedre end de andre dødssejlerprojekter, der har fået penge.

Den redaktionelle produktionsstøtte går ind og dækker **indtil 50% af de redaktionelle omkostninger**. Hvor meget redaktionelt produktionsstøtte får man, hvis man har redaktionelle udgifter for 10.000 kroner? 5.000 kroner. Udgifter på 30.000 giver støtte på 15.000 kroner. Udgifter på 100.000 giver støtte på 50.000 kroner.

Og hvem sætter udgifterne? [kunstpause] Hmm?”

Klart stof til eftertanke.

Jeg betalte min revisor for at sætte urimeligt usikre tal ind i regnearket.

“Der er ikke overskud,” bemærkede hun.

“Nej, men underskuddet kan jeg selv dække,” sagde jeg. “Års erfaring fra den virkelige virkelighed viser, at jeg sagtens kan køre et ret fornuftigt medie i årevis med indtægten fra redaktionel produktionsstøtte og annoncer.”

Kort proces <

Bzzzt! Anden gang gik det ikke godt med mine bortforklaringer i prosa. Jeg stødte på paragraf 16. Projektet blev skudt ned i en sky af perfekt formet kancelli-sprog:

“Medienævnet finder ikke, at I i ansøgningen på tilstrækkelig vis har godtgjort, at der er rimelig grund til at antage, at nyhedsmediet efter støtteperiodens udløb vil kunne blive økonomisk selv bærende, jf. § 16 i bekendtgørelsen.

Ansøgning afvist. Der var klagemuligheder. Men de ville klart være spild af alle involveredes tid og penge.

Lad os hellere lade denne historie blive opdagelsen af forbedringsmuligheder.

Forbedring 1: mindre bureaukrati og formalia <

Det giver meget god mening, at der er en art prækvalifikationsrunde før ansøgningen bliver forelagt de ældre vises nævn. De syv nævnsmedlemmer skal ikke tage stilling til alle ansøgninger. Kun de bedste. Der er brug for nogle prøvelser, der sorterer over halvdelen fra. Prøvelser, der kan afholdes af folk uden så meget viden om

medieverdenen. Folk med lavere timeløn.

Men lønssumsafgifterne om 3 år? 1.000 spørgsmål? Det er min fornemmelse at denne vej

- favoriserer folk, der jonglerer lidt vel meget med tallene
- alligevel ikke forhindrer pengene i at blive sprøjtet ud på [en masse medier, der aldrig bliver rentable](#).

Selvfølger er det ikke sjovt for et offentlig kasse at give tilskud til byggeri af flere ikke-sødygtige skibe, når man allerede har **30 nybyggede plimsollere** og **100 gamle, synkende skibe** i søen.

Men mit forslag er at man ser mere på hvad den danske medieverden savner (redelige

medier på et vist plan) og så støtter flere af disse.

Forbedring 2: anarki <

Man kunne også lade befolkningen bestemme hvor ca. 25% af mediestøtten skulle ende henne. Det har jeg skrevet en længere afhandling om: [Drømme-mediestøtte 2016](#).

Appendix A: mit ædle projekt <

En tragedie har altid en renfærdig helt med et ædelt projekt, der ikke lykkes. Skæbnens ugunst, onde menneskers rænker, heltens svagheder - alt kommer i vejen for en lykkelig slutning.

Sådan var min vej til afslag på mediestøtte også.

Mit ærefulde projekt var en art fortsættelse af IT-Nørdens blog, et medie til almindelige danskere om den magiske it-verden i evig udvikling. Selvfølgelig iklædt en støttepådragende omnibus-dragt og overholdende alle regler. Stof som Medienævnet hvert år støtter med millioner af kroner. Hundrevis af millioner går til de gamle omnibusavisere. Men, mere ansporende, fik medier som Tænk (forbrugerstof), Computerworld (it-branchen) og Ekkofilm (film) på ansøgningstidspunktet mmelm 0,25 og 2,8 millioner kroner om året i redaktionel produktionsstøtte.

Jeg ville ikke engang have så mange penge til mit lille projekt.

"Giv mig 0,5 promille af jeres årlige støtte, og jeg vil underholde og oplyse mindst 5% af befolkningen" lovede jeg dem (med basis i kendte læsertal og kendte omkostninger).

Fordelen frem for de eksisterende medier, ville være en større uafhængighed af annoncører. Der ville ikke være en bevidstløs strøm af produktnyheder eller afskrifter af pressemeddelelser. Annoncerne ville enten være fraværende eller ligge i baggrunden.

Mediet ville tage udgangspunkt i læsernes hverdag og hjælpe dem. Gøre dem dygtigere og klogere vha. brugbare, langtidsholdbare artikler. Samtidig med at de fik en lind strøm af nyheder om it-politik, streamingtjenester, mobilere og hvad der eller passer sig for et medie.

Du kan læse nærmere om projektets 7 års forundersøgelser på [Tak for denne gang](#).

Er du en renfærdig helt? <

Nej, desværre. Det her med at hjælpe almindelige mennesker til at kende forskel på svage og stærke maskiner, finde bedre software og undgå elendigheder er selvfølgelig lidt renfærdigt og helteagtigt.

Men I selve ansøgningsprocessen sad jeg og bandende, forbandende og i afvisningen kogte jeg af misundelse, forsmåelse og alle mulige andre lave følelser en rigtig renfærdig helt ikke ville have.

Links <

- Se hvem der har fået [etablerings- og udviklingsstøtte](#).
- Se hvem, der får [redaktionel produktionsstøtte](#).
- Ansøg selv: dokumentation spredt ud over [hjemmesider](#), [pdf'er](#), [Word-dokumenter](#) og det løse.
- Læs om [Drømme-mediestøtte 2016](#).

Dansk Filmskat - hvem blev snydt?
Filmkvaliteten og billedkvaliteten er under middel. Men ideen er meget sympatisk.

Udryd problemer med dækning, datahastighed og høj pris på mobilen
Brug, uden skæmsel, de tre våben - dækningskort, OpenSignal og abonnementskill.

Skal du have en Chromebook? Ja. Nu skal du.
En hurtig, ultralet bærbar med fænomenal batterilevetid er nu ... landets billigste bærbare.

Lokalarkiverne går endnu mere online: 1 million billeder af dit og dine forældres liv
Du finder nok et billede af dit barndomshjem, din skole og en masse sjove og rørende optrin op gennem danmarkshistorien.

Sådan undgår du at købe en langsom tablet eller mobil
Bare køb en quad-core. Så er den sikkert god nok.

Top 60-artikler på www.Fagbladet3f.dk 2. sektion + Tema Digitalt		
Kilde : Google Analytics		
	"Rubrik"	Sidevisning
Digitalt	saadan-koerber-du-den-bedste-baerbare	31277
Digitalt	saadan-optager-du-fra-drdk	26244
Digitalt	sprgsml-den-bedste-billige-brbar-netop-nu	16640

Kommentarer? <

Send dem til ss@vertikal.dk. Så gør vi alting bedre.

Hvad med Kickstarter? <

Jo, det er en mulighed.

De tre bedst finansierede dansksprogede, journalistiske projekter på Kickstarter er pt.

1. De yngre, hippe, på Vesterbro, der giver VIP-fester. 1.388 mennesker betaler 533.837 kroner.
2. Hipster-musik. 381 mennesker betaler 124.348 kroner
3. Mere hipster-musik. 234 mennesker betaler 63.630 kroner.

På Patreon er der kun en aktivist/journalist. 76 mennesker betaler 5.800 kr. år. måned. Bestemt ikke dårligt.

Mit problem: jeg skriver til (mådeholdne, it-svage) gennemsnitsdanskere. Jeg vil virkelig have svært ved at genfinde Tonny og Conny og få dem til at slippe slanterne.

Så kunne jeg droppe fattigrøvene og skrive for hipsterne/storbyakademikerne med flere penge, flere løse signalpenge. Men de læser [The Verge](#), [Ars Technica](#), [Deadspin](#) osv. osv.



Der er, uanset hvad, intet cool i at sige, at man støtter et it-site med undervisning, brevkasse og indkøbshjælp med x antal kroner pr. måned. Derfor fokus på mediestøtte og annoncer. Ligesom alle de andre.

Hvad med de andre indtægtskilder? <

Man kan også sælge støttestrømper. Men det gider jeg heller ikke rigtig. Så hellere sælge toptunet Drupal-ekspertise til mediebranchen (den del af branchen, der stadig kan løbe rundt).

Eller få penge for at lokke læsere til annoncørernes arrangementer. Men det gider jeg heller ikke rigtig.

Eller give særlig adgang til sine smarte fester. Men det gider jeg heller ikke rigtig.

Eller skrive artikler om Lenovos samarbejde med skuespiller Aston Kutcher, et samlet overblik over Lenovo-produkter til sommerferien. Men det gider jeg heller ikke rigtig. Hellere lave et stykke ærligt, journalistisk eller programmeringsmæssigt arbejde, end sidde og diskutere formuleringer med en resultatløst marketingsdirektør hos en annoncør.

Jeg er ikke strømpe sælger, marketingsmand eller fest/konference-arrangør og føler ikke at disse arenaer sukker efter min entré. Det er sjovt at skrive news-you-can-use og det er selvfølgelig rart når hundredetusindevis får glæde af arbejdet.

Find en rig mand ([Aeon Magazine](#)), sælg et firma eller to til en god pris ([The Guardian](#)) tror jeg heller ikke rigtigt på.

Men ideen med en fordelsklub/indkøbsklub kan vi lige tage for sig

Fordelsklubben, Indkøbsklubben? <

Det er for 3.000 danskere interessant at vide, at [Asus F550JK](#) er den fedeste spille-bærbare til prisen lige nu. Det finder de ikke ud af helt af sig selv (det er hårdt arbejde).

At den så også er 500 kroner billigere i en af landets 100 butikker finder de heller ikke ud af helt af sig selv (det er også hårdt arbejde).

Hvis 3.000 mennesker gad betale 100 kroner til mig for at spare 500 kr. pr. år, ville jeg have flere dage pr. måned til at finde det rigtige til den rigtige pris.

Men det er et svært system at stable på benene. Jeg har i hvert fald aldrig set, prøvet eller hørt om en rentable fordelsklub/betalingsmur af denne type.

Det er nok lettere, at folk fortsætter med at betale 2-1.500 kroner ekstra pr. år for deres it-indkøb (selvom de bruger prissammenlignere som [EDBpriser](#) og [Pricerunner](#)) og så sparer de 100 kroner til en fjern, upålidelig, fejlbarlig aktør. - Jeg ville selvfølgelig forsøge at være nær, pålidelig og ufejlbarlig. Men folk skal betale på forhånd og så er der meget at bekymre sig om. Selvom de kan se [god opførsel i årevis](#) med et enkelt klik.

Den anden vej, en af butikkerne betaler mig for anbefale deres produkter duer slet ikke. Det gør produkterne dyrere og mine anbefalinger angribelige.



Nyeste artikler om samme emner

- **Drømme-mediestøtte 2016**




Her er er sikker måde at få flere medier på. En sikker måde at få flere spændende medier på. Metoden er så fed, at den burde prøves.

- **Medier der fik starthjælp, 2014 til nu**

Her er alle støttemodtagerne siden 2014, etableringsstøtte og udviklingsstøtte (og nogle forundersøgelser).

- **Redaktionel produktionsstøtte 2015**

Se 10% af den journalistik, du er med til at betale for via skattebilletten.

 <p>ASUS F550JK DM248H Computer > Bærbar / Laptop ★★★★★ + Mine produkter Intel Core i5 2.8 GHz / 15.6 tomme / 1 TB HDD / 8 GB DDR3L SDRAM / Windows 8.1 64-bit udgave i4</p>	<p>5.439 kr På lager: 5.439 kr Vare: 5.390 kr Hold øje med prisen Gå til produkt</p>
 <p>ASUS F550JK DM121H Computer > Bærbar / Laptop ★★★★★ + Mine produkter Intel Core i5 2.8 GHz / 15.6 tomme / 500 GB HDD / 8 GB DDR3L SDRAM / DVD-RW (8R DL) / DVD-RAM / Windows 8.1 64-bit udgave i4</p>	<p>5.599 kr På lager: 5.599 kr Vare: 5.599 kr Hold øje med prisen Gå til produkt</p>
 <p>ASUS F550JK DM204H Computer > Bærbar / Laptop ★★★★★ + Mine produkter Intel Core i5 2.8 GHz / 15.6 tomme / 750 GB HDD / 8 GB DDR3L SDRAM / DVD-RW (8R DL) / DVD-RAM / Windows 8.1 64-bit udgave i4</p>	<p>5.669 kr Ikke på lager Vare: 5.590 kr Hold øje med prisen Gå til produkt</p>

Kontaktinformationer og det med småt

Kontakt os gerne: Steven ss@vertikal.dk eller telefon 51841548, Martin martin@vertikal.dk eller telefon 20666701. Copyright © Vertikal.dk herfra og til evigheden. Hvis du vil låne indhold af os, så spørg bare pænt. Vi er ret large. Ellers er der ikke så meget med småt. Du kan [læse meget mere om os her](#).

Dato: 02-11-2015

Kulturministeriet
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Høringssvar vedr. Kulturministeriets evaluering af mediestøtteordningen

Grakom - Brancheforeningen for Kommunikation, Design & Medieproduktion er blevet bedt om at indgive høringssvar vedr. Kulturministeriets evaluering af mediestøtteordningen med høringsfrist den 2. november 2015.

Baggrunden for høringen er, at regeringen inden udgangen af 2015 vil foretage en evaluering af mediestøtteaftalen fra 2013 med henblik på at indkalde til forhandlinger om en ny organisering af mediestøtteaftalen. Brancheforeningen Grakom ønsker overordnet en mere fri og lige konkurrence mellem alle medietyper, og Grakoms høringssvar skal ses i dette lys.

Grakom takker samtidig for muligheden for at blive hørt og har følgende bemærkninger til mediestøtteordningen:

Punkt 1: Grakoms erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte

Grakom har tre primære indsigelser i forhold til den redaktionelle produktionsstøtte:

Magasiners adgang til mediestøtte skal styrkes

Det publicistiske indhold i magasiner og tidsskrifter opfylder på mange områder de samme formål som medietyper, der i dag modtager mediestøtte. Magasiner varetager en vigtig funktion som katalysator for kulturelle debatter. Magasiner fungerer også som substantielle kilder for information inden for en lang række områder og har derfor en almindelig funktion.

Det er derfor Grakoms holdning, at magasiners adgang til mediestøtte bør opprioriteres, så magasiner har samme lige adgang til mediestøtte som andre tilsvarende medietyper. I dag gives der tilskud til distribution af visse periodiske blade og tidsskrifter igennem den såkaldte bladpulje. Bladpuljens størrelse er dog af begrænset omfang. Der bør derfor gennemføres justeringer i produktionsstøtteordningen, så magasiner får adgang til distributionsstøtte.

Ugeaviser skal have bedre adgang til mediestøtte

Mange ugeaviser er økonomisk udfordrede grundet nedgang i læserskare og annonceomsætning. Dette gør kommercielle tiltag nødvendige. Reklameindhold eller andre kommercielle tiltag må dog ikke hæmme ugeavisers adgang til mediestøtte.

Samtidig leveres de fleste ugeaviser gratis til modtageren, hvorfor disse aviser alt andet lige er nødt til at have et større indhold af reklamer sammenlignet med betalingsaviser. Men grundet kravene til redaktionel indhold er der i høj grad lagt grænser for ugeavisernes reklamefinansiering.

Ugeaviser er i en lokalsamfundsmæssig kontekst en afgørende kilde til nyheder og viden. Dermed udgør ugeaviserne et vigtigt demokratisk fundament. Derfor må der skabes bedre rammebetingelser for ugeaviserne ved at justere mediestøtten til fordel for ugeaviserne. Ligeledes er det en vigtig forudsætning for bevarelse af ugeaviserne, at kravet om andelen af det redaktionelle stof nedsættes.

Det er desuden Grakoms holdning, at der bør foretages en vurdering af antallet af redaktionelle medarbejdere, for at undersøge om 3 redaktionelle årsværk som grænse for støtte er passende for ugeaviser.

Ejerskabsbegrænsninger på foreningsblade skal fjernes

Ejerskabskriteriet, som er en del af mediestøtteordningen, er konkurrenceforvridende og imod ordningens formål om at fremme et mangfoldigt og alsidigt udbud af nyhedsmedier. Det er ikke hensigtsmæssigt, at medier hvor to tredjedele eller mere ejes af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisation ikke kan få mediestøtte.

Mediestøtten har allerede krav til indhold af nyhedsmediet. Rationalet bag ejerskabskriteriet, som er at udelukke medier, der alene er udtryk for interessevaretagelse, er derfor overflødig. Det er derfor Grakoms holdning, at ejerskabskriteriet bør fjernes helt.

Punkt 2-4: Grakom har ingen bemærkninger til punkterne 2, 3 og 4.

Punkt 5: Grakoms vurdering af, om ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold

Jævnfør punkt 1 mener Grakom, at der sker en uheldig forfordeling af ugeaviser og magasiner. Derfor mener Grakom ikke, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold. Hvis dette skal ændres, er det nødvendigt at lette magasiner og ugeavisers adgang til mediestøtten, samt fjerne ejerskabskriteriet.

Punkt 6: Grakoms øvrige bemærkninger til mediestøtteordningen

Herudover har Grakom to generelle anbefalinger, som ikke direkte er relateret til den konkrete mediestøtte, men som er relevant i forhold til, hvordan en ny mediestøttepolitik skal organiseres. Det er nemlig ikke nok kun at se på dele af støtten til medier. For at give et retvisende billede er der behov for, at man får belyst alle ordninger og har disse in mente, når man evaluerer og ændrer enkeltdele:

Ensartede momsregler giver fair konkurrence

Det er skævvridende for mediemarkedet, at der forekommer forskellige momsregler for medier i konkurrence med hinanden.

Det er Grakoms holdning, at momsen bør fjernes på magasiner, ugeblade og bøger. Som alternativ kunne der indføres en særlig lav mediemoms på fx 5 % på alle former for medieudgivelser.

Styrket mediedistribution styrker foreningslivet

Foreningslivet er en forankret del af den danske samfundsmodel. En vigtig forudsætning for en velfungerende foreningsliv er muligheden for at udgive egne medier til medlemmer og interessenter i både elektronisk og trykt form. Den bortfaldne distributionsstøtte til trykte blade kombineret med udviklingen for den fysiske postdistribution har derfor haft negative konsekvenser for foreningslivet i Danmark.

Det er derfor Grakoms holdning, at en ny mediestøttepolitik skal understøtte en effektiv og rentabel distribution af både trykte medier i foreningslivet.

Her ville en genindførelse af en form for distributionsstøtte være hensigtsmæssig.

Derudover bør der igangsættes en analyse af foreningsbladenes udvikling, hvor der indgår anbefalinger til en mediedistributionsregelændring, der kan understøtte foreningsblade i højere grad end i dag.

Giver ovenstående anledning til spørgsmål besvares disse gerne ved henvendelse.

Med venlig hilsen,

Thomas Torp

Administrerende direktør

Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

København 2. november 2015

Vedr. evaluering af mediestøtteordningen

Høringssvar med frist d. 2. november 2015.

Berlingske Media takker Kulturstyrelsen for mulighed for at komme med sine bemærkning i forbindelse med mediestøtteordningen.

Generelt er Berlingske Media tilfredse med mediestøtteordningen, der trådte i kraft 1. januar 2014 og som ændrede de eksisterende distributions- og projektstøtteordninger. Vi har stor ros til den nye mediestøtteordning, idet den bl.a. giver gennemsigtighed og fungerer godt i praksis.

Vi har følgende kommentarer til spørgsmålene i det fremsendte høringsbrev:

Ad 1) Retningslinjerne for mediestøtten er meget klare, hvilket gør ordningen nem at administrere. Ordningen fungerer bedre end de tidligere distributions- og projektstøtteordninger, idet den er tilpasset den nye virkelighed, som dagens medier må forholde sig til.

Ordningen er desuden præget af stor grad af logik og passer godt ind i mediernes egne økonomisystemer.

Ad 2) Retningslinjerne for hvordan innovationsordningen skal administreres kan med fordel justeres. Der mangler den samme logik og gennemsigtighed, som gælder ved tildeling af støtte til de traditionelle medier.

Ad 3) Berlingske Media har ikke benyttet sig af saneringsstøtteordningen, og kan dermed ikke svare på, hvad vores erfaringer med regelsættet er.

Ad 4) Den teknologiske udvikling og markedsudvikling betyder, at vi i dag skal kunne producere ikke bare tekst men også lyd og billeder.

Retningslinjerne, for hvilke tiltag der kan modtage innovationsstøtte bør justeres, således at det i højere grad bliver muligt for eksisterende medier at kunne eksperimentere med nye typer af formater, nye distributionsformer, mediekkanaler og indholdstyper, der ligger udenfor traditionelle medievirksomheders nuværende virksomhed.

Ad 5) Den nye ordning understøtter fint mangfoldighed i medielandskabet, og vi hilser de nye digitale medier velkomne.

Ad 6) Afskaf den høje moms på de mediestøttegodkendte digitale nyhedsmedier. Momsen på de digitale nyhedsmedier skal ensrettes med printavisernes 0% i moms. Dette vil hjælpe de trykte medier i transformationen til den helt nødvendige digitalisering, der kræver store investeringer i nye digitale platforme og risikovillighed i søgen efter nye forretningsmodeller.

Med venlig hilsen

Berlingske Media A/S

Bjarne W. Munck
Konstitueret CEO

Fra: [Troels Mylenberg](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordning
Dato: 2. november 2015 12:33:05

Hermed et par evalueringskommentarer om mediestøtteordningen.

- Opgørelsesmetoden er tung. Vi har i vores redaktionelle system ikke mulighed for at automatisere processen på tværs af flere produkter. Et klarere regelsæt, ikke mindst omkring definitionen af unikt stof, vil være ønskeligt. Det ville også hjælpe, hvis det på den baggrund kunne gøres lettere at lave opgørelserne.
- Hvorfor betragtning på dagsniveau? Hvis det unikke indhold blev vurderet på tværs af en uge ville planlægningen af avisen være nemmere. Enkeltdage med en høj andel af fællesstof eller eksternt stof har stor indflydelse på planlægningen af avisen. Ved en gennemsnitsbetragtning vil Kulturstyrelsen stadig få opfyldt målet om unikt materiale på 1/6 af avisen.
- Hvorfor indgår nedenstående ikke, hvis der er væsentlig redaktionelt arbejde udført i forbindelse hermed?
 - o Læserbreve (der forestår et stort redigeringsarbejde og opsøgende arbejde)
 - o Kronikker (de bestilles og redigeres grundigt)
 - o Fotos – man kunne evt. fastsætte et standard antal ord som hver foto giver i beregningen. Dette vil eliminere muligheden for at skalere op og ned for billedestørrelsen i forbindelse med en opgørelse.

Venlig hilsen
Troels Mylenberg
Ansv. chefredaktør, direktør
Fyns Amts Avis – Fynske Medier – Jysk Fynske Medier
Skt. Nicolai Gade 3
5700 Svendborg
Tlf: 40227226
Mail: trmy@faa.dk

Klik ind på www.fyens.dk og www.mitfyn.dk

Fra: [Lasse W. Penning - Feltet.dk](mailto:Lasse.W.Penning@feltet.dk)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 2. november 2015 14:33:24
Vedhæftede filer: [Høringssvar til Kulturstyrelsen vedr. mediestoette.pdf](#)

På vegne af Mediehuset JJnet.dk A/S fremsender jeg hermed høringssvar til evaluering af mediestøtteordningen.

--

MVH / ATB
Lasse Wedege Penning
Souschef

FELTET.DK
Åsvinget 5
9800 Hjørring

TELEFON:
+45 50414811

MAIL:
lasse@feltet.dk

WEB:
www.feltet.dk
www.motionsfeltet.dk
www.cyclingquotes.com

FACEBOOK:
www.facebook.com/feltet.dk
www.facebook.com/motionsfeltet.dk
www.facebook.com/cyclingquotes.com

Feltet.dk er Skandinaviens største cykelsportsportal med godt 2,1 mio. unikke besøgende i 2014 og næsten 60 mio. sidevisninger. 89 % af brugerne er mænd, hvilket giver en meget dedikeret målgruppe.



Hørings svar til Kulturstyrelsen vedr. mediestøtte

1.

Det kan være svært at afgøre på forhånd, hvad der indgår i kravene om "politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer", og dermed have en fornemmelse af, hvorvidt man kan forvente at være berettiget. Det koster mange penge for et mindre firma at udforme ansøgningen om mediestøtte, og det er mange spildte arbejdstimer at bruge, hvis man får afslag. Fandtes der en forklaring på, hvad det nøjagtigt krævede for at leve op til kravene om temaer i det redaktionelle stof, ville det være muligt på forhånd selv at vurdere nyhedsmediets chance for at blive godkendt og dermed undgå at spille løn og revisorhonorar på processen.

Feltet.dk har haft temaer som trafikssikkerhed til debat i en række artikler og stiller et stort debatforum til rådighed, hvor tusindvis af bruger diskuterer med ligesindede om cykelløb, motion, trafikssikkerhed, færdelssikkerhed og mange andre emner. Mediehuset JJnet.dk A/S har også taget initiativ til at lave et motionssite, Motionsfeltet.dk, hvor sundhed, livsstilen ved at sikre at cykle og f.eks. temaet cyklist vs. bilist bliver dækket journalistisk. I egen optik går det ind under samfundsrelaterede temaer, men hvorvidt medienævnet har en anden opfattelse, er meget svært at vurdere i forvejen.

4.

De senere år er internetbrugerne begyndt at benytte mobile enheder i langt højere grad, og det skaber udfordringer for internetmedier, i og med langt de fleste nyhedssider er udviklet til *desktop*-visning; det vil sige visning på større computerskærme. Når brugerne benytter mobile enheder, vises annoncer, som er den primære indtægtskilde for internetmedier, ikke på samme måde eller i samme grad, og derfor falder indtægterne, når brugerne besøger hjemmesiden via deres smartphone eller tablet.

Derudover er brugen af reklameblokeringsapplikationer såsom AdBlock til browsere på computere steget, hvilket fjerner annoncerne, yderligere reducerer annonceindtægterne på grund af manglende visninger og gør det sværere at overleve som internetmedie.

5. Ordningen understøtter udelukkende brede medier, der dækker alle former for nyheder overfladisk, mens mere fokuserede, dybdegående medier tilsidesættes. Der er ikke plads til nichemedier i dag, hvilket skaber diskrepans, da disse medier opnår større og større succes blandt befolkningen. Feltet.dk bliver f.eks. i dag besøgt af 2,1 millioner unikke besøgende om året fordelt over næsten 60 millioner sidevisninger.

I 2014 blev det brede, redaktionelle indhold på Feltet.dk fundet for smalt til mediestøtte trods det faktum, at siden dækker fire forskellige sportsgrene for både mænd og kvinder, seniorer og juniorer, og derudover har redaktionelt stof om cykelløb og udstyr for motionister, hvilket har positive effekter på miljøet og folkesundheden. Uden mediestøtte og med faldende annonceindtægter er der dermed heller ingen mulighed for at udvikle det redaktionelle stof yderligere og dårligere forhold for at bevare et sådant dybdegående medie. Konkurrencen med de brede medier, som dækker cykelsport overfladisk, er skæv og på ulige vilkår.

6. I forbindelse med udfyldelse af ansøgningsskemaet er det meget svært at begrunde sin ansøgning på de få tegn, der undervejs er til rådighed i skemaet. Det er ikke muligt at uddybe størrelsen på mediet, antal læsere og følgere eller noget om det brede, redaktionelle indhold. Når der heller ikke er beskrevet, hvad kravene er for "politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer", er det meget svært at vise eller argumentere for, hvordan mediet opfylder disse krav.

Fra: [Gwyn Nissen](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 2. november 2015 14:38:21
Vedhæftede filer: [86223EED-C946-4776-BDAC-337C5EB1D1DF1001.png](#)

Hej, hermed en kort tilbagemelding:

- 1) Det var et stort forarbejde, at sætte sig ind i regelsættet og finde de relevante/korrekte tal. Men efterhånden får man selvfølgelig øvelse i talgymnastikken.
- 2) Ej anvendt
- 3) Ej anvendt
- 4) Der skal til enhver tid/reform tages højde for den teknologiske udvikling – herunder ikke mindst de mobile løsninger, som vinder frem. Også ved disse bør der dog være minimumskrav til journalistikken/indholdet for at opnå mediestøtte – sådan som det er tilfældet i dag.
- 5) Ja
- 6) Nej

Mit freundlichen Grüßen /
Med venlig hilsen

Gwyn Nissen

Chefredakteur
Telefon: +45 73 32 30 51
Mobil: +45 20 60 45 64
Skibbroen 4 • DK-6200 Aabenraa
gn@nordschleswiger.dk
nordschleswiger.dk
facebook.com/nordschleswiger



Kulturstyrelsen

Mediestotte@kulturstyrelsen.dk

2. november 2015

Høringssvar om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen

Netværket Dagbladene har med tak modtaget invitationen til høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen.

Netværket Dagbladene varetager de danske dagblades interesser på områder, hvor Danske Medier ikke udtaler sig. Det gælder især spørgsmålet om støtte til private medier. Netværket Dagbladene omfatter alle danske dagblade, der samlet set er de største producenter af originalartikler og nyhedsstof i Danmark.

Det er overordnet Netværket Dagbladenes vurdering, at mediestøtteordningen fungerer efter hensigten, og at der ikke på nuværende tidspunkt er behov for større ændringer i mediestøtten. Tværtimod er der behov for at skabe ro om området, ikke mindst i lyset af dels at økonomien for dagbladene fortsat er under pres, dels den forudgående lange diskussion og usikkerhed om mediestøtten forud for vedtagelsen i 2013.

Flere dagblade vil indsende særskilte høringssvar. Netværket Dagbladene skal venligst henvise til disse høringssvar, og vi vil i det følgende begrænse os til at svare overordnet på udvalgte høringsspørgsmål.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Det er Netværket Dagbladenes vurdering, at ordningen vedrørende redaktionel produktionsstøtte generelt har virket efter formålet, nemlig at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark.

Det er i denne sammenhæng afgørende, at loven også fremover fastholder kravene om,

- **at** det enkelte nyhedsmedie skal henvende sig til en bred kreds af brugere (MSL § 3, stk. 2, nr. 3),
- **at** mindst halvdelen af indholdet består af redaktionelt stof inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof (MSL § 3, stk. 2, nr. 6),

- **at** det redaktionelle stof primært skal behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer (MSL § 3, stk. 2, nr. 7)
- **og at** mindst en sjettedel af indholdet er egenproduceret (MSL § 3, stk. 2, nr. 8).

Disse krav sikrer alsidigheden i udbuddet af høj kvalitetsnyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter, hvilket styrker det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark. Kravene sikre endvidere, at indholdet spredes til flest mulige borgere. Kravene skal således også sikre uafhængighed og værne mod pleje af særinteresser.

Netværket Dagbladene har noteret sig, at en række nye nyhedsmedier har opfyldt ovenstående kriterier og dermed har fået produktionsstøtte eller midler fra innovationspuljerne. Blandt andet har følgende titler fået støtte: BygTek, Filmmagasinet Ekko, Dagens Medicin og Tænk. Samtidig viser den seneste runde med ansøgninger til produktionsstøtte, at en række medier, der tidligere har fået afslag, nu har ansøgt på ny efter at have tilpasset deres produktion. Kravene for at få støtte er således ikke uforholdsmæssigt høje. Eksemplerne viser, at også nichemedier kan opfylde både kravet om aktuelle nyheder og kravet om politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.

Netværket Dagbladene ser fortsat ikke grund til, at medlemsblade og lobbyunderstøttende udgivelser fra arbejdstager-, arbejdsgiver- og brancheorganisationer skal have andel i mediestøtten. For at sikre frie og uafhængige medier og samtidig sikre at mediestøtten ikke gives til fremme af særinteresser, foreslår Netværket Dagbladene, at det overvejes at fjerne grænsen for ejerskabet i MSL § 3, stk. 2, nr. 4, så støtte ikke kan gives til medier, der har tilknytning til disse organisationer, uanset størrelsen af ejerskabet. Det bør bemærkes, at disse medier allerede modtager et indirekte tilskud gennem fradragsretten for medlemskabet af organisationerne.

For at et nyhedsmedie med nogenlunde sikkerhed kan få gennemslagskraft og dermed demokratisk effekt, skal der være ressourcer nok på løbende basis til at give stoffet tyngde. Selv for meget nicheprægede medier kræves redaktioner af en vis størrelse for kontinuerligt at kunne behandle et område ordentligt. Netværket Dagbladene lægger derfor stor vægt på, at der ikke ændres i kravet om minimum tre årsværk på redaktionen. Samtidig vil vi gerne advare mod dispensationer på dette område.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Netværket Dagbladene er blevet gjort opmærksom på, at spørgsmålet om indførelse af et koncernloft på ny vil blive rejst af en række interessenter i forbindelse med denne evaluering. Vi vil i den sammenhæng gerne gøre opmærksom på, at ejerstrukturen bag dagbladene er ændret markant siden lovens ikrafttræden i januar 2014, ikke mindst hvad angår de lokale og regionale dagblade. Indførelsen af et koncernloft vil derfor ikke alene ramme koncernerne bag de store landsdækkende medier, men vil også ramme en lang række lokale og regionale medier. Det kan i øvrigt bemærkes, at en række medier allerede nu beskæres i mediestøtte som resultat af titelloftet.

Det er Netværket Dagbladenes vurdering, at indførelse af et koncernloft vil være voldsomt konkurrenceforvridende og dermed som udgangspunkt ulovligt. Indførelse af et koncernloft vil endvidere kræve en fornyet notificering til EU-Kommissionen.

Netværket Dagbladene vil endvidere gerne gøre opmærksom på en bekymring vedrørende MSL § 3, stk. 2, nr. 5, om betingelsen om at nyhedsmediet skal leveres eller stilles til rådighed i hele landet på ens vilkår for brugerne og er tilgængeligt for alle.

PostNord Danmark har netop bebudet en prisstigning pr. 1. februar 2016, hvor de differentierede priser på distribution i forhold til by- og landområder stiger med henholdsvis ca. 60 og 100 pct. Prisstigningen risikerer at medføre, at det bliver uforholdsmæssigt dyrt at distribuere nyhedsmediet i visse dele af landet. Medierne bør derfor have mulighed for at henvise sådanne brugere til en elektronisk udgave af mediet, uden at mediet dermed mister muligheden for mediestøtte. Alternativt bør medierne have mulighed for at opkræve et særskilt distributionstillæg for landområderne.

Netværket Dagbladene vil i øvrigt gerne udtrykke anerkendelse for, at de nugældende regler og den praktiske håndtering af ansøgningsprocedurerne til mediestøtte er gennemført på en ubureaukratisk og håndtérbar måde for virksomhederne.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Der henvises til det anførte under punkt 1.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

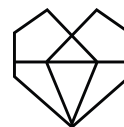
For så vidt angår kontrollen med, om nyhedsmediet mindst indeholder 50 pct. redaktionelt stof, vil Netværket Dagbladene gerne opfordre til en regel-/praksisændring, så grundlaget for stikprøvekontrollen for trykte titler, der udgives mere end to gange ugentligt, ikke alene omfatter én udgave. Grundlaget for stikprøvekontrollen af trykte titler, der udgives mere end to gange ugentligt, bør i stedet omfatte udgivelserne i en længere periode, f.eks. en uge. Baggrunden herfor er, at reklamemængden er meget ujævnt fordelt på de enkelte ugedage.

Vi står naturligvis gerne til rådighed til en uddybning af ovenstående.

Med venlig hilsen
Netværket Dagbladene

Ole Dall
Formand

Thomas Rønnow
Direktør



Heartbeats
www.heartbeats.dk

Til mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Vi vil gerne sige tak for muligheden for at kunne bidrage til Kulturministeriets evaluering af mediestøtten i Danmark

Vi er i denne forbindelse, Heartbeats, et privat ejet firma, der forsøger at agere i det digitale mediebillede.

Hermed et svar på Kulturstyrelsen anmodning til mediebranchen om eventuelle bemærkninger vedrørende erfaringerne med mediestøtteordningen:

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?
- 2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?**
3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?
- 4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?**
- 5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?**
6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Vi vil forholde os til 2) erfaringer med ordningen Innovations og udviklingspuljen, 4) Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen? Og 5) Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Innovations- og udviklingsstøtten er en vigtig støtte i arbejdet med at skabe et moderne og nuanceret mediebillede i Danmark. Det giver et solidt skub til at realisere nyskabende medier og til at skabe en større konkurrence overfor de "gamle" og mere traditionelle.

Det står tydeligt at "Loven har til formål at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark. Mediestøtten skal således sikre, at der fortsat produceres og udbredes publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere".

Der er dog på nuværende tidspunkt et brist – eller en udfordring i måden innovationspuljen uddeles på. Det viser sig nemlig at det er lettere at få tildelt mediestøtte fra Innovationspuljen, hvis man har et endnu ikke søsat projekt end hvis man har et medie, der har vist sig overlevelsedygtigt, men som ikke 100% lever op til de krav der stilles ift nyhedsaktualitet. Man fældes på, at man ikke er det, man søger midler til at blive. Det er hermed lettere, at modtage penge ved udelukkende at kunne fremvise en forretningsplan og hensigtsbeskrivelse end reelle resultater for et eksisterende medie under opstart og udvikling. Små uafhængige medier, der forsøger at gøre op med traditionelle måder at tænke medier på har svært ved at trænge igennem, da de falder under for netop kravet om at være "nyhedsskabende".

Et medie under opstart og udvikling bliver bedømt indenfor forskellige parametre og ud fra flere kravspecifikationer, og der hvor vi oplever problemer er i forhold til udtrykket "nyhedsskabende", som mediet skal være, for at modtage midler.

I loven om mediestøtte står der derimod:

6) har et indhold, hvor mindst halvdelen er redaktionelt stof i form af artikler m.v. inden for et bredt

emneområde og **med behandling af aktuelt nyhedsstof,**

7) i det redaktionelle stof primært behandler **politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer,**

8) har et indhold, hvor mindst en sjettedel af det samlede indhold er **selvstændigt journalistisk bearbejdet** med henblik på offentliggørelse i det pågældende nyhedsmedie

Det vil sige, at der skal kigges indgående på kravet om at mediet skal være nyhedsskabende. Det svarer ikke til den forståelse man som ansøger får, når man læser loven eller kravene til det ansøgende medie.

Man bør måske kunne tages i betragtning som medie, hvis man har formået at skabe en platform, som har vist sig bæredygtigt, men har brug for midler til at udvikle sig til at blive netop det nyhedsmedie, der håndterer indholdet anderledes end allerede eksisterende medier. Indhold inden for enten politiske, samfundsrelaterede eller kulturelle temaer, kan og kræver til tider at blive fortalt på forskellige måder.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Medievirkeligheden er nu at behandlingen af aktuelt nyhedsstof ikke længere kun er på

skrift. I højere grad flyttes fokus til lyd og billede. Virkeligheden på internettet er, at lyd og billede er lettere at afkode, og flere drages mod disse formater. Store mediehuse og mindre medier har flyttet eller udvidet deres fokus for formidling til flere formater, for at fange flere brugere. Flere nye medier bakker lyd og billede op med skrift og ikke omvendt. Det bør der tages højde for i arbejdet med at evaluere mediestøtten. Hvis vi skal have fat i flere generationer og hvis vi skal sprede indholdet på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere, skal man kigge på at løsne knuden omkring de skrevne medier. Redaktionelt stof der primært behandler **politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer**, kan i nogle tilfælde bedre fortælles gennem lyd og billeder.

Og det er på nettet og "on demand" vi skal regne med, at brugerne er. Det er ikke nyhedsudsendelser på tv eller papirudgivelser af aviserne vi kommer til at se størstedelen af brugerne. Tværtimod er det på internettet vi finder vores nyheder, det kulturelle og underholdende stof. Man bliver med mediestøtten nødt til at forholde sig til, at særligt de yngre målgrupper ikke længere læser deres nyheder men gerne ser eller hører dem. Derfor er online streaming og podcasts-medier bare nogle af de nye medieformater man bør overveje at åbne ansøgningsmulighederne for.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Det er desværre ikke oplevelsen, at innovationspuljen fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer. Ser vi på de seneste uddelinger, er det hovedsageligt nyhedsmedier, der satser på at formidle nyheder på nettet, der modtager støtte. Nyhedsformidling skal absolut fornyes og følge med udviklingen, men der mangler projekter, der tænker særligt **samfundsrelaterede og kulturelle temaer** på en ny måde. Især kulturelt stof drukner i de kendte nyhedsmedier, og kulturen skal rykkes frem i vores bevidsthed igen – uden redaktioner der skæres, og uden en opdeling af populær og elitær kultur. Begge dele af kulturen bør afdækkes på et og samme sted, for at vi forstår kultur som et helhedsbegreb i stedet for et "dem" og "os" begreb.

København 2. November 2015

Le Gammeltoft
CEO
Heartbeats ApS

2. november 2015

Til Kulturstyrelsen
mediestøtte@kulturstyrelsen.dk

Afsender:

Prauda – Foreningen af uafhængige internetmedier
Enghavevej 40, 3 sal.
1676 København V

Prauda er en brancheorganisation for uafhængige og eksperimenterede internetmedier og dette høringssvar sendes på vegne af medlemmerne Atlatmag.dk, Baggrund.com, Bfood.dk, Denfri.dk, Erhvervsfilosofi.dk, Kongressen.com, Netudgaven.dk, Peblish.dk, Re-cast.dk samt Kunsten.nu. Ovenstående medier takker for invitationen til at afgive høringssvar.

Høringsspørgsmålet lyder:

Kulturstyrelsen anmoder mediebranchen om eventuelle bemærkninger vedrørende erfaringerne med mediestøtteordningen. Det vil være en fordel i forbindelse med behandlingen af høringssvarene, hvis de følger den nedenfor opstillede nummerering. Det er muligt at indsende høringsvar, der kun vedrører et enkelt eller få spørgsmål.

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?
2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?
3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Evalueringen vil omfatte overvejelser om betydningen af den teknologiske

udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden ordningens ikrafttræden. Overvejelserne vil tage udgangspunkt i Kulturstyrelsens "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" i 2014 og 2015.

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Praudas svar:

Ad 1.

- 1) Prauda finder, at den redaktionelle produktionsstøtte bør laves om således, at det ikke er antallet af redaktionelle årsværk, men snarere indholdsproduktion, der afgør om et medie er berettiget til mediestøtte. Prauda kan se fornuften i, at antallet af ansatte medarbejdere er lettere at kvantificere for Medienævnet i forhold til støtteberettigelse, men dette er konkurrenceforvridende i forhold til nyere medievirksomheder, hvor arbejdskraften ikke kan opgøres i betalte timer. Derfor anbefaler Prauda, at produktionsstøtten målrettes indhold. Mediestøtten skal ikke målrettes journalister, men i stedet journalistik.
- 2) Derudover mener Prauda, at kravene til redaktionel egenproduktion skal forhøjes, og at citathistorier fra andre medier og nyhedsbureauer ikke tæller med i indholdsoptællingen. Dette vil medvirke større variation i nyhedsbilledet.

Ad 2.

- 1) Prauda bifalder, at innovationspuljen er til, og at den støtter udviklingen og etableringen af nye medier. Dog stiller ordningen krav til, at medierne skal levere en bæredygtig forretningsmodel og fokuset på støtten er i høj grad forretnings- og ikke indholdsbetonet. Dette mener vi bør laves om af følgende årsager:
 - a) Mediestøtten er til for at skabe et mangfoldigt mediebillede, der repræsenterer en bred kam af nyheds- og indholdsproduktion, hvor det bør være produktet og ikke forretningsmodellen, der er central.
 - b) Der er få medier globalt, der har knækket koden i forhold til at skabe et økonomisk bæredygtigt medie på nettet. Derfor er det umuligt for ansøgerne at levere en økonomisk model for, hvordan dette gøres på forhånd. Der skal være større risikovillighed til at lade nye initiativer forsøge, og der skal i højere grad fokuseres på de nye indholdsmodeller, der foreslås.
 - c) Ligeledes har udviklingen på nettet og det faldende salg i trykte produkter gjort, at omkostningerne, der kræves for at starte et medie er lave, og derfor behøver egenfinansieringen heller ikke være betragtelig. Dog skal arbejdstimerne, der lægges i at producere indhold kunne belønnes på sigt. Derfor mener Prauda, at egenfinansiering gennem frivillige timer bør vægtes på højde med økonomiske resurser, da den væsentligste resurse for nye medier er det mandskab, der involverer sig i projektet.
- 2) Prauda mener, at Innovationspuljen bør tilføres flere midler, da denne pulje er essentiel for udviklingen af fremtidens medielandskab.

Ad 3.

- 1) Prauda bifalder saneringsordningen, da den hjælper medier med særlige redaktionelle foki til fortsat at bidrage aktivt til den demokratiske debat på trods af, at de ikke er økonomiske bæredygtige.

Ad 4.

- 1) Udviklingen af brugernes adfærd, hvad angår platforme betyder, at støtteordningen bør ændres så producenter af audio og visuelt indhold også kan støttes. Prauda mener, at produktionen af lyd, video og tekst bør sidestilles. Særligt bør produktionen af podcasts og lignende journalistiske lydprodukter have bedre vilkår for at opnå støtte.
- 2) Derudover så gælder det stadig i ansøgningsprocessen, at mediet skal gøre opmærksom på antallet af udgivelser på et år. De seneste års udvikling betyder, at digitalt indfødte brugere sjældent eller aldrig holder en trykt avis eller et tidsskrift, men får deres nyheder og andet indhold på nettet, når det er der. Netmedier publicerer artikler flere gange om ugen, men "udgivelser"-begrebet er uddateret og bør afløses af en mere tidssvarende betegnelse, eksempelvis antallet af artikler eller "posterings."
- 3) I takt med andre virksomhedsformer opstår som konsekvens af nettets udvikling udenfor mediekredsløbet – eksempelvis socialøkonomiske virksomheder, og virksomheder baseret på deleøkonomi – så ser Prauda også, at der gøres op med den klassiske forestilling om én virksomhed med fastansatte medarbejdere. I fremtiden kan mediers virksomhedsform blive konstrueret på mange nye måder, og derfor er det vigtigt, at denne udvikling følges.
- 4) Den teknologiske udvikling betyder også, at selve medieplatformen kan ændres markant, og derfor ønsker Prauda, at det i højere grad bliver muligt at støtte platformudviklingsprojekter uafhængigt af indhold. Eksempelvis projekter skabt til medielandskabet, men hvor ansøgeren er

udvikleren og ikke indholdsproducent.

Ad 5.

- 1) Den nuværende mediestøtte fokuserer alt for snævert på klassisk "nyhedsproduktion". Dette medfører en høj grad af uniformitet hos de etablerede medier, og ligeledes en snæver opfattelse af, hvad journalistik kan være. I dag kan nyheder fås overalt, og deres markedsværdi er beskednen. Derfor foreslår Prauda, at nyhedsfokuset erstattes af et bredere begreb, der understøtter en varieret og kvalificeret stillingtagen til samfundet.
- 2) Den nuværende ordning, hvor det kræves, at medier leverer stof om både politik, samfund og kultur tilgodeser omnibusmedier og udfordrer udviklingen af nichemedier med særlige redaktionelle fokus. Prauda anbefaler, at dette adskilles så medier kan fokusere på nicheområder i deres redaktionelle fokus. Dette vil på sigt bidrage til at medierne i bredere forstand bidrager til demokratiet. I den nuværende form virker kravet om at have indhold af både samfundsmæssig, politisk og kulturel relevans diffust for et nichemedie, når der ikke defineres tydeligt, hvor meget af de forskellige emneområder, der som minimum skal være i mediets årlige produktion. Det er endvidere arbitrært, at "kulturelle emner" tilsyneladende defineres som værende "ikke samfundsrelevante".
- 3) Mediestøtten bør også tage højde for medier og journalistik med internationalt fokus. De seneste års udvikling har vist, at de traditionelle medier skærer ned på antallet af udsendte korrespondenter. Herved slækkes kvaliteten af de udlandsreportager, der bringes i danske medier, da korrespondenterne skal dække større geografiske områder og sjældent er baseret i det land, de reporterer fra.
- 4) Baseret på ovenstående er det Praudas holdning, at mediestøtten ikke i tilstrækkelig grad tilgodeser udviklingen af nye medier og ny journalistik, men bevarer status quo i et medielandskab, hvor de traditionelle og tidligere printmedier støttes i at lave nyhedsformidling, som gradvist bliver

mindre og mindre tidsvarende.

Ad 6.

- 1) Baseret på Praudas erfaringer med mediestøtteordningen og i særdeleshed Innovationspuljen vil Prauda gerne opfordre til, at der tilsidesættes midler til at oprette et administrativt og innovativt fællesskab - et netværk for modtagere af innovationsstøtten - målrettet de mindre opstartsmedier. Dette netværk kan bidrage med redaktionel og administrativ støtte, forretningssparring og journalistiske kompetencer i de første tilskudsår. Mange forretningsprocesser kan med fordel drives fra en fælles platform. Dette gælder fx økonomistyring, abonnementshåndtering, nyhedsbrevtjenester og websites, ligesom der rent digitalt vil være mange fællesnævner i markedstilgang og forretningsmodeller.

Det er efter Praudas opfattelse afgørende for et opstartsmedie at have resurser til at producere journalistikken og de redaktionelle koncepter, snarere end, at hver eneste start-up benytter resurser på at udvikle generiske forretningsprocesser. Desuden vil et konkret innovativt fællesskab kunne danne en bedre ramme for et videre afsæt til at blive et etableret og bæredygtigt medie - fremfor at hvert nye medie står alene med denne øvelse.

Dette vil, efter Praudas opfattelse stille det redaktionelle i fokus og sikre en stærkere innovativ udvikling af journalistikken. Dette vil også give mulighed for en stærkere forretningsmæssige forankring, idet idéer og modeller kan afprøves i fællesskabet. Tanken er dermed, at dette innovative fællesskab for op-starts medier lærer af hinanden og optimerer resurser på journalistikken og redaktionelle koncepter.

- 2) I Praudas optik er det svært at få øje på en klar linje i tildeling af innovationsmidler til nye medier. Hvad der skal til for at få mediestøtte og hvordan ansøgningerne vægtes skal have øget transparens. Mediestøtten er til for demokratiet, og derfor ønsker vi et større fokus på højere kvalitetskrav for indholdet og mindre fokus på forretningsmodeller.
- 3) Det kan også bemærkes at medienævnets sammensætning kunne udvides med en repræsentant med erfaringer i at starte og drive et selvstændigt og nyt medie.

Høringsvar om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen fra Dagbladet Information og Kristeligt Dagblad

November 2015

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Lovens formål om at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder, der styrker det danske demokrati, kommer bl.a. til udtryk gennem supplementsordningens sikring af, at Kristeligt Dagblad og Information tildeles en støtte, der svarer til niveauet fra før omlægningen.

Det er fortsat et faktum, at de mindre landsdækkende dagblade bidrager væsentligt til et alsidigt udbud af viden, nyheder og debat af høj kvalitet. Det er også stadig en kendsgerning, at Information og Kristeligt Dagblad ikke ville være i stand til at spille denne rolle i det danske demokrati uden mediestøtten. Det er derfor af helt afgørende betydning for netop disse to dagblades overlevelse og udviklingsmuligheder, at mediestøtten fastholdes på et niveau, der svarer til det nuværende.

Kristeligt Dagblads og Informations betydning og relevans er ikke blevet mindre siden den nuværende ordning blev indført. Udbredelsen af begge medier er vokset markant med den digitale udvikling, mens begge avisers oplag fortsat er mere stabile end den øvrige dagbladsbranches. Både Information og Kristeligt Dagblad har i perioden gennemført vellykkede omlægninger med indførelse af digitale betalingsmodeller, der betyder, at abonnentsomsætningen fortsat er stabil.

Begge aviser evner løbende at sætte en landsdækkende dagsorden inden for deres respektive områder. Derved bidrager de ikke bare til en debat, der angår avisernes egne læsere, men de er stærkt medvirkende til at give næring til en bred folkelig debat, der afspejles i hele det øvrige mediebillede. Omfanget af delinger af begge avisers historier på sociale medier er i den forbindelse bemærkelsesværdig højt.

For Kristeligt Dagblad og Information gælder det, at uafhængighed og troværdighed er de kerneværdier, der danner udgangspunkt for den publicistiske linje, hvor samfundskritisk journalistik og debat sættes i centrum. Ingen af aviserne indgår i mediekoncerner, og de er fortsat frie aktører, der ikke er forbundet med andre kapital- eller ejermæssige interesser i den nationale eller internationale mediebranche.

Fælles er også, at der ikke udbetales afkast til aktionærer, men at eventuelle overskud geninvesteres i publicistisk virksomhed, hvilket bl.a. muliggør den digitale udvikling

--- 2 ---

begge medier er i gang med. Mediestøtten til disse aviser må derfor betragtes som renlivet støtte til den demokratiske debat og folkeoplysning.

Både Kristeligt Dagblad og Information er yderst tilfredse med den nuværende supplementsordning, der er enkel at administrere, og som giver os det nødvendige fundament til også fremadrettet at sikre udvikling, kvalitet og udbredelse. Vi ser derfor ingen grund til ændringer.

Erik Bjerager
Ansvarshavende chefredaktør og adm. direktør
Kristeligt Dagblad

Mette Davidsen-Nielsen
Adm. direktør
Information

Hørings svar Flensborg Avis

Ad 1.

Mangfoldigheden er afgjort blevet styrket, fordi det redaktionelle indhold er blevet styrket qua støtten ud fra redaktionelle omkostninger fremfor distributionsstøtte til en enkelt distributionskanal. Det giver os konkret mulighed for bedre at efterkomme læsernes berettigede forventning om, at vi er til stede på alle relevante platforme.

Ad 4.

Udviklingen med unges fravalg af traditionelle medier går endnu hurtigere end frygtet. De unge bruger simpelthen ikke aviser og betalingsportaler til at læse nyheder - de får deres viden fra især sociale medier, og det er langt fra den kvalitet, som betalingsmediernes tilbyder. Vores erfaringer med vores børnenews-projekt Zejt-ung (opstart 1.9.2014) viser, at de unge rent faktisk viser stor interesse for, hvordan professionelle medier arbejder, og de traditionelle medier kan dermed selv bidrage til at lokke de unge tilbage til kvalitetsjournalistik. Det er en afgørende vigtig pointe for samfundsudviklingen, at børn og unge interesserer sig kritisk for deres omverden. Men at de anvendte kanaler ikke p.t. giver mulighed for betaling i "de unges forbrugsår". Her kunne det være et indspark, at man afsatte en del af midlerne til dette område.

Ad 6.

Vi risikerer at komme i klemme pga. 50 procents-reglens tolkning i bemærkningerne til bekendtgørelsen.

Flensborg Avis AG

Wittenberger Weg 19
D-24941 Flensburg
Tlf.: +49 (0)461 50 45-0
info@fla.de · www.fla.de

Postboks i Danmark:
Flensborg Avis
Postboks 70
DK-6330 Padborg

Union-Bank AG:
BIC UNBNDE21XXX
IBAN DE20 2152 0100
0000 0126 70

Nord-Ostsee Sparkasse:
BIC NOLADE21NOS
IBAN DE78 2175 0000
0088 0047 83

Sydbank Padborg:
1110050, Reg.nr. 8065
Danske Bank:
9451277, Reg.nr. 3409

Under hele forløbet op til lovens vedtagelse gik vi ud fra, at den kulturstøtte, som den danske stat giver til det danske mindretal i Sydslesvig, og herunder Flensborg Avis, ikke sidestilles med statslig erhvervsstøtte i henhold til lovens paragraf 2.

Vi tillader os i det følgende at gengive et brev dateret den 17.9.2015 fra Folketingets Sydslesvig-udvalg til kulturministeren.

Citat:

Henvendelse til Kulturminister Bertel Haarder vedrørende medie-støtte til Flensborg Avis

17. september 2015
Sags nr.: 169.40M.541

Kære Bertel Haarder

Det følger af Sydslesvigloven, at Sydslesvigudvalget kan rådgive regeringens ministre om forhold af betydning for det danske mindretal i Sydslesvig. På den baggrund vil jeg på vegne af udvalget, henvende mig til dig med henblik på, at vi med fælles hjælp kan finde en model, der også fremadrettet sikrer mediestøtte til Flensborg Avis, som er et vigtigt nyhedsmedie for det danske mindretal. Baggrunden for denne henvendelse er Kulturstyrelsens fortolkning af bestemmelserne i lov om mediestøtte, herunder at et selskab betragtes som offentligt finansieret, hvis den offentlige støtte udgør 50 % eller mere af den samlede drift. Flensborg Avis modtager årlig støtte via Sydslesvigloven, som et led i den generelle støtte til det danske mindretal i Sydslesvig. Dette tilskud udgør knap 50 % af avisens samlede indtægter. Kulturstyrelsens fortolkning af mediestøtteloven, vil kunne medføre, at Flensborg Avis risikerer at

Flensborg Avis AG

Wittenberger Weg 19
D-24941 Flensburg
Tlf.: +49 (0) 461 50 45-0
info@fla.de · www.fla.de

Postboks i Danmark:
Flensborg Avis
Postboks 70
DK-6330 Padborg

Union-Bank AG:
BIC UNBNDE21XXX
IBAN DE20 2152 0100
0000 0126 70

Nord-Ostsee Sparkasse:
BIC NOLADE21NOS
IBAN DE78 2175 0000
0088 0047 83

Sydbank Padborg:
1110050, Reg.nr. 8065
Danske Bank:
9451277, Reg.nr. 3409

FLENSBORG **A**VIS

Chefredaktion/Direktion

... vi gør Danmark **lidt** større

Flensborg Avis AG · Wittenberger Weg 19 · D-24941 Flensburg

miste mediestøtte i fremtiden, da den procentuelle andel af den offentlige kulturstøtte vil kunne svinge afhængigt af avisens egenindtægter.

I forbindelse med gennemgang af de danske tilskud til Sydslesvig i 2009 fastslog Rigsrevisionen, at Flensborg Avis er en mindretalsavis, og at det offentlige tilskud, som avisen modtager, er at betragte som kulturstøtte. Den nuværende problematik er opstået fordi EU ønskede belyst, om Flensborg Avis i lighed med andre europæiske mindretalsaviser reelt modtog konkurrenceforvridende statsstøtte. Dette kunne Rigsrevisionen afvise. Flensborg Avis er dermed entydigt en mindretalsorganisation, der jf. Sydslesvigloven er berettiget til kulturstøtte, da mindretalsaviser ikke står i konkurrence med kommercielle medieorganisationer.

Det er min opfattelse, at der ikke er behov for en lovændring, men en ændring i fortolkning af loven således, at der i fremtiden tages hensyn til at Flensborg Avis ikke kan betragtes som en erhvervsorganisation men som en kulturbærende mindretalsorganisation, jf. Rigsrevisionen konklusion. Med dette udgangspunkt kan der anbefales, at der i Kulturstyrelsens vejledning tilføjes, at offentlig kulturstøtte til mindretalsaviser ikke omfattes af fortolkningen om, at et selskab betragtes som offentligt finansieret, hvis den offentlige støtte udgør 50 % eller mere af den samlede drift.

Jeg ser frem til en godt og konstruktivt samarbejde med henblik på at finde en løsning på ovennævnte problem, og vil være glad for at høre nærmere fra dig.

Med venlig hilsen

Kim Andersen

Formand for Sydslesvigudvalget

Citat slut.

Flensborg Avis AG

Wittenberger Weg 19
D-24941 Flensburg
Tlf.: +49 (0)461 50 45-0
info@fla.de · www.fla.de

Postboks i Danmark:
Flensborg Avis
Postboks 70
DK-6330 Padborg

Union-Bank AG:
BIC UNBNDE21XXX
IBAN DE20 2152 0100
0000 0126 70

Nord-Ostsee Sparkasse:
BIC NOLADE21NOS
IBAN DE78 2175 0000
0088 0047 83

Sydbank Padborg:
1110050, Reg.nr. 8065
Danske Bank:
9451277, Reg.nr. 3409



Fremsendes pr. mail til
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Dansk Journalistforbunds hørings svar om mediestøtteordningen

Dansk Journalistforbund, DJ, har hermed fornøjelsen af at fremkomme med sit hørings svar vedr. erfaringerne med den nuværende mediestøtteordning.

DJ vil indledningsvis bemærke, at vi generelt er tilfredse med den nuværende mediestøtteordning. Vi fremhæver, at den nuværende ordning i langt højere grad end sin forgænger er en støtte til indholdet i medierne – og mangfoldigheden i indholdet –, og at den i langt mindre grad er bundet op på enkelte medieplatforme. Og vi hylder, at ordningen dermed er kommet meget tættere på at være den demokratistøtte, som den også blev omtalt i det daværende Mediestøtteudvalg.

Derfor er DJ også overordnet tilhænger af, at den nuværende mediestøtteordning fortsættes. Herunder også at den nuværende struktur med produktionsstøtte, innovationsstøtte med videre fortsættes.

DJ har imidlertid også nogle kritiske kommentarer til den nuværende ordning samt forslag til forbedringer af den.

Først og fremmest ønsker DJ **den samlede ramme** for støtten til medierne udvidet. For i en periode, hvor den danske mediebranche oplever nogle meget store udfordringer fra udlandet, er det helt afgørende at udbygge de danske mediers muligheder for at kunne understøtte demokratiet og dialogen.

For det andet er det DJ's grundlæggende holdning, at kun medier, der er omfattet af **medieansvarsloven** eller er tilmeldt Pressenævnet, bør kunne komme i betragtning til mediestøtte. Det er væsentligt for mediernes troværdighed og befolkningens tillid til medierne, at mediernes brugere har en let og enkel adgang til at kunne klage, hvis man mener, at der er sket fejl.

Herudover har DJ de følgende kommentarer:

Spørgsmål 1. Redaktionel produktionsstøtte

Skrevne internetbaserede nyhedsmedier: DJ ønsker mediestøtteloven ændret, så den får en bredere definition af medier og dermed i højere grad reflekterer den kendsgerning, at internetbaserede publicistiske medier i stor udstrækning integrerer lyd og levende billeder. Det bør også fremgå mere klart, at stillbilleder er en del af de skriftbaserede medier, der er støtteberettigede, og at arbejde med dette skal betragtes som støtteberettiget redaktionelt indhold.

Mindst tre redaktionelle årsværk: DJ er enig i princippet om, at et minimum af redaktionel kapacitet er en forudsætning for at kunne få tilskud.



Vi vil imidlertid gentage vores kritik af, at det i særlige situationer kan være muligt at lade ulønnet arbejdskraft indgå i opgørelsen af antallet af årsværk. Denne dispensationsmulighed har været brugt flere gange i perioden. Når man på denne måde anvender en kvantitativ opgørelse som grundlag for en kvalitativ vurdering, så bør der i det mindste skulle udbetales løn til de pågældende redaktionelle medarbejdere, for at de kan tælle med.

Fag- og organisationsblade: DJ ønsker den nuværende bestemmelse om ejerandele fjernet. Medier ejet af arbejdsgiverorganisationer, faglige organisationer og brancheorganisationer skal i fuldt omfang kunne komme i betragtning til mediestøtte.

Bestemmelsen er i direkte modstrid med lovens intention om at støtte mangfoldigheden i mediebilledet, og den rammer dagsordensættende medier inden for en lang række samfundsrelevante områder som for eksempel sundhed, arbejdsforhold og miljø.

Spørgsmål 2. Innovationspuljen:

Det er DJ's generelle holdning, at der skal være større mulighed for, at nye medievirksomheder kan etablere sig på det danske marked. Derfor er Innovationspuljen efter DJ's opfattelse en afgørende nyskabelse i den nuværende mediestøttelov.

Kriterierne: I DJ ser vi imidlertid gerne, at kriterierne for støtte fra denne pulje lempes, så de i højere grad lever op til lovens intentioner om risikovilligt at ville understøtte udvikling og nytænkning inden for mediebranchen.

De skrappe kriterier for bedømmelsen af, om mediet kan blive økonomisk selv bærende, og kravene til egenfinansiering gør det vanskeligere at fremme nye og innovative tiltag.

Skrevne internetbaserede nyhedsmedier: Også når det drejer sig om Innovationspuljen opererer loven efter DJ's opfattelse med en for snæver definition af medier. Denne definition ønsker vi udvidet (som beskrevet under spørgsmål 1).

Spørgsmål 5. Understøtter ordningen mangfoldigheden?

I DJ har vi erfaret, at flere ansøgninger om støtte bliver afvist, fordi de ikke er tilstrækkeligt gennemarbejdede. Det er oftest ansøgninger fra helt små virksomheder og énmands-firmaer, der bliver afvist med denne begrundelse.

Det er klart, at de store og etablerede mediehus alt andet lige har større muligheder for at kunne levere gennemarbejdede ansøgninger.

Fra DJ's side kunne vi imidlertid ønske os, at man overvejede, om der fra Kulturstyrelsens side kunne stilles en form for bistand til rådighed for de mindre virksomheder, således at gode og i øvrigt bæredygtige ideer ikke bliver afvist på grund af formelle krav til ansøgningen.

Hvis dette hørings svar giver anledning til spørgsmål eller kommentarer, står DJ naturligvis gerne til rådighed.

Venlig hilsen

Lars Werge
formand

Mediestøtten favoriserer informationsmæssig elite og svækker pluralismen i den lokale presse

Den nuværende mediestøtteordning favoriserer medier, som i særlig grad henvender sig til en informationsmæssig elite, ligesom den svækker mediepluralismen på det lokale niveau.

Søndagsavisens analyseafdeling har indsamlet data, som viser:

- De ti største dagblade i Danmark har i alt 739.000 læsere, som ikke læser mindst en af de andre aviser, og som dermed kan betegnes som relativt informationsvage. Disse 10 dagblade modtager cirka 171 mio. kroner i mediestøtte. Søndagsavisen har til sammenligning 754.000 læsere, som ikke læser nogen af de 10 dagblade. Søndagsavisen får på grund af kravet om maksimalt 50 % annoncebelægning ikke én krone i mediestøtte (bilag 1)-
- Information modtager 25,6 mio. kroner, selvom avisen kun har 41.000 læsere, som ikke læser et af de 10 mest støttede dagblade eller Søndagsavisen. Det betyder, at staten bruger knap 625 kroner på at sikre hver af disse læsere redaktionelt indhold fra en avis. Hvis blot Søndagsavisen fik en fjerdedel af Informations mediestøtte, kunne de 754.000 enelæsere af Søndagsavisen få yderligere omkring fire-seks sider avisstof om ugen svarende til en udgift for staten på cirka seks kroner pr. læser.
- Lokale ugeaviser og gratisaviser som Søndagsavisen er ifølge en analyse fra Kulturstyrelsen danskernes foretrukne aviser, men disse medier er de facto afskåret fra mediestøtte på grund af det særlige krav om maksimalt 50% annoncebelægning.
- 50% reglen er ifølge den danske regering begrundet i, at andelen af reklamer skulle have betydning for læsernes opfattelse af kvalitet. Dette er ikke korrekt. Danskerne opfatter både lokale ugeaviser og gratisaviser som havende en højere kvalitet end tabloidaviserne, der tilsammen får godt 36 mio. kroner i støtte. Det er kun journalister, som mener at tabloidaviserne har en højere kvalitet end eksempelvis gratis ugeaviser (bilag 2).
- De nuværende regler for mediestøtten betyder, at det er uhyre vanskeligt at drive lokale ugeaviser uden for de store byer, som ikke er en del af et eller flere støtteberettigede dagblade. Dermed svækkes pluralismen og dermed kvaliteten af den demokratiske information i provinsen.

Diskriminationen af gratisaviser og lokale ugeaviser har allerede haft konsekvens for borgernes adgang til information. Søndagsavisen er således begyndt at indskrænke levering af avisen i økonomisk svage områder af landet - herunder også områder med store sociale problemer - ligesom det aktuelt overvejes at trække udgivelsen af vores lokale ugeaviser fra ghettoområder.

Dette vil ramme de borgere, som har det mest akutte behov for nyhedsformidling – ikke mindst danskere af anden etnisk herkomst, for hvem eksempelvis Søndagsavisens familie- og skolestof ofte er en central kilde til forståelse af dansk kultur.

50% reglen favoriserer samfundets elite

Det koster penge at producere en avis, og brugerne har altid kunnet betale enten gennem betaling for produktet (typisk abonnement) eller ved at acceptere en given mængde annoncer. De danske dagblade benytter en kombination, hvor brugerne betaler typisk 4.000 kroner om året og derudover skal læserne acceptere 25-40% annoncer.

Gratisaviser appellerer til en stigende del af befolkningen, fordi betalingsvilligheden for medier er faldet, samtidig med at tolerancen over for reklamer har været stigende. Men det er en logisk konsekvens, at denne balance er afhængig af den enkeltes indkomst- og formueforhold, og derfor er det ikke overraskende, at viljen til at betale for at få færre reklamer er størst blandt samfundets økonomiske elite, mens accepten af reklamer er størst blandt de dårligere stillede.

Ovenstående dokumenteres af tilgængelige fakta. Gratisaviserne er den primære nyhedskilde for 1,2 mio. danskere. Dette svarer til mere end 1/5 af den danske befolkning. Mere end halvdelen (ca. 55%) af disse 1,2 mio. danskere tilhører lavindkomstgrupper, idet de er kendetegnet ved at have en årlig bruttoindkomst på maksimalt 299.999 kroner pr. husstand. Det betyder, at selve kravet om maksimalt 50% annoncebelægning har en voldsom social slagside.

Denne sociale slagside arbejder direkte imod lovens formål om at *"fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark."*

Danmark er som bekendt ved at blive et skævt land, fordi borgerne i de store byer bliver rigere og rigere, mens udviklingen desværre går den modsatte vej i Udkantsdanmark. Mediestøtten er med til at forstærke denne udvikling.

Derfor kan gratisaviser ikke leve med 50% reglen

50% -reglen udelukker de facto gratisaviser fra at modtage mediestøtte, fordi annonceindholdet i gratisaviser, der er fuldt ud annoncefinansierede, i alle tilfælde vil overstige 50%. Dette skyldes, at en gratisavis som Søndagsavisen – for at kunne dække sine udgifter til redaktionelt indhold, tryk og distribution – har behov for en annoncebelægning på mindst 55-65%. Mange gratisaviser har dog behov for en højere annoncebelægning for at kunne være rentable. Dette er også tilfældet for så vidt angår midtugeaviserne. Dette er nærmere illustreret ved bilag 4, der indeholder en oversigt over belægningsprocenten i de midtugeaviser, som udgives af Søndagsavisen. Bilag 3 indeholder også en oversigt over belægningsprocenten i Søndagsavisen.

Det skal oplyses, at en udenlandsk mediekoncern udgiver en trafikavis med en annoncebelægning på mindre end 50%. Dertil er at bemærke, at denne avis pt. ikke er bæredygtig økonomisk, og at den økonomiske model alene kan lade sig gøre i stærkt urbaniserede områder med et intensivt kollektivt trafiksystem, da distributionen herigennem er væsentligt billigere end husstandsomdeling.

Reklameandelen siger intet om den redaktionelle kvalitet

Begrundelsen fra lovgivers side for det særlige 50% krav har været, at den redaktionelle kvalitet skulle være større i aviser med færre reklamer.

Det er imidlertid en elitær anskuelse uden nogen støtte i hverken logik, empiri eller forskning.

Redaktionelt stof og reklamer er adskilte i publicistiske aviser, og dermed er det logisk selvmodsigende, at en given artikel skulle blive dårligere af at stå ved siden af en reklame frem for at stå ved siden af en anden artikel.

Set i relation til lovens formål må det tværtimod være afgørende, i hvilket omfang danskerne læser artikler af høj kvalitet.

Søndagsavisens Analyseafdeling har undersøgt dette forhold ved at sammenholde læsetiden for de enkelte aviser, målt af det uafhængige Index Danmark, og sammenholdt det med den samlede redaktionelle mængde af stof i de enkelte aviser.

Ved en simpel udregning af læsetiden for hele avisen kan man udregne, hvor stor en del af det redaktionelle indhold i en avis, som rent faktisk bliver læst.

Som det fremgår af bilag 5 og tabellen nedenfor, bliver 17% af artiklerne i Søndagsavisen rent faktisk læst, mens det tilsvarende tal for dagbladene varierer mellem 12 og 28%.

Ud fra disse tal kan man udregne det gennemsnitlige antal læsere til en redaktionel enhed i de forskellige aviser - her benævnt det faktiske læsertal.

Dette tal er interessant, da det er et udtryk for udbyttet af den offentlige støtte til en redaktionel enhed, idet tallet viser hvor mange borgere der rent faktisk bliver oplyst gennem læsning af en redaktionel enhed i de forskellige typer aviser.

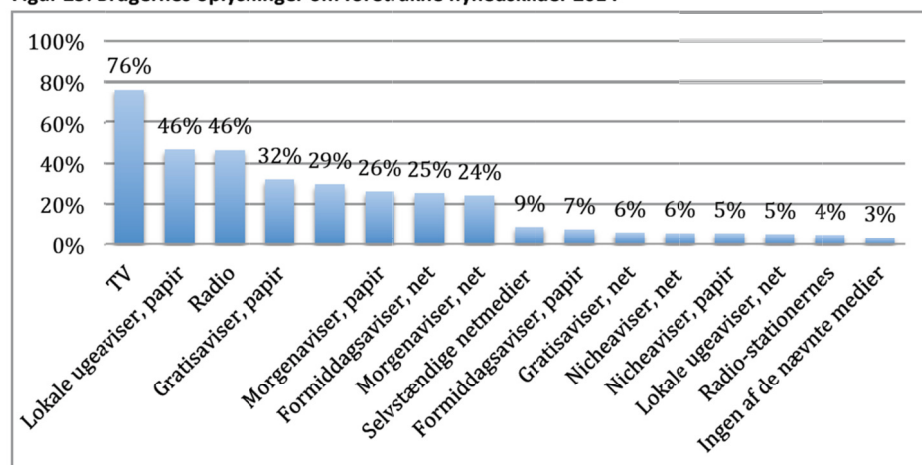
Som det fremgår af tabellen nedenfor, er læsertallet til en redaktionel enhed i Søndagsavisen 215.758, hvilket er næsten fire gange højere end for det mest læste dagblad, Politiken, som blot har 58.459 læsere i gennemsnit pr. redaktionel enhed.

Nyhedsmedie	Gns. sidetal	Nominal læsetid (minutter)	Faktisk læsetid (Gallup)	% af faktisk tid	Læsertal Gallup 1H 2013	Faktiske læsertal
Børsen (weekend)	174	282	80	28 %	159.000	45.161
Jyllands-Posten (søndag)	220	485	49	10 %	405.000	40.884
Politiken (søndag)	113	403	53	13 %	445.000	58.459
Berlingske (søndag)	216	430	50	12 %	276.000	32.067
"Søndagsavisen"	44	69	12	17 %	1.246.000	215.758

Den brede befolkning har en anden opfattelse af kvalitet end den politiske elite

Kulturstyrelsen har gennemført en række studier af kvalitetsopfattelsen af medier. Studiet giver et godt billede af, hvordan befolkningens opfattelse er anderledes end elitens – her set som politikere og journalister.

Figur 23: Brugernes oplysninger om foretrukne nyhedskilder 2014*



*N=2.001

Som det fremgår, er der en meget markant forskel på, hvilke skrevne medier staten støtter, og hvilke medier befolkningen foretrækker at få deres nyheder fra.

De to foretrukne print-mediegrupper, lokale ugeaviser og gratisaviser er således markant oftere foretrukket af befolkningen end morgenaviser på papir og tabloidaviserne. Andelen af mediestøtte er ikke blot omvendt – den er helt ude af proportioner med, hvilke print medier danskerne foretrækker.

lokale ugeaviser og gratisaviser, som i gennemsnit er foretrukket af 39% af danskerne, fik sidste år 1,8% af den samlede mediestøtte, mens morgenaviser og tabloidaviser fik omkring 87%. Helt absurd er det, at tabloidaviserne, som blot er foretrukket af 7% af befolkningen fik omkring seks gange mere i mediestøtte end de lokale ugeaviser og gratisaviser, som er foretrukket af 39% af befolkningen.

Den manglende sammenhæng mellem læsernes opfattelse af kvalitet og andelen af reklamer understreges i øvrigt af en analyse foretaget af Søndagsavisens analyseafdeling. Den viser, at læsertallet for en gratisavis stiger med andelen af reklamer (bilag 3 og 4).

Kvalitetsopfattelsen hos eliten og befolkningen er meget forskellig

Kulturstyrelsen giver i sin analyse et billede af, hvor forskellig kvalitetsopfattelsen er i hhv. informationseliten og befolkningen.

Som det fremgår af nedenstående, opfatter journalister og politikere kvaliteten i morgenaviser og tabloidaviser som markant højere end befolkningen, mens forholdet er lige det omvendte, når det drejer sig om hhv. lokale ugeaviser og gratisaviser.

Det er ikke overraskende, at morgenaviserne - qua deres meget store mediestøtte - ligger i top i kvalitetsopfattelsen, men tallene er imidlertid ikke så markante, at det kan begrunde de enorme forskelle i mediestøtte, som 50% reglen medfører.

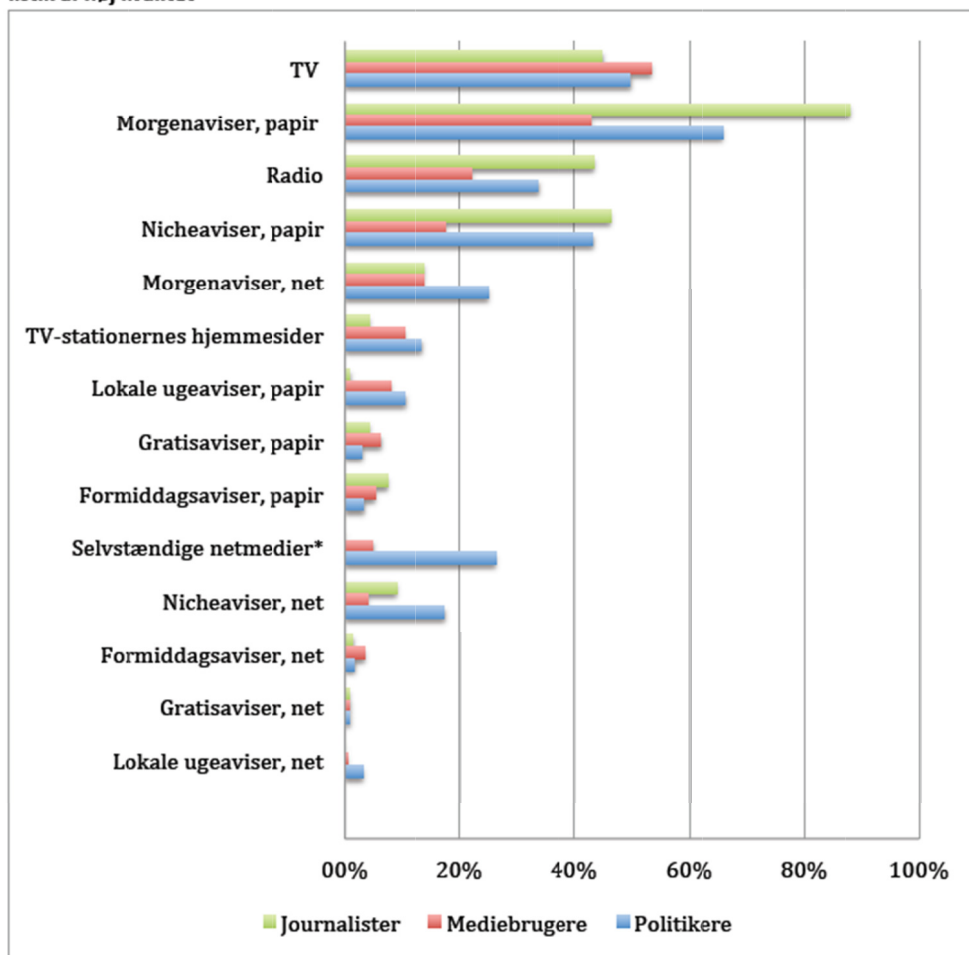
Søndagsavisens analyseafdeling har et omfattende baggrundsmateriale om, hvilke artikler danskerne rent faktisk læser. Data herfra viser, at befolkningen som helhed er langt mere interesseret i artikler om

familieliv, relationer til andre mennesker, konsekvenserne for almindelige mennesker af politiske beslutninger og forbrugerstof end det udbud, som eksempelvis morgenaviserne kommer med.

For lokalaviserne ligger der et omfattende studie foretaget af organisationen De Lokale Ugeaviser i Danmark, som viser at læserne generelt er langt mere interesserede i artikler om deres hverdag og konsekvenserne af politiske beslutninger end historier om intern politisk strid på rådhuset eller i partigrupper. (Resumé vedlagt som bilag 6)

Samtidig viser analyser, at den almindelige befolkning er langt mere positivt stemt over for reklamer, fordi det giver dem en mulighed for at optimere deres økonomi og dermed sikre deres familie en bedre levestandard.

Figur 7: Journalister, mediebrugere og politikeres angivelser af medietyper, der producerer journalistik af høj kvalitet*



*Spørgsmålets ordlyd: "Hvilke typer af medier producerer i dine øjne generelt journalistik af høj kvalitet?". Respondenterne har kunnet vælge op til tre af svarmulighederne, og søjlediagrammet angiver, hvordan svarene fordeler sig inden for henholdsvis gruppen af journalister (N= 782), mediebrugere (N=2001) og politikere (N=704). *Der findes ikke sammenlignelige svar fra journalisterne på svarmuligheden "selvstændige netmedier".

50% reglen svækker konkurrencen i provinsen

Da mediestøtten blev vedtaget, spillede Danske Dagblades Forening en afgørende rolle, idet foreningen var en varm fortaler for netop 50% reglen. Umiddelbart kunne det undre, da en stor del af dagbladene selv driver lokale ugeaviser, som dermed blev afskåret fra støtte.

Det er der imidlertid en helt enkel forklaring på. Ved at fokusere støtten på abonnementsaviserne blev dagbladene sikret et de facto monopol på at udgive lokale ugeaviser, da nye konkurrenter normalt ikke har et lokalt dagblad eller en dagbladskoncern i ryggen, og dermed er afskåret fra mediestøtte.

Dermed er 50% reglen blevet en barriere for pluralismen i det lokale mediebillede. De negative effekter af dette forstærkes i særlig grad af, at de lokale dagblade i sagens natur ikke har nogen interesse i at gøre den gratis ugeavis så god, at den kan erstatte det betalte dagblad.

Favorisering af landsmedier – udelukkelse af lokale annoncemedier

§3 stk. 5 stiller krav om, at mediet leveres eller stilles til rådighed i hele landet på ens vilkår for brugerne og er tilgængeligt for alle, eventuelt mod betaling, idet rabat dog kan ydes til udvalgte grupper i forbindelse med kampagner. Dette krav er de facto medvirkende til at udelukke især lokale ugeaviser, da det vil være uforholdsmæssigt dyrt at levere aviser til abonnenter udenfor udgivelsesområdet.

Dagbladene har fået deres egen undtagelse fra 50% reglen

Flere dagblade overholder kravet om 50% redaktionel belægning ved at trække eksempelvis ejendomsannoncer ud i særlige tillæg, der i relation til mediestøtten ikke er en del af avisen. Som det fremgår af skemaet betyder det i perioder, at Berlingskes weekendudgaver har mindre end 50% redaktionel belægning. Opgørelsen er fra 2014, idet den er brugt i Søndagsavisens verserende sag ved EU-Domstolen.

Denne undtagelsesbestemmelse har igen den effekt, at gratisaviser og lokale ugeaviser de facto udelukkes, da det med et højt oplag og relativt lave redaktionelle omkostninger pr. eksemplar er relativt dyrt at konstruere avisen, så den kan leve op til undtagelsesbestemmelsen. Modsat gælder det for dagbladene, der qua deres lave oplag har relativt lave omkostninger til tryk og omvendt har så høje redaktionelle omkostninger, at mediestøtten mange gange kan betale for de ekstra omkostninger ved at opdele avisen.

2014	Belægningsprocent af annoncer
Søndag 1. sep	52,36%
Søndag 8. sep	52,07%
Søndag 15. sep	47,89%
Søndag 22. sep	56,48%
Søndag 29. sep	58,57%
Søndag 6. okt	54,55%
Søndag 13. okt	57,10%
Søndag 20. okt	49,47%
Søndag 27. okt	56,57%
Søndag 3. nov	58,23%
Søndag 10. nov	54,58%
Søndag 17. nov	54,77%
Søndag 24. nov	52,05%

Mediestøtten favoriserer ineffektivitet i branchen

Mediestøtten ydes som en procentdel af de redaktionelle omkostninger – for nærværende er procenten cirka 25%. Det betyder, at staten dermed eliminerer 25% af den konkurrencefordel, som et mere effektivt medie ville have i forhold til et mindre effektivt medie.

Samtidig kan det virke absurd, at staten via mediestøtten yder løntilskud til medarbejdere, som ifølge lønstatistikken fra Danmarks Journalistforbund tjener langt mere end gennemsnittet i Danmark. Dette kunne elimineres ved at støtten blev begrænset til eksempelvis en månedsløn på 30.000 kroner pr. medarbejder.

Krydssubsidiering svækker konkurrencen yderligere

Mediestøttens konkurrencebegrænsende effekt forstærkes yderligere af, at det i praksis er umuligt at fastsætte og kontrollere omkostningsfordelingen mellem støtteberettigede medier og ikke støtteberettigede medier.

Det helt store problem er i praksis mellem lokale ugeaviser og dagblade. Dagblade kan i deres lokale ugeaviser genbruge indhold fra deres støtteberettigede titler og dermed yderligere svække nye lokale ugeavisers muligheder for at vinde fodfæste på markedet.

Forslag til ændringer:

Ovenstående uhensigtsmæssigheder kan fjernes ved følgende ændringer – som kan gennemføres omkostningsneutralt:

- 50% reglen fjernes og erstattes eventuelt af regel om, at der minimum skal være et vist antal redaktionelle sider i en avis. Grænsen bør dog sættes så lavt, at den ikke udelukker etablering af lokalaviser i mindre kommuner med et begrænset annoncegrundlag.
- For at ligestille gratisaviser og dagblade kunne beregningen af den redaktionelle belægning ændres, så den kun blev beregnet af avisens redaktionelle del – altså siderne inden markederne med ejendomsmæglere, stillinger mv. bagerst i avisen.
- Loft over hvor store lønninger der kan medregnes i de redaktionelle omkostninger. Et godt bud kunne være 30.000 –35.000 kroner om måneden.
- Ændre lovens §3 stk. 5, så kravet om at mediet leveres eller stilles til rådighed i hele landet ændres til "i hele udgivelsesområdet for medier med et klart defineret geografisk udgivelsesområde."

De foreslåede ændringer og dette høringssvar er ikke udtryk for, at Søndagsavisen ikke anerkender dagbladenes centrale rolle i nyhedsformidlingens fødekæde i Danmark. Det er alene udtryk for, at vi mener, at mediestøtten ensidigt favoriserer dagbladene.

Det bør samtidig bemærkes, at en fjernelse af 50% reglen og en tilpasning af leverancekravet i §3 stk. 5 primært vil medføre en flytning af mediestøtte fra hovedstadsmedier til provinsen, idet langt de fleste

lokale ugeaviser er ejet af dagbladskoncerner. Såfremt 50% reglen bliver fjernet, vil den samlede støtte til Søndagsavisen og vores lokale ugeaviser udgøre under 10 mio. kroner om året. Derudover vil en række mindre, uafhængige ugeaviser kunne få støtte, men det samlede beløb vil formentligt være et godt stykke under 20 mio. kroner.

Det bør samtidig påpeges, at en fjernelse af 50 % reglen vil medføre, at risikoen for branchen i forbindelse med den sag, som Søndagsavisen har anlagt ved EU-Domstolen, vil kunne elimineres.

Såfremt ministeriet ønsker uddybning, supplerende oplysninger eller data, står jeg naturligvis til rådighed på alle måder.

Med venlig hilsen

Arne Ullum,

Adm. dir., ansv. chefredaktør, Søndagsavisen A/S

Søndagsavisen A/S er en del af den børsnoterede danske mediekoncern North Media og udgiver hver uge godt 1,5 mio. gratisaviser på følgende titler:

Søndagsavisen, Frederiksberg Bladet, Vesterbro Bladet, Vanløse Bladet, Valby Bladet, Amager Bladet, Nørrebro Nordvest Bladet, City Avisen, Østerbro Avis, Lokalavisen Nordsjælland, Helsingør Dagblad samt via ejerskabet i Vestsjællands Distriktsblade Uge Nyt, Korsør Posten og Skælskør Avis.

Bilag

Bilagsoversigt

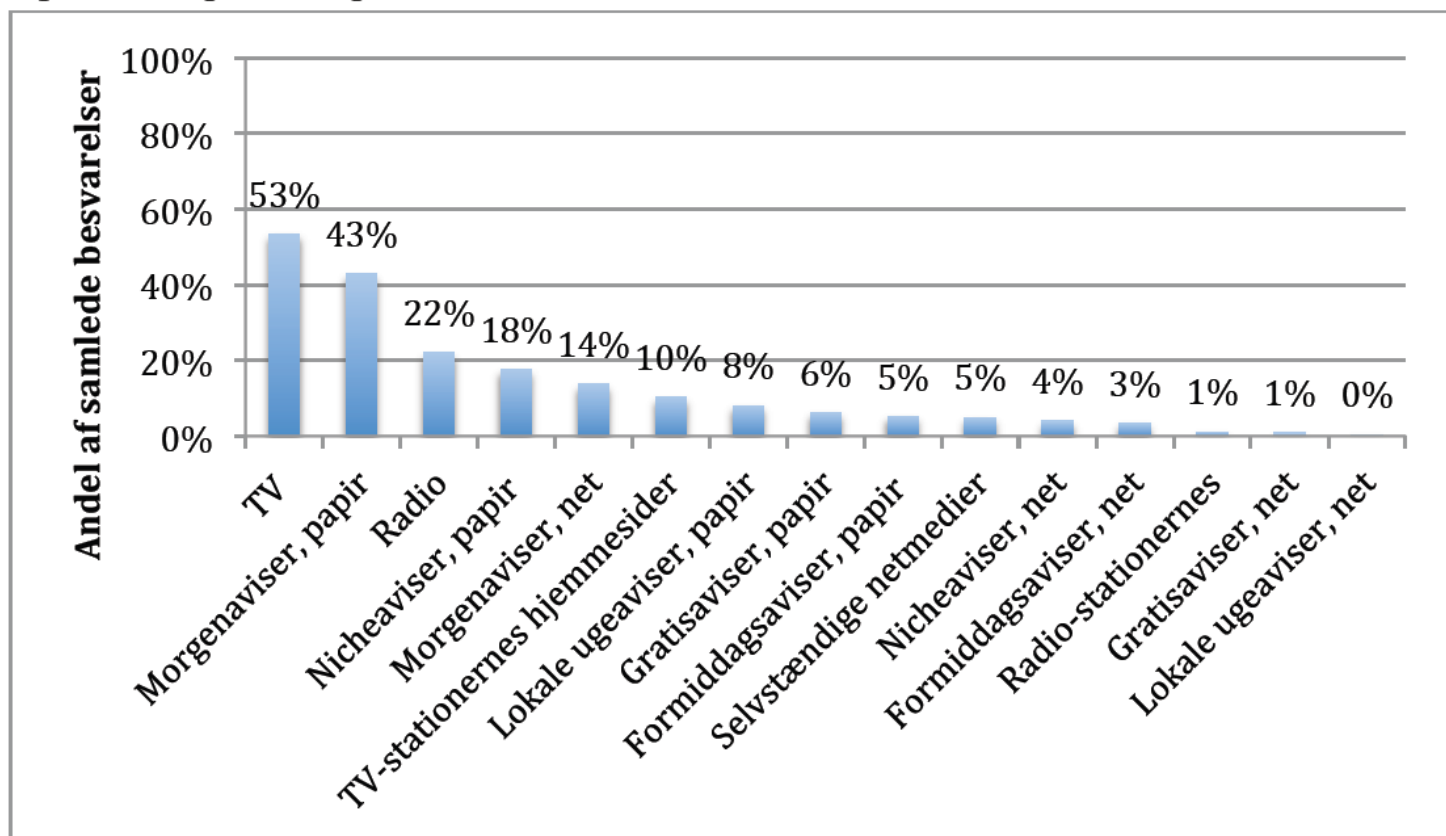
	Overskrift	Kilde
Bilag 1	Unikke læsere pr. 1. halvår 2015	Gallup Index DK
Bilag 2	Brugernes anvendelse af kvalitetsmedier	Kulturstyrelsen
Bilag 3	Belægningsprocenter - Søndagsavisen	Søndagsavisen og Gallup
Bilag 4	Belægningsprocenter - Ugeaviser	Søndagsavisen og Gallup
Bilag 5	Læsefrekvens for artikler	Galup og Søndagsavisen
Bilag 6	DLU - Den lokale tilknytning	DLU/Market Minds

Bilag 1.

Medie	Unikke læsere (i 1000) i forhold til de 10 andre medier
Søndagsavisen	754
Politiken (H)	137
Jyllands-Posten (H)	120
Jydske Vestkysten (H)	100
NORDJYSKE Stiftstidende (H)	83
Berlingske (H)	57
Børsen	54
Ekstra Bladet (H)	54
BT (H)	50
Kristeligt Dagblad	43
Information	41

Bilag 2.

Figur 24: Brugernes angivelse af kvalitetsmedier*

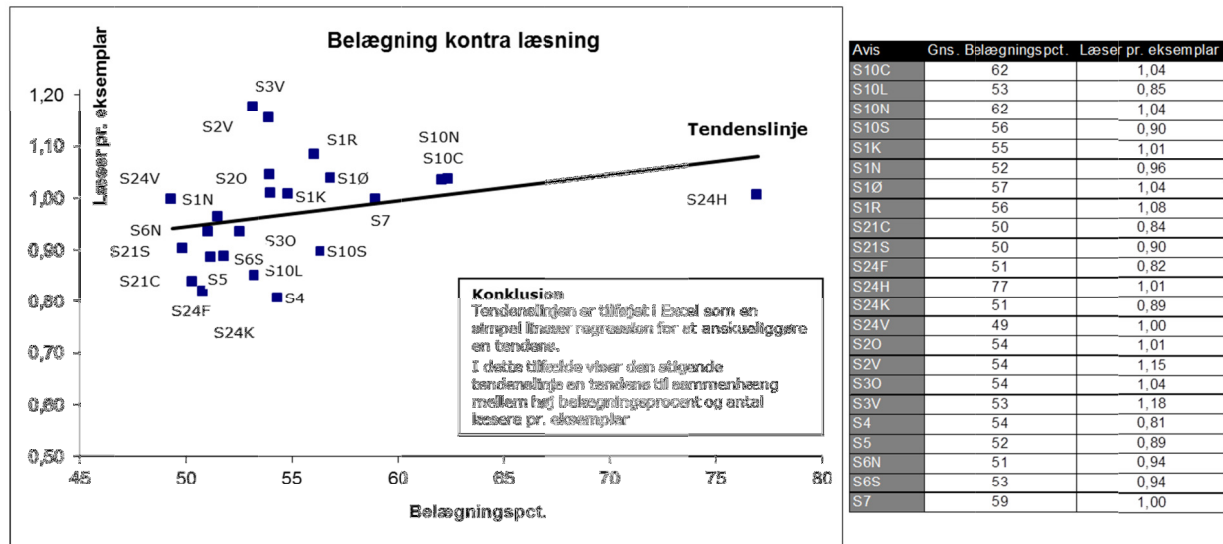


*N=2.001

Kilde: Specialrapport - journalistiske kvaliteter udarbejdet af Kulturstyrelsen

Bilag 3.

Belægning kontra læsning for 1. halvår 2013 - Søndagsaviser



Metode

Belægningsprocenterne er udregnet på følgende måde:

Belægningsprocenten er beregnet ved et simpelt gennemsnit af den faktuelle belægningsprocent pr. uge i ugerne 1-26 i 2013, og den er opgjort for hver avis.

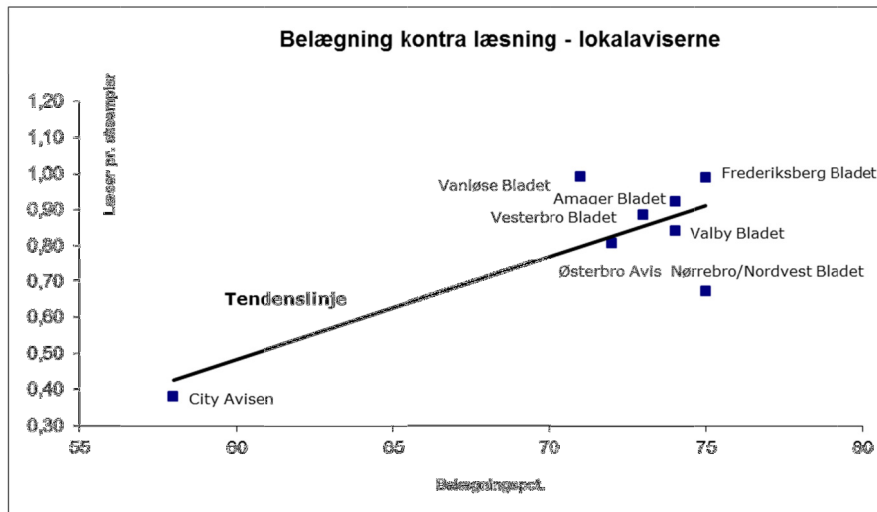
Læser pr. eksemplar er udregnet på følgende måde:

Læser pr. eksemplar er beregnet ved at dividere det faktuelle oplagstal pr. avis (opgjort for uge 5, 2013) med det officielle læsertal pr. avis (fra Medie Index DK 1. halvår 2013).

Graf og tabel indeholder samtlige udgaver af Søndagsavisen.

Bilag 4.

Belægning kontra læsning for 1. halvår 2013 - Ugeaviserne



Avis	Gns. Belægningspct.	Læser pr. eksemplar
Vanløse Bladet	71	0.99
Frederiksberg Bladet	75	0.99
Amager Bladet	74	0.92
Vesterbro Bladet	73	0.89
Valby Bladet	74	0.84
Østerbro Avis	72	0.81
Nørrebro/Nordvest Bladet	75	0.67
City Avisen	58	0.38

Konklusion

Tendenslinjen er tilføjet i Excel som en simpel lineær regression for at anskueliggøre en tendens.

I dette tilfælde viser den stigende tendenslinje en tendens til sammenhæng mellem høj belægningsprocent og antal læsere pr. eksemplar

Metode

Belægningsprocenterne er udregnet på følgende måde:

Belægningsprocenten er beregnet ved et simpelt gennemsnit af den faktuelle belægningsprocent pr. uge i ugerne 1-26 i 2013, og den er opgjort for hver avis.

Læser pr. eksemplar er udregnet på følgende måde:

Læser pr. eksemplar er beregnet ved at dividere det faktuelle oplagstal pr. avis (opgjort for uge 5, 2013) med det officielle læsantal pr. avis (fra Media Index DK 1. halvår 2013).

Bilag 5.

Datamateriale til klage vedr. mediestøtten fra 2014

Læsefrekvensen for artikler i forskellige dagblade

	Belægning		Gns. sidetal nov. og dec. 2013	Redak. sider	Minutter pr. avis	Læsetid iflg. Gallup		% af faktisk tid	Læsertal Gallup 1H 2013	Faktiske læsertal
	Annoncer	Redaktionelt				Gallup				
Berlingske (søndag)	43%	57%	216	123	430	7t10m	50	12%	276.000	32.067
Børsen (weekend)*	54%	46%	174	80	282	4t42m	80	28%	159.000	45.161
Jyllands-Posten (søndag)	37%	63%	220	139	485	8t5m	49	10%	405.000	40.884
Politiken (søndag)	29%	71%	113	80	403	6t43m	53	13%	445.000	58.459
Søndagsavisen	55%	45%	44	20	69	1t7m	12	17%	1.246.000	215.758

Læsetid**	
Tabloid	3,5 min/side
Broadsheet	6,8 min/side

Redaktionelle sider er beregnet ud fra belægningsprocenten for redaktionelt indhold og gennemsnitligt antal sider.

Der er blevet estimeret en læsetid pr. side i en tabloidavis og i en broadsheet avis. Dette er blevet benyttet til at udregne total minutter pr. avis.

(fx. 123 siders redaktionelt indhold i Berlingske (S), én side tager 3,5 min. at læse – total læsetid 430 minutter)

Den opfattede læsetid er opgjort af Gallup i minutter – dermed kan man udregne den faktiske procentvise læsning af avisen ved at dividere opfattet læsetid med faktisk antal minutter, det tager at læse avisen.

Læsertallene for avisen er fra Gallup Index Danmark 1H 2013.

For at udregne faktiske læsertal er den procentvise faktiske læsetid ganget med læsertallene, hvilket giver et markant lavere faktisk læsertal pr. artikel.

*Læsetiden iflg. Gallup er, på Børsen, omregnet ud fra læsetiden på hverdagsudgaven (hverdag 46 sider, 22 min – omregnet til weekend 174 sider = 80 min.)

**Det eneste oplyste læsertal for Børsen i Gallup er 159.000 – det vides ikke om dette er hverdag, weekend eller gennemsnit af de to.

**Læsetiden er udregnet ved at 3 personer har læst 4 gennemsnitssider med redaktionelt indhold i hhv. Berlingske og Politiken – dermed er gennemsnitslæsetiden pr. side udregnet.

Læsefrekvensen for artikler i forskellige dagblade

	Belægning		Gns. sidetal nov. og dec. 2013	Redak. sider	Minutter pr. avis	Læsetid iflg. Gallup	% af faktisk tid	Læsertal Gallup 1H 2013	Faktiske læsertal	
	Annoncer	Redaktionelt								
Berlingske (søndag)	43%	57%	216	123	430	7t10m	50	12%	276.000	32.067
Børsen (weekend)*	54%	46%	174	80	282	4t42m	80	28%	159.000	45.161
Jyllands-Posten (søndag)	37%	63%	220	139	485	8t5m	49	10%	405.000	40.884
Politiken (søndag)	29%	71%	113	80	403	6t43m	53	13%	445.000	58.459
Søndagsavisen	55%	45%	44	20	69	1t7m	12	17%	1.246.000	215.758

Læsetid**		
Tabloid	3,5	min/side
Broadsheet	6,8	min/side

Redaktionelle sider er beregnet ud fra belægningsprocenten for redaktionelt indhold og gennemsnitlig sideantal.

Der er blevet estimeret en læsetid pr. side i en tabloidavis og i en broadsheet avis. Dette er blevet benyttet til at udregne total minutter pr. avis.
(fx 123 sider redaktionelt indhold i Berlingske (S), én side tager 3,5 min. at læse – total læsetid 430 minutter)

Den opfattede læsetid er opgjort af Gallup i minutter – dermed kan man udregne den faktiske procentvise læsning af avisen ved at dividere opfattet læsetid med faktisk antal minutter, det tager at læse avisen.

Læsertallene for avisen er fra Gallup Index Danmark 1H 2013.

For at udregne faktiske læsertal er den procentvise faktiske læsetid ganget med læsertallene, hvilket giver et markant lavere faktisk læsertal pr. artikel.

*Læsetiden iflg. Gallup er, på Børsen, omregnet ud fra læsetiden på hverdagsudgaven (hverdag 48 sider, 22 min – omregnet til weekend 174 sider = 80 min.)

*Det eneste oplyste læsertal for Børsen i Gallup er 159.000 – det vides ikke om dette er hverdag, weekend eller gennemsnit af de to.

**Læsetiden er udregnet ved at 3 personer har læst 4 gennemsnitssider med redaktionelt indhold i hhv. Berlingske og Politiken – dermed er gennemsnitslæsetiden pr. side udregnet.

Bilag 6.

Nedenstående er et uddrag af et større studie, der arbejder med fire arketyper og disses præferencer for redaktionelt indhold.

	Turisten	Inspirations-søgende	Videbegærlig	Lokalpatrioten
Centrale områder for den lokale ugeavis	Markante ændringer i lokalområdet/byplanlægning Kommunalpolitik m. konsekvens for borgerne Information fra kommunen Lokale konsekvenser af nationale beslutninger			
Segment-drevne stofområder	<ul style="list-style-type: none"> •Anmeldelser af restauranter, cafeer og takeaways •(Boligstof, hus og have – inspiration) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kulturkalenderen •Det gode tilbud i supermark. •Tilbud fra lokale butikker •Politi/krim. •Åbning/lukning af lokale butikker •Historier om sjove/skæve personligheder 	<ul style="list-style-type: none"> •Lokalhistorie •Reportager fra lokale arrangementer •Trafikforhold 	<ul style="list-style-type: none"> •Debat og kronikker fra lokalpolitikere •Læserbreve •Artikler om lokale borgere, der præsterer noget særligt •Lokalidræt •Historier om lokale erhvervsdrivende •Historier om sjove/skæve personligheder •Reportager fra lokale arrangementer •Trafikforhold
Områder som findes mindst relevant på tværs af læsertyper	TV guide Bil og motor Artikler om kendte og kongelige som er på besøg i kommunen			

Fra: Gert Karlson
Til: Mediestøtte - Kulturstyrelsen
Emne: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 2. november 2015 23:18:35

Hermed mit høringssvar vedrørende evaluering af mediestøtteordningen:

1. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

SVAR: Forskning.dk opnåede desværre ikke støtte, og omstændighederne omkring forløbet var dybt kritisable, hvilket uddybes i punkt 6.

2. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

SVAR: Ingen.

3. Hvad er jeres erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Evalueringen vil omfatte overvejelser om betydningen af den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden ordningens ikrafttræden. Overvejelserne vil tage udgangspunkt i Kulturstyrelsens "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" i 2014 og 2015.

SVAR: Ingen

4. Er der efter jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

SVAR: I ansøgningsskemaet blev der spurgt til antal udgivelser, hvilket kan give god mening hvis ansøgningen vedrører et trykt medie eller en egentlig udgivelse på nettet. Forskning.dk er tænkt som et nyhedsmedie, hvor vi vil lægge nyhedsartikler på ofte (gerne flere gange dagligt), men er dette en udgivelse? Der bør laves en anden målestok for netbaserede nyhedsmediers antal "udgivelser", som er lettere at svare konkret på.

5. Er det jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

SVAR: Ja, hvis sagsbehandlerne åbent kan og vil se de visioner og muligheder som ansøgerne fremlægger, når der ikke er tale om et traditionelt nyhedsmedie.

6. Giver jeres erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

SVAR: Der var en del polemik omkring vores ansøgning, og jeg har en fornemmelse af, at uanset hvad jeg gør, så vil Forskning.dk aldrig kunne opnå mediestøtte med mig som ejer.

Sagen er, at der er fejl i det elektroniske ansøgningsskema, som bevirker, at man ofte skal starte indtastningen af de mange oplysninger igen (da jeg søgte i en tidligere runde, blev jeg hængt af tre gange før det lykkedes at få uploadet alle dokumenterne). Denne gang gik systemet igen i sort, da jeg havde indlæst dokumenterne. Det skete kl. 11.59 d. 4. maj 2015 (deadline kl. 12.00. Jeg ringede omgående til Kulturstyrelsen, hvor jeg fik at vide at jeg måtte sende dokumenterne snarest på mail.

Jeg fik først sendt mailen samme aften, da det tog flere timer at samle teksterne i mailen. Samtidig var min kalender besat resten af eftermiddagen. Dagen efter fik jeg en opringing fra [redacted] i Kulturstyrelsen. I samtalen blev der fra Kulturstyrelsens side stillet tvivl om, hvem der havde givet mig tilladelse til at indsende ansøgningen på mail. Jeg fortalte, at det kunne vi finde ud af, da jeg havde båndet samtalen. Dette blev [redacted] meget fortørnet over og udbrød "Du ved godt, du ikke må optage en samtale, medmindre den pågældende har givet tilsagn". Samtidig gjorde han opmærksom på, at han var jurist. I samtalen sagde han også "Det er meget uheldigt, at man båndet samtaler overfor andre som ikke er klar over det". Senere sagde han "Det er meget uheldigt, at hvis det der bliver sagt bliver båndet, så er der ikke nogen, der har en interesse i at udtale sig". Herefter fortalte han, at han ville advare hans afdelings medarbejdere om mine metoder.

Personligt finder jeg det foruroligende, at en ledende jurist i en offentlig institution ikke ved hvad der er lovligt og giver mig urigtige oplysninger om min optræden.

Med venlig hilsen

Gert Karlson
redaktør



Århusvej 22A, 1. th.
8500 Grenaa

M: info@forskning.dk | W: forskning.dk | T: 8684 8888

Fra: [Jens Mørch | polennu.dk](mailto:jemo@polennu.dk)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: Hørings svar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 2. november 2015 23:49:18
Prioritet: Høj

Innovationspuljen

Kravet om den høje egenfinansiering kan måske i visse støtteordninger give mening, men i innovationssammenhæng virker det helt forkert, og hæmmende i forhold til formålet med uddelingen.

I vort tilfælde – polennu.dk - har vi under idealistiske forhold og med mange frivillige, opretholdt daglige nyheder på dansk om Polen hver eneste dag (365 dage om året) siden 2008, og det bør vel også indgå i vurderingen, af et projekts seriøsitet.

I innovationspuljen virker kravet om høj egenfinansiering direkte modsat i forhold til målsætningen, og reglen synes udelukkende at tilgodese etablerede organisationer eller større og etablerede samarbejds- relationer.

Mht. til tildelingen i innovationspuljen er det os en gåde, hvordan et nyt medie – baseret på en smartphone teknologi (vi har brugt teknologien siden 2011, og den er nu forældet og erstattet af web-styring, også til aktive app som vi havde søgt penge til) og løse ord om at favne ungdommen, kan støvsuge det meste af innovationspuljen, uden at have bevist noget som helst.

Måske skulle man have iværksættere eller andre medie-entreprenører ind over i bedømmelsen af tildelingen i Innovations puljen, for at sikre at mediestøtten uddeles som den er tiltænkt efter formålet.

Venlig hilsen/best regards

Jens Mørch

Chefredaktør/Editor-in-Chief

M: +45 23 43 59 05

E: jemo@polennu.dk

polennu.dk

Mørch Media

Slagelsegade 14 K

DK-2100 København Ø

T: +45 70 20 14 40

F: +45 70 20 14 41

CVR: 36 08 26 82

[Info polennu.dk \(DK\)](#)

[Info polennu.dk \(PL\)](#)

[Info polennu.dk \(GB\)](#)

Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
Pr. mail: mediestotte@kulturstyrelsen.dk

2. november 2015

Høring om mediebranchens erfaring med mediestøtteordningen

Tak for invitationen til at give radiostationens erfaringer med mediestøtte ordningen videre. De private lokale kommercielle radiostationers organisation er Danske Medier; men da Danske Medier ikke udtaler sig om mediestøtte er jeg glad for muligheden for at svare på Kulturstyrelsens høring om mediebranchens erfaring med mediestøtteordningen.

Der er i det danske samfund enighed om, at det er af afgørende betydning at fastholde og udbygge befolkningens interesse for politik og samfundsudvikling både på overordnet nationalt niveau og på lokalt niveau. Det er samtidig en erkendelse, at der gennem mange år er sket en udvikling væk fra traditionelle medier over imod digitale medier på nettet og i de seneste år på mobiltelefonen.

Under denne svingning fra gamle til nye medieformer er radioen ikke blevet ramt så hårdt som flere andre traditionelle medieformer, eller rettere: Befolkningens – og vel at mærke herunder unges – brug af radio er iflg. Kulturstyrelsens undersøgelser nok gået let tilbage, men da der på den anden side ikke kan redegøres autoritativt for brugen af radio distribueret over nettet og i øvrigt efter alle meldinger i øjeblikket sker en meget positiv udvikling i brugen af podcast, tør man konkludere, at radiomediet, herunder ikke mindst de private radioer, er i en usædvanlig stabil lyttermæssig situation.

Radiomediets popularitet er således høj, men på grund af den hårde konkurrence mellem public service radio og de private radioer og den sene igangsættelse af det private radiomarked er det aldrig lykkedes at få en reklameomsætning, som muliggør en dynamisk udvikling af radiomediets udsendelsesformer og redaktionelle indsats i den private radiosektor.

Dette er så meget mere blevet tilfældet efter at det forrige medieførlig afskaffede de private radiostationers mulighed for at søge public service-puljen.

Da den nye såkaldt platformsneutrale mediestøtte blev vedtaget af Folketinget i 2013 var radioerne udelukket fra at søge støtte. Dette var i tråd med anbefalingerne fra Dyremoseudvalget i 2011, hvis rapport foreningen Radioerne i øvrigt havde kritiseret på dette punkt over for Styrelsen for Bibliotek og Medier (brev af 2. januar 2012) ved høringen om rapporten

Danmark har med vores og en række andre private radiostationer en fintmasket lokal dækning gennem et medie, der når ud til en meget stor del af befolkningen. De private radiostationer aflyttes endda i højere grad af unge end af ældre, ligesom radio i almindelighed vælges af lidt flere uden videregående uddannelse end med videregående uddannelse. Men de private lokale radioers finansieringskilde, reklamerne, har ikke en tilstrækkelig volumen til, at bære en målrettet udvikling af mediet.

Det er derfor et paradoks, at de lokale radioer ikke har adgang til hverken mediestøtte eller midler fra public service-puljen.

De private kommercielle lokalradioer har, som der er redgjort for i ovennævnte hørings svar om Dyremoserapporten (der blev af forskellige årsager ikke afgivet hørings svar ved høringen om lovforslaget), i øvrigt kun positivt at sige om selve princippet i mediestøtten.

Med adgang til at søge og få mediestøtte vil de lokale kommercielle radiostationer få mulighed for gennem udvikling at fastholde en bred lytterskare, som oven i købet rummer grupper, hvis mindre intensive brug af redigerede medier normalt vækker bekymring i kredse, der er optaget af samfundsudviklingen.

Eventuelle spørgsmål til nærværende hørings svar kan rettes til Martin Larsen, martin@radiodiablo.dk – tlf. 88 169 201 / 20 44 89 78.

Med venlig hilsen

Martin Larsen
Radio Diablo ApS.

samt på vegne af:
Radio Skive ApS.
Radio go!FM A/S
Radio ABC A/S
Radio Alfa Sydfyn ApS.
Radio Limfjord
Radio Limfjord Plus
Radio Max Danmark
Radio Als

Kulturstyrelsen
H. C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

2. november 2015

Høringssvar om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen

Teknovation har ved skrivelse, dateret den 9. oktober, modtaget opfordring til at komme med svar på seks spørgsmål i relation til vores erfaringer med mediestøtteordningen.

Teknovation har ansøgt om redaktionel produktionsstøtte i 2014 og 2015 – desværre med afslag på begge ansøgninger. Vi skal fremkomme med følgende svar og bemærkninger.

1. Hvad er Teknovations erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Generelt vurderet er regelsættet om redaktionel produktionsstøtte forståeligt og hensigtsmæssigt opbygget. Men når det kommer til definitionerne af, om medierne henvender sig til en bred kreds af brugere (og ikke kun mod bestemte erhvervs- og faggrupper) samt definitionen af "politiske, samfundsrelaterede og kulturelle emner", er der udfordringer. Efter vores opfattelse er definitionerne i dag overladt til en kombination af objektive og subjektive vurderinger fra Medienævnet.

I "Vejledning til ansøgning om redaktionel produktionsstøtte" fra Kulturstyrelsen (dateret den 6. januar 2014), står følgende på side 2: "Produktionsstøtte kan søges af trykte nyhedsmedier og skrevne internetbaserede nyhedsmedier. Ved trykte nyhedsmedier forstås dagblade, dagbladslignende publikationer, fagblade eller lignende."

Som det er tilfældet med samtlige fagblade (og mange aviser, dagblade og magasiner i medieverdenen), så henvender også vores blad/avis sig til primære målgrupper – i vores tilfælde til personer i metal-, plast- og maskinindustriene (erhvervs- og faggrupper).

Desuden henvender Teknovation sig til sekundære målgrupper af læsere, som eksempelvis personer på de tekniske uddannelsesinstitutioner såvel som opinionsdannere i de relevante faglige organisationer samt i og omkring Folketinget, regionerne og i landets kommuner. Herudover ansvarlige ved de Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter, herunder Teknologisk Institut, Force Technology, Delta m.fl.

Følgende skal fremhæves:

- Teknovation henvender sig som udgangspunkt til alle ansatte i metal-, plast- og maskinindustrierne.
- De ovennævnte brancher beskæftiger over 100.000 danskere. Metal- og maskinindustrien har alene ca. 94.000 interessenter (Kilde: Metal- og Maskinindustrien: Beskæftigelse, kompetencer og rekruttering 2014).
- De næsten 1400 virksomheder i metal-, plast- og maskinindustrierne omsatte for over 400 milliarder kroner i 2014, og med en eksportdel på ca. 75 % - altså ca. 300 milliarder (Kilde: Fremstillingsindustrien 2014). Der er således tale om nogle af de økonomisk vigtigste brancher i dansk erhvervsliv.
- Metal-, plast- og maskinindustrierne beskæftiger mange erhvervs- og faggrupper – og personer med vidt forskellige uddannelsesbaggrunde.
- Læserne af Teknovation er direktører, ejer/ledere, produktionsarbejdere, ingeniører, maskinmestre, indkøbsansvarlige og it-medarbejdere. Herudover omfatter vores målgruppe ligeledes undervisere og studerende ved de tekniske skoler og forskningsinstitutter.

Teknovation udsendes 17 gange årligt til vores 14.200 personlige abonnenter – og over 42.000 læser hver udgave af vores avis/blad. Vi henvender os til nogle brancher i fremstillingsindustrien, som altså skaber arbejde til over 100.000 personer, som alle reelt set er potentielle læsere af Teknovation.

Vores opfattelse er, at Teknovation i sit grundlæggende element ikke adskiller sig fra andre fagblade – eksempelvis Computerworld, Dagens Medicin, Ingeniøren og Licitationen - Byggeriets Dagblad – der har opnået redaktionel produktionsstøtte i 2014 og 2015.

Teknovation kan – isoleret set – opfattes som et fagblad, der er målrettet en lille specifik erhvervs- og faggruppe. Men omfanget af abonnenter og potentielle læsere med deres vidt forskellige uddannelses- og arbejdsmæssige baggrunde gør, at vi beskæftiger os med en stor og bred kreds af læsere, brugere samt interessenter.

Teknovation skal foreslå, at der udarbejdes helt klare definitioner omkring, hvad der gør, at medier henvender sig til en bred kreds af brugere – og ikke "kan sættes i bås" på alene at være rettet mod bestemte erhvervs- og faggrupper.

Teknovation skal endvidere opfordre til, at der udarbejdes klare definitioner omkring begrebet "kulturelle temaer". I "Vejledning til ansøgning om redaktionel produktionsstøtte", står følgende: "Artikler om kulturelle temaer beskrevet ud fra det pågældende medies særlige profil, f.eks. en økonomisk eller teknisk vinkel, kan også indgå i opgørelsen".

Desuden er skillelinjen mellem kulturelle, politiske og samfundsrelaterede temaer ofte svær at sætte. De tre emner er overlappende – og mange artikler i fagblade, dagblade m.fl. indeholder elementer af alle tre begreber.

2. Hvad er Teknovations erfaringer med regelsættet vedrørende Innovationspuljen?

Teknovation har ikke søgt støtte fra Innovationspuljen, men ovennævnte bemærkninger vedrørende definitionsspørgsmålene gør sig ligeledes gældende i forhold til denne pulje.

3. Hvad er Teknovations erfaringer med regelsættet vedrørende saneringsstøtteordningen?

Teknovation har ikke gjort sig erfaringer med saneringsstøtteordningen.

4. Er der efter Teknovations vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, som bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

I det gældende regelsæt vedrørende mediestøtteordningen er der taget højde for, at nyhedsmedier i langt højere grad end tidligere opererer via digitale platforme. Dette fokus er kun blevet udbygget siden mediestøtteordningen blev udformet.

Teknovation har – i lighed med andre medier – oplevet en yderligere søgning på nyheder via mobiltelefoner og tablets. Nyhedsformidlingen foregår stadigvæk via websites, men der stilles yderligere krav til de redaktionelle kompetencer, da der er forskel på at producere artikler til print, websites, mobiltelefoner og tablets. Journalisterne skal favne endnu flere kommunikationskompetencer i relation til at komprimere nyhederne i forhold til de forskellige platforme.

5. Er det Teknovations vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspublikationer og alsidigheden i deres indhold?

Vi skal henvise til svaret under spørgsmål nr. 1.

6. Giver Teknovations erfaringer med mediestøtteordningen i øvrigt anledning til bemærkninger?

Skiftende regeringer har gennem de seneste 15 år lagt betydeligt vægt på, at danske virksomheder – specielt de mindre og mellemstore – skal slippe for "administrativt bøv" og økonomiske omkostninger.

Umiddelbart giver mediestøtteordningen ikke meget mere administrativt arbejde – de oplysninger, som medierne skal videregive i ansøgningen til redaktionel produktionsstøtte virker rimelige i omfang og oplysningspligt. Dog kan der stilles spørgsmålstejn ved, at der skal medsendes et review (ISRE 2410 om

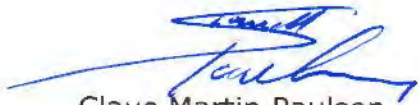
perioderegnskab) fra en godkendt revisor i forbindelse med ansøgningen til produktionsstøtte. En påført meromkostning på kr. 5.000-10.000 – stigende til mere alt efter hvor kompliceret redaktionen er sammensat på med fastansatte journalister og freelancejournalister.

Umiddelbart bliver omkostningerne til en virksomheds redaktionen oplyst og beskrevet i årsrapporten. En årsrapport der i de fleste tilfælde bliver revideret af en godkendt revisor. Dette burde være fyldestgørende dokumentation for de udgifter et medie har til de skrivende journalister – fastansatte som freelancere. De medier, der har fravalgt revision, skal selvfølgelig medsende et review (ISRE 2410) fra en godkendt revisor, når der søges om redaktionel produktionsstøtte.

Yderligere informationer

Kulturstyrelsen er velkommen til at kontakte undertegnede for uddybning og yderligere oplysninger i relation til dette høringssvar. Desuden kan ansvarshavende redaktør John Nyberg kontaktes på mail: nyberg@teknovation.dk eller mobil 30915544.

Med venlig hilsen



Claus Martin Paulsen
Teknovation ApS
E: cmp@teknovation.dk
M: 2722 8808

Kulturstyrelsen
H. C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Dato: 3. november 2015

Sag: METS

Sagsbehandler: / UHL

Vedr. høring om mediebranchens erfaringer med mediestøtteordningen

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har modtaget ovennævnte høring

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen udgør sammen med Konkurrencerådet en uafhængig konkurrencemyndighed. De følgende høringsbemærkninger afgives udelukkende som konkurrencemyndighed.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med tidligere høringer vedrørende mediestøtteordningen afgivet bemærkninger. Således afgav styrelsen bemærkninger i forbindelse med både lovforslaget og den efterfølgende bekendtgørelse og vejledning henholdsvis den 28. maj 2013 og den 18. november 2013, jf. vedhæftede.

Ved begge lejligheder bemærkede Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, at begrænsningerne i forhold til at modtage støtte i forhold til (i) minimum tre årsværk¹ og (ii) minimum ti udgivelser² kan påvirke konkurrencen mellem nyhedsmedier.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen fastholder ovennævnte tidligere afgivne bemærkninger og kan derfor henvise hertil for en nærmere uddybning.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke herudover bemærkninger til høringen.

Med venlig hilsen

Uffe Hebbelstrup Larsen
Specialkonsulent

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby

Tlf. 4171 5000

Fax 4171 5100

CVR-nr. 10 29 48 19

kfst@kfst.dk

www.kfst.dk

**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET**

¹ Jf. lovens § 5, stk. 2, nr. 2, og bekendtgørelsens § 3, stk. 1, nr. 1.

² Jf. lovens § 5, stk. 2, nr. 9, og bekendtgørelsens § 3, stk. 1, nr. 9.

København, 31. oktober 2015

Kulturstyrelsen
mediestotte@kulturstyrelsen.dk

Høringssvar vedrørende evaluering af mediestøtten

På vegne af Avisen.dk ApS, der udgiver Avisen.dk og Ugebrevet A4, takker jeg for muligheden for at afgive et høringssvar i forbindelse med den fremrykkede evaluering af mediestøtten.

Avisen.dk ApS er medlem af Interessenetværket Specialmedierne under Danske Medier, og som medlem af interessenetværkets bestyrelse støtter jeg også høringssvaret fra netværkets formand, Rasmus Nielsen.

Vores to medier, der udelukkende udkommer digitalt, er blandt de nye medier, der har fået adgang til mediestøtten efter omlægningen, der fik virkning fra 2013. Vi er overordnet tilfredse med det forhold, at støtten nu gives på grundlag af det redaktionelle indhold og ikke i forhold til, hvor mange eksemplarer af et printmedie, der bliver distribueret.

I det følgende vil jeg kommentere på de høringsspørgsmål, hvor vi har erfaringer at byde ind med:

1. Hvad er Jeres erfaringer med regelsættet vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte?

Mediestøtten har stor betydning for vores to mediers mulighed for at lave original kvalitetsjournalistik, og derfor har vi helt overordnet haft en positiv erfaring som følge af at have fået adgang til støtten.

Når det er sagt, så er det vores vurdering, at regelsættet på en række områder er uhensigtsmæssigt og konkurrenceforvridende. Det skyldes primært, at regelsættet tydeligvis er skruet sammen på en måde, der tager udgangspunkt i indhold og udgivelsesfrekvens m.m. for et omnibusmedie. Det giver omnibusmedier en konkurrencefordel i forhold til nichemedier og strider imod udviklingen på de nye digitale platforme, der går i retning af nichemedier.

Det gælder blandt andet kravet om, at et medie skal have en regelmæssig dækning af både samfund, politik og kultur for at få adgang til mediestøtten. For vores vedkommende har særligt Ugebrevet A4, der skriver om arbejdsmarked og politik, været udfordret af denne bestemmelse. For at leve op til kravet om kulturindhold har vi ind i mellem foretaget redaktionelle prioriteringer, som vi ellers ikke ville have foretaget. Dette risikerer at svække den demokratiske værdi, som mediet kan skabe med sin journalistik. For selv om målsætningen har været at lave egenproducerede artikler, hvor kulturen er beskrevet ud fra Ugebrevet A4's profil som et medie med fokus på arbejdsmarked og politik, er der en risiko for, at journalisternes ekspertise inden for arbejdsmarked og politik ikke fuldt ud udnyttes.

Vi har i den forbindelse haft yderligere den udfordring, at det har været meget svært at få præcis besked fra Kulturstyrelsen på, hvor mange artikler med kulturindhold, Ugebrevet A4 skulle bringe over en periode for at leve op til kravene. Således blev vi i forbindelse med en stikprøvekontrol i efteråret 2014 bedt om at redegøre for ugebrevets indhold den 9. oktober 2014 med det formål at kontrollere, at mediet har en regelmæssig dækning af kultur. Men det siger næsten sig selv, at en sådan kontrol ikke rigtig giver mening for et medie, der dagligt udkommer med én historie om ét emne. Det er således langt fra hver dag, at vi har kultur på Ugebrevet A4. Det har nødvendiggjort en del kommunikation med Kulturstyrelsen, og jeg vil gerne understrege, at styrelsen i den

forbindelse har vist forståelse for, at Ugebrevet A4 har en helt anden karakter end et omnibusmedie med en lang række artikler inden for en vifte af områder hver dag.

Avisen.dk og Ugebrevet A4 har senest lagt redaktionerne sammen, og det er også efter rådførelse med Kulturstyrelsen, at vi har sendt én fælles ansøgning om mediestøtte for 2016. Som en følge af dette vil eksempelvis kulturdekningen blive vurderet fælles for de to medier. Dette ændrer dog ikke ved vores principielle modstand mod kravet om en regelmæssig dækning inden for alle de tre hovedområder, idet det diskriminerer nichemedier, der leverer en dækning med høj demokratisk værdi inden for et område.

Af samme årsager synes vi heller ikke, at bestemmelsen om, at et medie skal henvende sig til en bred kreds af brugere er hensigtsmæssig, idet den ligeledes er med til at skabe en ulige konkurrence mellem de forskellige typer medier.

4. Er der efter Jeres vurdering særlige forhold i den teknologiske udvikling, udviklingen i medieforbruget og i mediemarkedet siden mediestøtteordningens ikrafttræden, der bør indgå i overvejelserne om betydningen af denne udvikling for ordningen?

Hvad angår både mediernes udvikling og danskernes medievaner er fremtiden digital. Dette stiller krav om, at støtten i stigende grad rettes imod og skynder til udviklingen af digitale medier. Kendetegnende for mange af de digitale medier er, at de er velegnede til at nå afgrænsede målgrupper med indhold af høj kvalitet. Det er vigtigt at fremme denne udvikling ved at gøre det muligt for nichemedier at få støtte.

Med en udvikling hen i mod medier, der udelukkende udkommer på digitale platforme, må det forventes, at der løbende kommer flere ansøgere til supplementspuljen for fritstående netmedier på seks millioner kroner. Derfor er det vigtigt løbende at vurdere behovet for at hæve denne pulje, således at det sikres, at de fritstående netmedier kan konkurrere på lige vilkår med de medier, som får en betydelig mediestøtte via nulmomsen.

5. Er det Jeres vurdering, at ordningen understøtter og fremmer mangfoldigheden af nyhedspubliceringer og alsidigheden i deres indhold?

Som tidligere nævnt er det vores opfattelse, at støttekriterierne generelt tager udgangspunkt i forholdene for trykte omnibusmedier. Dermed tager støtten ikke i tilstrækkelig grad højde for den medieudvikling, der allerede er sket og som vil fortsætte i de kommende år. For at fremme en medieudvikling, der er i overensstemmelse med danskernes ændrede medievaner, bør omnibuskravene for at blive støtteberettiget derfor fjernes.

Jeg stiller mig naturligvis gerne til rådighed for en uddybning af ovenstående, eller hvis Kulturstyrelsen på anden vis vurderer, at jeg kan være behjælpelig i forbindelse med evalueringen af mediestøtten.

Med venlig hilsen

Rasmus Emborg

Ansvarshavende chefredaktør, administrerende direktør
Avisen.dk Aps
Telefon: 23 24 45 64
Mail: emborg@avisen.dk

Fra: [Finn Ellegaard DEO](#)
Til: [Mediestøtte - Kulturstyrelsen](#)
Emne: VS: Høringssvar evaluering af mediestøtteordningen
Dato: 5. november 2015 15:20:15

(Jeg har haft afsendt nedenstående høringssvar allerede i sidste uge, men opdager nu pludselig, at den har ligget i en udbakke, hvor den ikke kunne ryge afsted. Det er selvfølgelig min fejl, men syntes det er ærgerligt hvis det betyder, at I ikke kan forholde jer til de vurderinger vi har skrevet. Så håber I grundet omstændighederne accepterer høringssvaret. Med venlig hilsen Finn Ellegaard)

Erfaringer med regelsæt vedrørende ordningen redaktionel produktionsstøtte.

Vi mener, at den nuværende ordning tilgodeser de større blade i en uhensigtsmæssig grad. Vi udgiver et magasin, som opfylder alt det, som loven beskriver. Vores mål er at styrke den demokratiske debat i Danmark, og det gør vi ved hver måned at grave ned i et politisk tema, hvor vi også beskriver de interesser og dilemmaer, der er i sagen. Og vi er et af de få medier, der gør det med fokus på EU. Begrundelsen for dette er, at næsten alle politiske initiativer starter i EU-systemet, så hvis folk vil påvirke lovgivningen, skal de forholde sig til forslagene, mens de debatteres i EU. Det er en kendt sag, at EU-stof generelt underprioriteres på de større medier – derfor spiller vi en vigtig demokratisk og folkeoplysende rolle.

Men NOTATs økonomi er således, at vi ikke af driften kan lønne en redaktør og derfor slet ikke en hel redaktion. Vi har derfor forsøgt i perioder at have en redaktion ansat og så skaffe indtægter ved at de i forbindelse med temaet kunne fakturere ydelser til f.eks. undervisningsbrug, som kunne finansieres af andre.

Men i forhold til støtteordningen vil sådanne redaktionelle indtægter skulle fratrækkes de redaktionelle lønninger, inden vi vil kunne få en støtte på 35 procent af resten. Og så er vi jo lige vidt. For vi kan ikke selv skaffe de resterende 65 procent, hvis vi ikke f.eks. må gøre det ved hjælp af salg af deres ydelser.

Vi har ingen garanti for, at vi kan skaffe aftaler om salg af redaktionelle ydelser, men det vil være en vigtig mulighed for at kunne finansiere de 65 procent. Forudsætningen for at redaktionen tidsmæssigt vil kunne levere sådanne ydelser er selvfølgelig, at det er noget, der har sammenhæng med de temaer, de i forvejen har gravet i.

NOTAT står i et vadeded. På den ene side mener vi, det er vigtigt at bidrage til den politiske debat med en europæisk vinkel, som ikke umiddelbart dækkes af andre. Og vi kan se, at indholdet i magasinet også kan bearbejdes til undervisningsmateriale og kan fungere som oplæg til aktuelle debattmøder.

På den anden side står vi samtidig med en driftsøkonomi, der ikke hænger sammen og kun lykkes ved hjælp af meget frivillig arbejdskraft og ekstraordinære indtægter fra tue til tue.

Med en fast redaktion ville vi kunne planlægge længere frem. Og det vil kunne lade sig gøre, hvis redaktionen havde mulighed for, at sælge redaktionelle ydelser, uden at de blev modregnet i opgørelsen af den redaktionelle løn.

Ud over dette ønske vil vi opfordre til, at Innovationspuljen blev fordelt mere bredt frem for med få meget store beløb. Mindre projekter kan også innovere en hel branche. Vi vil opfordre til, at der prioriteres til projekter med stort personligt engagement og hvor der leveres meget i

forhold til støttens størrelse.

Med venlig hilsen
Finn Ellegaard
Magasinet NOTAT
finn@notat.dk