

Demokratistøtte

Fremtidens offentlige
mediestøtte



Demokratistøtte
Fremtidens offentlige mediestøtte

Rapport fra Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte

Udgivet i 2011 af
Styrelsen for Bibliotek og Medier
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Tel.: +45 33 73 33 73
post@bibliotekogmedier.dk
www.bibliotekogmedier.dk

Layout: Stæhr Grafisk

Elektronisk ISBN 978-87-92681-32-4

Publikationen kan hentes på
www.bibliotekogmedier.dk

Indhold

1. Sammenfatning	5
2. Introduktion	10
2.1 Baggrund for rapporten	10
2.2 Udvalgets sammensætning	11
2.3 Udvalgets opgave	11
2.4 Forudsætningerne for udvalgsarbejdet	11
2.5 Processen	12
2.6 Rapporten	13
3. Centrale parametre	14
3.1 Forbrugeradfærden	14
3.1.1 De trykte medier	14
3.1.2 De elektroniske medier	14
3.1.3 De digitale medier	16
3.2 Markedet	17
3.3 Teknologien	19
3.4 Internationaliseringen	19
4. Status quo	21
4.1 Introduktion	21
4.2 Radio og tv	22
4.3 Trykte medier – dagblade og dagbladslignende publikationer	27
4.4 Ideelle blade	23
4.5 IP-baserede medier (onlinemedier)	23
4.6 Konsekvensvurdering	24
4.6.1 Konsekvenser for udviklingen	24
4.6.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser	24
4.6.3 Økonomiske konsekvenser - fordele og ulemper for de enkelte medieaktører	25
5. Formålet med fremtidens mediestøtte	26
6. Modeldiskussioner	27
6.1 Modeldiskussion: Type af støtte	28
6.1.1 Public service – foreslås uændret	28
6.1.2 FM4: Radio24syv – bundne midler indtil 2019	30
6.1.3 Individuel projektstøtte til journalistik – fravælges	30
6.1.4 Public Service-Puljen – kun ændring i forhold til platformneutral model	30
6.1.5 Lokalradio- og -tv-puljen – afventer et nyt udvalgsarbejde	31
6.1.6 Særlige indsatspuljer – fravælges	31
6.1.7 Sikring af alle borgeres mediebehov – i fokus	31
6.1.8 Børn og unge – støtte via innovationspuljen	32
6.1.9 Magasinpressen – støtte, hvis de nye kriterier opfyldes	32
6.1.10 Lokale ugeaviser – støtte, hvis de nye kriterier opfyldes	33
6.1.11 Nyhedsbureauer – ikke støtteberettigede	33
6.1.12 Støtte til større infrastrukturomlægninger – henvist til politisk aftale	34
6.1.13 Tidsskriftsstøtte til kunst og kultur – ingen ændring	34
6.1.14 Tilrådighedsstillelse af DR's indhold – ingen ændring	34

6.2 Modeldiskussion: Støtteordninger	35
6.2.1 Redaktionel produktionsstøtteordning	35
6.2.2 Supplementsordning	36
6.2.3 Etableringsstøtte	38
6.2.4. Udviklings- og omstillingsstøtte	38
6.2.5. Saneringsstøtte	38
6.3 Modeldiskussion: Konkret indretning	39
6.3.1 Risikovillighed	39
6.3.2 Adgangsbetingelser	39
6.3.2.1 Indholdskriterier og uafhængighed	39
6.3.2.2 Kritisk redaktionel masse – pluralisme versus økonomisk tyngde	42
6.3.2.3 Medieansvarsloven	43
6.3.3 Udmålingsgrundlag for produktionsstøtte	44
6.3.4 Titel- eller udgiverbaseret støtte	46
6.3.5 Støtteloft	46
7. Platformspecifik mediestøttemodel	49
7.1 Introduktion	50
7.2 Radio og tv	50
7.3 Trykte medier	51
7.3.1 Redaktionel produktionsstøtte: dagblade og dagbladslignende publikationer	51
7.3.2 Etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte	53
7.3.3 Ideelle blade	57
7.4 Støtte til IP-baserede medier (onlinemedier)	58
7.4.1 Redaktionel produktionsstøtte: IP-baserede medier	58
7.4.2 Supplementsordning for kommercielle IP-baserede medier	59
Adgangskriterier	59
7.4.3 Etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte: IP-baserede medier	59
7.5 Konsekvensvurdering	60
7.5.1 Konsekvenserne for udviklingen	60
7.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser	60
7.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører	51
8. Delvist platformneutral mediestøttemodel	63
8.1 Introduktion	63
8.2 Radio og tv – platformspecifik støtte	63
8.3 Ideelle blade – platformspecifik støtte til visse trykte medier	64
8.4 Platformneutrale støtteordninger	64
8.4.1 Redaktionel produktionsstøtte	64
8.4.2 Innovationspuljen	65
8.5 Konsekvensvurdering	66
8.5.1 Konsekvenserne for udviklingen	66
8.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser	67
8.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører	67
9. Platformneutral mediestøttemodel	70
9.1 Introduktion	70
9.2 Public service-medier	70
9.3 Redaktionel produktionsstøtte	71
9.3.2 Geografisk differentiering	72
9.3.3 Produktionsstøtte til kommercielle medier	72
9.3.4 Produktionsstøtte til ikke-kommercielle medier	72

9.4 Innovationspuljen	73
9.4.1 Etableringsstøtte	73
9.4.2 Udviklings- og omstillingsstøtte	73
9.4.3 Saneringsstøtte	74
9.5 Konsekvensvurdering	74
9.5.1 Konsekvenserne for udviklingen	74
9.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser af modellen	74
9.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører	75
10. 0-moms	76
11. Finansiering og allokering	80
11.1 Platformspecifik model	81
11.2 Delvist platformneutral model	81
11.3 Platformneutral model	82
12. Tidsmæssig ramme for implementering af ændringer i mediestøtten	83
13. Administration og tilsyn	84
Bilag 1: Kommissorium for Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte	87
Bilag 2: Den økonomiske ramme for mediestøtten og andre medierelaterede formål	89
Bilag 3a: Instruks vedr. indberetning af redaktionelle omkostninger	92
Bilag 3b: Instruks vedr. indberetning af redaktionelle årsværk	93
Bilag 4a :Konsekvensudregninger for hovedordningen – med ejerskabskriterium	96
Bilag 4b: Konsekvensudregninger for hovedordningen – uden ejerskabskriterium	105
1. Indledning	115
2. Vækstforums forslag	116
3. Bladenes fastprissystem	116
4. Konkurrencemyndighedernes afgørelser	117
5. Prisivirkning	119
6. Konsekvenser for antallet af udsalgssteder	120
7. Konsekvenser for detailhandelen	121
8. Konsekvenser for mangfoldigheden af titler	122
9. Konsekvenser for demokrati og kulturelle hensyn	123
10. Miljøvirkning	124
11. En relateret problemstilling – Post Danmarks prisændringer	124
12. Sammenfatning	125
Bilag 6: Oversigt over oplægsholdere	127
Bilag 7: Høringen om den fremtidige offentlige mediestøtte	128
Bilag 8: Oversigt over undersøgelser anvendt i udvalgsarbejdet	131
Bilag 9: Oversigt over mediestøttemodellerne	132

Demokratistøtte

Formålet med den offentlige mediestøtte i Danmark er at understøtte mediernes demokratiske, kritiske og uafhængige funktion under hensyntagen til ytrings- og informationsfriheden.

Mediestøtten er demokratistøtte, og den har bred politisk tilslutning. Men den globale medieudvikling er i hastig forandring. Internettet skaber nye vilkår. Borgerne ændrer deres medievaner, nye markeder opstår og presser de etablerede. I Danmark betyder det bl.a., at de traditionelle trykte dagblade mister abonnenter og annoncekroner. Fortsætter tendensen med, at abonnenterne på dagbladene bliver ældre og færre, er perspektivet ret så negativt. Det er især et problem, fordi dagbladene står for leveringen af 71 % af de originale nyheder, vores omverdensforståelse er afhængig af.

Hvad skal vi stille op i den situation? I Danmark bruger vi et betydeligt milliardbeløb til mediestøtte, men bruger vi pengene rigtigt? Det spørgsmål har været diskuteret i årevis. Især har der været peget på, at den eksisterende mediestøtte til den trykte presse er en støtte til distribution af tryksager. I en tid, hvor digital distribution er en oplagt mulighed, og hvor især mange unge søger nye informationsveje, må vi overveje, om distributionsstøtte er en barriere for udvikling af nye distributions- og produktionsformer.

Da mediestøtte er demokratistøtte, er opgaven at sikre, at vi får mest muligt demokrati for pengene. For at sikre dette nedsatte kulturministeren i slutningen af 2010 et udvalg med mig som formand med den opgave at fremlægge forskellige modeller for mediestøtte. Modellerne skal kunne danne grundlag for en politisk beslutning om justering af støtten.

Udvalget fremlægger hermed sin rapport. Rapporten beskriver de største udfordringer og analyserer konsekvenserne af at bevare den nuværende mediestøtte uændret. Dernæst fremlægger den tre modeller for mediestøtte: én, der fordeler støtte til de platforme, vi kender i dag, én, der fordeler uafhængigt af platform, og én, der kombinerer de to modeller, den delvist platformneutrale model. Alle tre modeller vil kunne fungere og vil hver for sig kunne medvirke til at sikre et alsidigt medieudbud af høj kvalitet. Men modellerne vil have meget forskellige og ikke lige heldige konsekvenser.

Selvom der er forskellige interesser repræsenteret i udvalget, så er der bred opbakning til omlægning af distributionsstøtte til en produktionsbaseret støtte, ligesom der er opbakning til forslaget om at etablere støtte til IP-baserede medier. Udvalgets drøftelser peger også klart på, at den delvist platformneutrale støttemodel er den, udvalget finder bedst sikrer både de eksisterende medier og udvikling af nye medier.

Jeg ønsker god læselyst og håber, at rapporten giver anledning til relevante ændringer i mediestøtten til gavn for mediernes demokratiske samfundsmæssige funktion.

Henning Dyremose

1. Sammenfatning

I perioden 1. januar til 1. oktober 2011 har Mediestøtteudvalget, bestående af en række brancherepræsentanter og to medieforskere under ledelse af formand Henning Dyremose, arbejdet på modeller for fremtidens mediestøtte.

Resultatet af udvalgets arbejde foreligger nu i form af denne rapport.

Rapporten indleder med i kapitel 3 at konstatere, at de centrale parametre, der ifølge udvalget særligt bør indgå i overvejelserne om justering af mediestøtten, er den teknologiske, forbrugermæssige og markeds-mæssige udvikling samt den øgede internationalisering. Rapporten gennemgår udviklingen inden for disse parametre og peger særligt på:

Hvordan unge mediebrugere i stigende grad benytter sig af IP-baserede medier, medens de ældre mediebrugere – ud over radio og tv – fortsat i høj grad benytter trykte medier
Hvordan søgemaskiner og sociale medier dominerer danskernes brug af nettet
Hvordan der trods vækst i brug af smartphones og tablets endnu ikke er opstået rentable betalingsmodeller for nyheder via IP-medier
Hvordan oplag og læsertal er for nedadgående for de fleste trykte mediers vedkommende (visse nichemedier undtaget)
Hvordan annoncemarkedet er under massivt pres, særligt fra udenlandske aktører.

Herefter gennemgås i kapitel 4 konsekvenserne af at bevare de nuværende støtteordninger uændret. Grundlæggende konstaterer udvalget, at en række medier ikke er omfattet af støtteordningerne i dag, f.eks. IP-baserede medier og visse fagblade, på trods af at de qua deres indhold og funktion for brugerne kan siges at spille en central rolle i et oplyst folkestyre. De nuværende ordninger er herudover platformspecifikke, hvorfor tendenser i retning af øget konvergens, mediernes udbud af indhold på flere platforme m.v. ikke tilgodeses af støtten, som den er indrettet nu.

Udvalget har i kapitel 5 som et centralt element i rapporten søgt at beskrive, hvad formålet med fremtidens mediestøtte ifølge udvalget bør være. Udvalget peger særligt på, at den offentlige mediestøtte skal bidrage til:

at fremme samfundsmæssig og kulturel oplysning,
at styrke demokratisk debat i samfundet og
at sikre alsidighed og mangfoldighed i det danske mediebillede.

I et lille sprogområde og demokrati som det danske, som er præget af mærkbare internationaliseringstendenser, er stærke medier, der styrker det danske demokrati og samfund gennem uafhængig produktion og formidling af nyheder og anden information, der kan understøtte borgernes mulighed for at søge oplysning og deltage aktivt i samfundsforhold og være forum for offentlig debat, stadig mere væsentlige. Mangfoldighed i medietitler og alsidighed i indholdet skal understøttes for at fremme den bredest mulige deltagelse i demokratiets udvikling via udbredelse til borgere på tværs af sociale, aldersmæssige, kulturelle, økonomiske og geografiske skel.

Udvalget peger på, at mediestøtte således primært bør betragtes som demokrati-støtte.

Som optakt til beskrivelsen af tre mulige modeller for fremtidens mediestøtte redegør rapporten i kapitel 6 for en række overvejelser om mere grundlæggende forhold, der har været vurderet i forbindelse med modelarbejdet. Udvalget har således særligt vurderet:

at finansieringen af public service for nærværende holdes adskilt fra mediestøtten,¹
at støtten fremover primært bør gives som støtte til produktion af egenproduceret redaktionelt indhold frem for til distribution,
at mediestøtten bør medvirke til at sikre alle borgeres adgang til nyheder og oplysning via en flerhed af kanaler,
at indholdet skal være af relevans for borgere, der skal agere i det danske demokrati, men godt kan være på andre sprog,
at der bør stilles krav til mediets andel af redaktionelt indhold – heraf egenproduceret,
at der ændres på kravene til bredden i indholdet af hensyn til nichemedierne,
at der fortsat bør være en supplementsordning,
at individuel projektstøtte til journalistik fravælges til fordel for støtte til redaktionelle miljøer af en vis størrelse for at understøtte armslængdeprincippet og den redaktionelle frihed,
at særlige indsatspuljer fravælges, idet børn og unge som indsatsområde dog integreres i de generelle projektstøtteordninger,
at projektstøtte gives i form af innovationspuljer med mulighed for at søge støtte til etablering, udvikling og omstilling samt saneringsstøtte, og
at der opereres med lofter over støttebeløbene på såvel titel- som udgiverniveau i forhold til støttens fordeling.

Udvalget har opstillet mulige adgangskriterier for at kunne søge støtte henholdsvis udmålingskriterier, der benyttes til at beregne fordelingen af støtten.

De centrale adgangsbetingelser er:

krav om en kritisk redaktionel masse,
krav til mediets indhold, for så vidt angår det redaktionelle stof, som emnemæssigt primært skal vedrøre politik og samfund, eventuelt ved behandling af et eller flere emner såsom kultur, sundhed, erhverv eller naturvidenskab primært ud fra et politisk og samfundsmæssigt perspektiv,
at mediet skal have en vis bredde i målgruppen, samt krav til, at mediet har 50 % redaktionelt stof – heraf en tredjedel egenproduceret redaktionelt stof.
Hertil kommer, at mediet skal være uafhængigt af politiske partier og offentlige institutioner.

De centrale udmålingskriterier er:

Redaktionel indsats i henhold til en af udvalget udarbejdet instruks,
kombineret med et titelloft på 20 mio. kr.,
et udgiverloft på 20 % af puljen,
en maksimal dækningsgrad af redaktionelle omkostninger på 35 % heraf og
et loft på 110 % af den distributionsstøtte, udgiver evt. får i dag.

Kriterierne og vurderingerne beskrevet i kapitel 6 går igen i alle udvalgets tre modeller.

I kapitel 7-9 beskrives tre mulige modeller for mediestøtten:

en platformspecifik model,
en delvist platformneutral model og
en platformneutral model.

Den platformspecifikke model, der gennemgås i kapitel 7, er karakteriseret ved, at hér bevares adskilte puljer og støtteordninger for de forskellige platforme: radio/tv, trykte medier og IP-medier. Modellen opererer med en tilpasning af den nuværende platformspecifikke mediestøtte, således at IP-medier inkluderes – men med særskilte puljer.

¹ Med undtagelse af Public Service-Puljen i en helt platformneutral model.

Rapporten konkluderer, at en platformspecifik model vurderes fortsat at kunne sikre produktion af medieindhold af høj kvalitet til danskerne, men at der samtidig i platformafhængigheden ligger nogle begrænsninger – særligt i forhold til medieudvikling på tværs af platforme og i forhold til fremtidssikring, fordi de nuværende platforme ikke nødvendigvis er fremtidens platforme.

Den delvist platformneutrale model gennemgås i kapitel 8 og er karakteriseret ved, at man her kombinerer brugen af platformspecifikke og platformneutrale puljer og ordninger. Radio og tv samt ideelle blade forudsættes således at fortsætte med at modtage støtte fra platformspecifikke ordninger, medens trykte medier og IP-baserede medier skal modtage støtte fra en platformneutral ordning og en samlet pulje.

Rapporten konkluderer, at den delvist platformneutrale model tager højde for aktuelle hensyn til at sikre formålet med støtten, samtidig med at modellen fleksibelt understøtter mulige nye udviklinger i mediebranchen – herunder udvikling som følge af ændrede forbrugsmønstre hos danskerne.

En platformneutral model beskrives i rapportens kapitel 9 og karakteriseres ved, at alle medietyper støttes via de samme ordninger og puljer. Eneste undtagelse herfra er public service-institutionerne. Der etableres to ordninger for produktionsstøtte: en for kommercielle medier og en for ikke-kommercielle medier. Både radio/tv, trykte medier og IP-baserede medier kan således modtage støtte fra ordningerne. Projektstøtte via innovationspuljerne er imidlertid alene målrettet de kommercielle medier.

Rapporten konkluderer, at en platformneutral model nok kan understøtte medieudviklingen fremover, men at der er risiko for, at støtten spredes for meget og dermed ikke i tilstrækkelig grad vil understøtte bæredygtige medier, ligesom det forekommer vanskeligt at opstille ensartede kriterier, der gælder på tværs af alle platforme.

Nedenfor findes en overordnet skematisk oversigt over modellerne. En mere detaljeret oversigt findes i bilag 9.

Oversigt over forskelle og ligheder i de tre modeller

		Platformspecifik	Delvist platformneutral	Platformneutral
Fælles	Public service	DR, TV 2 Regionerne og Radio24syv fortsætter uændret.		
	0-moms	Uændret, men forslag til yderligere undersøgelser		
	Finansiering	Finansiering er sket inden for den økonomiske ramme, og der er ikke forudsat tilførsel af flere midler		
Støtte til produktion af redaktionelt indhold		Separate puljer til de trykte medier og de IP-baserede medier	Fællespulje til støtte af de trykte og de IP-baserede medier.	Fællespulje af støttemidler til alle medietyper, der opfylder kriterierne
Supplementspulje	Dagblade	Pulje til distribution af mindre, særligt støtteværdige nationale dagblade	Pulje til distribution af mindre, særligt støtteværdige nationale dagblade	Ingen
	IP-medier	Pulje til støtteværdige IP-baserede medier, der ikke har en direkte eller indirekte støttet trykt publikation	Pulje til støtteværdige IP-baserede medier, der ikke har en direkte eller indirekte støttet trykt publikation	
	Særligt berørte medier	Mindre dagbladslignende publikationer, der opnår en mindre støtte, end deres andel af redaktionelle udgifter berettiger til	Mindre dagbladslignende publikationer, der opnår en mindre støtte, end deres andel af redaktionelle udgifter berettiger til	
		Små, lokalt forankrede dagblade, der opnår mindre støtte	Små, lokalt forankrede dagblade, der opnår mindre støtte	
		Eventuelt overskydende midler overføres til innovationspuljen	Eventuelt overskydende midler overføres til innovationspuljen	
Innovationspuljerne: Etablering, udvikling, omstilling og sanering		Medienævn oprettes med separate puljer til de trykte medier og de IP-baserede medier	Medienævn oprettes med fællespulje til støtte af de trykte og de IP-baserede medier.	Medienævn oprettes med fællespulje af støttemidler til alle medietyper, der opfylder kriterierne
Public Service-Puljen		Uændret	Uændret	Platformuafhængig (midlerne overgår til innovationspuljerne)
Distribution af ideelle blade		Uændret	Uændret	Platformuafhængig (midlerne overgår til ikke-kommerciel produktionsstøtte)

Mediestøtteudvalget har særskilt forholdt sig til 0-moms-ordningen i kapitel 10. Den nuværende ordning omfatter alene dagbladene, og værdien heraf reduceres over tid i takt med faldende oplag. Udvalget har drøftet, at man muligvis kunne overveje at fjerne ordningen på sigt efter en gradvis indfasning af en tilsvarende øget lønsumsafgift, men effekterne heraf er dog vanskelige at forudse, hvorfor udvalget har valgt ikke at kalkulere med ændringer i 0-momsen.

I forlængelse af overvejelserne om den indirekte støtte i form af 0-momsen behandler rapporten i kapitel 11 finansieringen af modellerne. Modellerne er jf. kommissoriet finansierede inden for den nuværende økonomiske ramme for mediestøtten. Udvalget lægger ikke op til at flytte midler fra public service til mediestøtte til andre medier. Det foreslås, at bevillingerne til det nuværende Dagbladsnævn forhøjes igen til det hidtidige niveau. Modellernes gennemførelse afhænger imidlertid ikke heraf. Kapitlet ridser op, hvordan mediestøtten i de tre modeller allokeres mellem de enkelte puljer.

Kapitel 12 indeholder afslutningsvis udvalgets overvejelser om den tidsmæssige ramme for implementering af ændringer i mediestøtten. Der skal vedtages nyt lovgrundlag, og dette skal notificeres ved Europa-Kommissionen. Der skal også tages hensyn til de nuværende støttemodtageres mulighed for at omstille sig henholdsvis de nye støttemodtageres interesse i at blive omfattet hurtigst muligt. I den forbindelse peger udvalget på en mulig faseinddelt ikrafttræden, således at projektstøtten via innovationspuljerne træder i kraft først, imedens omlægningen af distributionsstøtten til produktionsstøtte sker tidsmæssigt senere.

Rapporten afsluttes i kapitel 13 med overvejelser om administration og tilsyn med mediestøtteordningerne. Udvalget peger på, at et medienævn med relevante juridiske, økonomiske og mediefaglige kompetencer bistået af et sekretariat kan administrere ordningerne.

Udvalget har lagt vægt på, at en ny mediestøtteordning ikke skal medføre øget administration – hverken for myndighederne eller for støttemodtagerne. Tilsynet foreslås således baseret på dokumentation fra tilskudsmodtagerne, hvor modtagerne via revisorpåtegning godtgør reglernes overholdelse.

Som bilag 5 til rapporten indgår udvalgets analyse af Vækstforums forslag om at ophæve undtagelsen i konkurrenceloven om faste priser på aviser og blade.

Analysen redegør for den nuværende ordning med faste priser og det tilhørende distributions- og retursystem i branchen for aviser og blade. Myndighedernes hidtidige vurdering af de positive effekter af fastprisordningen danner afsæt for en gennemgang af de konsekvenser, udvalget vurderer ophævelsen af de faste priser vil kunne have på en række parametre: pris, antal udsalgssteder, detailhandlen, titelmangfoldighed, miljø og samfundsmæssige, demokratiske hensyn. Analysen konkluderer, at det må forventes at have en negativ effekt på alle parametre at indføre frie priser på markedet for aviser og blade. Det anbefales derfor, at ordningen med faste priser fastholdes.

2. Introduktion

Det danske mediemarked gennemgår i disse år massive forandringer. Teknologisk er nye medier kommet til, og indholdet spredes i højere og højere grad ud på flere platforme frem for kun at blive produceret til enten de trykte, de elektroniske eller de digitale medier. Der er sket ændringer i brugeradfærden, især i forhold til den yngre generation, og der er opstået en skærpet national og international konkurrence, hvilket blandt andet har medført øgede koncentrationstendenser.

Nærværende rapport, der er udarbejdet af *Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte* (herefter Mediestøtteudvalget), giver på baggrund af disse tendenser et bud på tre modeller for den fremtidige mediestøtte, som forventes i forskellig grad at kunne fremme en nødvendig udvikling, fornyelse og rationalisering i branchen.

Modellerne er hver især sammenhængende modeller, suppleret med en række diskussionspunkter vedrørende til- eller fravalg, der kan kombineres med modellerne.

Mediestøtte har såvel en markedsregulerende som en markedskompenserende funktion. Udvalget har set det som sin væsentligste opgave at præsentere støttemodeller, der også under de nye markedsvilkår kan understøtte mediernes rolle som en demokratisk institution i samfundet, der sikrer borgerne væsentlig information, oplysning og kulturel spredning og styrker den demokratiske debat.

Udvalget har valgt at fokusere på, hvordan den statslige mediestøtte kan bidrage til udvikling og fornyelse i branchen uden at give køb på alsidigheden og mangfoldigheden. Samtidig har fokus været på borgerne, der i et demokratiperspektiv er det primære mål for mediestøtten. I den forbindelse har det været vigtigt for udvalget at arbejde med støttemodeller, der så vidt muligt kan sikre alle borgere – herunder også unge – rimelig adgang til at få opfyldt behov for information og oplysning.

Den nuværende støtte er rettet mod forskellige enkelttiltag og bestemte distributionsformer frem for at være en direkte støtte til produktion af egenproduceret originalt medieindhold. Ved at støtte produktionen frem for distributionsformen kan man i højere grad understøtte, at branchen også på lang sigt er økonomisk rentabel, at den er konkurrencedygtig også i forhold til de internationale aktører, der spiller en større og større rolle på det danske marked, og at branchen er til stede på de platforme, som borgerne primært benytter, og dermed når ud til flest mulige danskere. Rapportens tre modeller har alle støtte til produktion af originalt medieindhold som det væsentligste element.

Det vil sige en fremtidig mediestøtte, som medvirker til at øge danskernes muligheder for at holde sig informeret om lokale, nationale og internationale hændelser, hvad enten det sker via trykte medier, radio, tv, pc, mobiltelefon, tablet eller andre former for medier.

2.1 Baggrund for rapporten

Mediestøtteudvalgets rapport bygger videre på *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*, som blev offentliggjort den 1. oktober 2009, samt udredningens midtvejsrapport fra september 2008, der kortlagde den eksisterende mediestøtte. Udredningen, som blev udarbejdet af Rambøll Management Consulting, skitserede tre overordnede scenarier. Baselinescenariet, hvor mediestøtten videreføres uforandret, sanerings-scenariet, hvor der foretages justeringer af de nuværende mediestøtteordninger, og meriterings-scenariet, hvor alle nuværende støtteeordninger omlægges til en platformneutral helhedsløsning. Udredningens scenarier og forslag havde imidlertid ikke en karakter, så de umiddelbart kunne omsættes til politisk handling. Derfor nedsatte kulturministeren i efteråret 2010 *Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte*. Udvalget har været nedsat i perioden 1. januar til 1. oktober 2011, og arbejdet har udmøntet sig i denne rapport.

2.2 Udvalgets sammensætning

Udvalget består af en formand, to forskere og otte repræsentanter for de trykte, elektroniske og digitale medier:

- Henning Dyremose, formand
- Mogens Blicher Bjerregård, Dansk Journalistforbund
- Ebbe Dal, Danske Dagblades Forening
- Christian Kierkegaard, Danske Specialmedier
- Marianne Bugge Zederkof, Radioerne
- Morten Helveg Petersen, Foreningen af Danske Interaktive Medier
- Holger Rosendal, Digitale Publicister
- Maria Rørbye Rønn, DR, til februar 2011 – herefter Martin Præstegaard, DR
- Vagn Petersen, de regionale TV 2-virksomheder
- Ida Willig, lektor, ph.d.
- Johann Roppen, professor, dr.polit.

Udvalget er blevet sekretariatsbetjent af Kulturministeriet ved Styrelsen for Bibliotek og Medier.

DR og TV 2 Regionerne noterer sig, at DR og TV 2 Regionernes styreform og finansiering ikke berøres af de i rapporten beskrevne modeller. I forlængelse heraf har DR og TV 2 Regionerne ikke en holdning til de i rapporten beskrevne modeller og vurderinger heraf. Dette er et politisk spørgsmål og vedrører ikke DR og TV 2 Regionerne.

2.3 Udvalgets opgave

Udvalgets opgave har været at udarbejde et grundlag for regeringens stillingtagen til den offentlige mediestøtte. Herunder at afdække, hvilke centrale parametre, såsom teknologi-udviklingen, forbrugeradfærden og internationaliseringen, der bør indgå i overvejselsen om en eventuel justering af mediestøtten, og med udgangspunkt i parametrene at undersøge mulige modeller for en fremtidig mediestøtte. Udvalget har i sine overvejselser skullet inddrage et spektrum af modeller gående fra platformspecifikke til platformneutrale støttekoncepter samt varianter herimellem. Udvalget har desuden haft til opgave at forholde sig til konsekvenserne af at bevare status quo. I undersøgelserne har skullet indgå analyser af modellernes fordele og ulemper for de forskellige parter, mens udvalget ikke har skullet komme med indstillinger.

2.4 Forudsætningerne for udvalgsarbejdet

Ifølge kommissoriet har udvalget skullet lægge følgende forudsætninger til grund for udvalgsarbejdet:

1. Mediestedtten skal kunne bidrage til at sikre et mangfoldigt, alsidigt udbud af høj kvalitet til alle borgere i Danmark af formidling af viden og kultur samt væsentlig samfundsinformation og debat af betydning for et demokratisk samfund.
2. Udvalgets forslag skal holdes inden for den eksisterende ramme for mediestedtten.
3. Vurderinger og forslag vedrørende den indirekte støtte i form af 0-moms skal have fuld opmærksomhed på EU-mæssige bindinger.
4. DR skal også i fremtiden være en stor licensfinansieret public service-virksomhed.
5. Det skal lægges til grund, at undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, ophæves.
6. Udvalgets analyser og modeller skal udarbejdes under hensyn til EU's regler om statsstøtte.

7. I sit arbejde kan udvalget indhente ekstern ekspertbistand – herunder fra andre relevante lande – hvis det skønnes nødvendigt for at gennemføre opdraget.
8. Udvalget kan nedsætte underudvalg.
9. Udvalget skal afholde en offentlig høring om emnerne, så brugerinteressernes synspunkter kan indgå i overvejelserne.
10. Udvalget skal afgive sin rapport til kulturministeren senest 1. oktober 2011.

For så vidt angår punkt fem, blev det ved kommissoriets tilblivelse forudsat, at Vækstforums forslag om at ophæve den undtagelse fra konkurrencereglerne, der giver bladudgivere mulighed for bindende videresalgspriser på aviser, ugeblade og magasiner, ville blive vedtaget. Af aftalen om Konkurrencepakken mellem regeringen, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Kristendemokraterne, indgået i april 2011, fremgår det imidlertid, at: "Mulighederne for at ophæve undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, undersøges. Undersøgelsen skal ses i sammenhæng med Mediestøtteudvalgets arbejde, der afsluttes senest 1. oktober 2011." Udvalget har stået for undersøgelsen, der baserer sig på oplysninger fra en række centrale interessenter, som bl.a. er fremkommet med synspunkter og oplysninger om emnet i forbindelse med den skriftlige og mundtlige høring. Undersøgelsen udgør bilag 5 i rapporten.

2.5 Processen

Udvalget, som blev nedsat i januar 2011, har afholdt i alt tolv møder. To møder har været afholdt som workshoper, hvor eksterne oplægsholdere har fremlagt nyligt gennemførte undersøgelser af blandt andet markeds- og teknologiudviklingen, forbrugeradfærden, børn og unges medieforbrug, den internationale udvikling samt statsstøtteordningerne i Danmark og udlandet, jf. bilag 6.

Kammeradvokaten har informeret udvalget om EU's statsstøtteregler af relevans for medieområdet. Derudover har kammeradvokaten deltaget på flere af udvalgs møderne samt gennemlæst notater og udkast til den færdige rapport for herved at sikre, at modellerne tager højde for EU-retten. I forbindelse med efterfølgende notifikation af en eventuel ordning vil Europa-Kommissionen vurdere, om ordningerne konkret er i overensstemmelse med EU-retten. Afgørelsen heraf kan ikke fuldt ud forudsiges.

Udvalget har derudover ikke anvendt ekstern ekspertbistand i forbindelse med udarbejdelsen af rapporten. *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte* har allerede kortlagt den danske mediestøtte og udviklingstendenserne. En opdatering af de allerede eksisterende data har kunnet tilvejebringes via udvalgets medlemmer og workshoper med eksterne eksperter som beskrevet. Dertil kommer, at udvalgsarbejdet kun har strakt sig over ni måneder, hvilket er relativt kort tid til at tilvejebringe nye ekspertundersøgelser.

I forløbet har der været nedsat et underudvalg, som har beskæftiget sig specifikt med mulige støttekriterier, herunder adgangskriterier og udmålingskriterier. Underudvalget har forelagt sine forslag for de øvrige udvalgsmedlemmer, og forslagene er integreret i udvalgets samlede arbejde.

Der har i udvalget været bred enighed om en udpræget grad af åbenhed over for offentligheden omkring udvalgsarbejdet. Udvalgets mødemateriale er således løbende blevet lagt på udvalgets hjemmeside, og der har været mulighed for at komme med indlæg og kommentarer på hjemmesiden, ligesom man har valgt at afholde både en skriftlig og en mundtlig høring, jf. bilag 7, så alle interesserede har haft mulighed for at komme til orde. Dog er de konkrete bud på modeller ikke blevet offentliggjort før afleveringen af rapporten.

2.6 Rapporten

Rapporten, som ifølge kommissoriet skal danne grundlag for regeringens stillingtagen til den fremtidige offentlige mediestøtte, indeholder ikke omfattende kortlægninger og analyser af den nuværende støtte eller mere overordnede bud på fremtidige støttekoncepter. Dette arbejde er gjort i *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*.

Derimod indeholder rapporten helt konkrete bud på modeller, som der i udvalget er bred enighed om er umiddelbart implementerbare med de dertil forventede nævnte konsekvenser for hver enkelt model. Modellerne suppleres af en række diskussionspunkter vedrørende til- og fravalg, der kan kombineres med modellerne. Rapporten fremstår derfor som en form for manual for udarbejdelse af forslag til lovgivning frem for en mere sammenhængende beskrivelse af forholdene.

Rapporten er struktureret således, at der indledningsvist redegøres for de centrale parametre, som udvalget har vurderet bør indgå i overvejelserne om en eventuel justering af mediestøtten, herunder forbrugeradfærden, det ændrede mediemarked, teknologien og internationaliseringen. Redegørelsen fremgår af kapitel 3. Herefter beskrives i kapitel 4 konsekvenserne af at bevare status quo, i kapitel 5 redegøres for formålet med den fremtidige mediestøtte, som er uafhængigt af den valgte støttemodel, og i kapitel 6 gennemgås de drøftelser, som udvalget har haft i forbindelse med udarbejdelsen af modellerne. Kapitlerne 7-9 gennemgår de tre modeller for fremtidig offentlig mediestøtte, som udvalget er nået frem til. Udvalget har valgt at præsentere en platformspecifik model, en delvist platformneutral model og en platformneutral model. Under hver model beskrives de enkelte forslag til støtteordninger, de konkrete støttekriterier samt modellernes fordele og ulemper for de forskellige parter. Efter modelgennemgangen behandles i kapitel 10 den indirekte støtte i form af 0-momsen. I kapitel 11 er vist en oversigt over finansieringen og allokeringen af støttemidlerne, i kapitel 12 skitseres en plan for implementeringen, og kapitel 13 indeholder bud på, hvordan administrationen og tilsynet med støtten kan foregå. Vedlagt rapporten er en række bilag.

Bilagene er:

- Bilag 1: Kommissorium for Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte
- Bilag 2: Den økonomiske ramme for udvalgets forslag
- Bilag 3a: Instruks vedrørende indberetning af redaktionelle omkostninger
- Bilag 3b: Instruks vedrørende indberetning af redaktionelle årsværk
- Bilag 4a: Konsekvensudregninger for produktionsstøtten – med ejerskabskriterium
- Bilag 4b: Konsekvensberegninger for produktionsstøtten – uden ejerskabskriterium
- Bilag 5: Undersøgelse af Vækstforums forslag om ophævelse af undtagelsen for aviser, ugeblade og magasiner fra konkurrencelovens regler om bindende videresalgspriser
- Bilag 6: Oversigt over oplægsholdere
- Bilag 7: Oversigt over hørings svar
- Bilag 8: Oversigt over undersøgelser anvendt i udvalgsarbejdet
- Bilag 9: Oversigt over mediestøttemodellerne.

3. Centrale parametre

Af kommissoriet fremgår det, at udvalget skal afdække, hvilke centrale parametre der bør indgå i overvejselsen om en eventuel justering af mediestøtten.

Udvalget har fundet, at især forbrugeradfærden, markedet, teknologien og internationaliseringen har stor betydning for, hvorledes den fremtidige offentlige mediestøtte bør udformes.

I dette kapitel gennemgås udviklingstendenserne inden for disse parametre enkeltvis.

3.1 Forbrugeradfærden

Overordnet er tv fortsat det medie, som danskerne i gennemsnit bruger mest tid på hver dag, mens internettet har overtaget andenpladsen fra radioen, der nu ligger nummer tre, efterfulgt af mobiltelefonen og til sidst trykte medier. I tidsforbrug betyder det, at danskerne i anden halvdel af 2010 brugte 143 minutter på tv, 94 på internettet, 86 på radio, 38 på mobiltelefon og 32 på trykte medier. Tallene dækker dog over store generationsforskelle. De unge mellem 12 og 24 år brugte således over 100 minutter mere om dagen på medier end personer over 40 år, de brugte mere tid på nettet end på tv, og mobilbrug var markant større end hos personer på bare 25 år. Dette tyder på, at det gennemsnitlige tidsforbrug på internettet og mobilen med al sandsynlighed vil stige yderligere i fremtiden.²

Et er imidlertid, hvor meget tid danskerne bruger på de forskellige medier, noget andet er, hvad de bruger tiden på. Undersøger man, hvorfra danskerne primært får deres informationer om aktuelle samfundsforhold og politik, er det således stadig i overvejende grad fra de traditionelle medier, idet 92 % af danskerne får dem gennem tv og radio, 56 % gennem trykte aviser og magasiner, 37 % via internetaviser og 3 % via sociale medier som Facebook og Twitter. Her er dog igen tale om generationsforskelle, primært hvad angår de trykte og digitale medier. Kun 44 % af de unge mellem 16 og 26 år får således deres viden fra aviser og magasiner, mens det tilsvarende tal for de ældre over 66 år er hele 80 %. 43 % af de unge får deres viden fra internetavisene, mens det kun er 20 % af de ældre, og mens 10 % af de unge får viden om aktuelle samfundsforhold og politik gennem de sociale medier, er det kun 3 % af de ældre. Den yngre generation benytter med andre ord mere internet-avisene og de sociale medier som kilde til viden end de ældre, der i højere grad anvender tv'et, radioen, aviserne og magasinerne.³

3.1.1 De trykte medier

Dagbladenes oplags- og læsertal er stærkt faldende. Blot inden for de seneste to år er der således sket et fald i det samlede oplagstal for de 34 betalte hverdagsaviser på 12,7 %. Nedgangen er lige markant for de landsdækkende aviser og de lokale dagblade. Størst er dog nedgangen i oplagstallet for de tre gratisaviser, der i samme periode tilsammen har mindsket deres oplag med 32,3 %. Nedgangen i dagbladenes oplagstal er imidlertid sket over en længere periode, og oplaget er således faldet med hele 25 % siden 2003. Mens langt de fleste aviser har oplevet et fald, er der dog nogle få, som har haft fremgang. Kristeligt Dagblad har således inden for de seneste to år oplevet en stigning på 4,5 %, Børsen en stigning på 1,1 %, og Information et meget beskedent fald på 0,2 %. Fælles for de tre aviser er, at de i højere grad end de øvrige omnibusaviser må betragtes som nicheprægede.⁴

² Index Danmark/Gallup 2. halvår 2010 samt FDIM. Danskernes brug af internettet – 2011: 8. (Med "danskerne" menes alle danskere på 12+ år). Der gøres opmærksom på, at der er to forskellige tal for samme mål i rapporten. Tallene her er inkluderet med henblik på at illustrere det relative styrkeforhold mellem medietyperne. De elektroniske radio- og tv-målinger anses i de efterfølgende kapitler for at være det korrekte tal for tidsforbruget på disse medietyper. Det betyder eksempelvis, at det kan diskuteres, om det er radio eller internet, der er det næstmest anvendte medie – samt i hvilket omfang medietyperne anvendes simultant.

³ TNS Gallup og Dansk Ungdoms Fællesråd. (Med "danskerne" menes alle danskere på 16+ år).

⁴ Dansk Oplagskontrol. (Tallene vedrører 2. halvår af 2008 og 2010. Erhvervsbladet indgår kun i opgørelsen over betalte hverdagsaviser i 2008, da avisen efterfølgende er omlagt til en ugentlig udgivelse. I 2. halvdel af 2009 var oplaget for Erhvervsbladet 17.746 eksemplarer, hvorfor det samlede fald for betalte hverdagsseksplarer på 90.437 eksemplarer langt fra kan forklares med, at Erhvervsbladet ikke indgår i opgørelsen i 2010).

Læsertallene har fulgt samme tendens, idet de ligeledes er faldet markant. De ni landsdækkende betalingsaviser har således oplevet et fald i det samlede læsertal fra anden halvdel af 2008 til 2010 på omkring 5 %, og går man tilbage til 2003, er tallet faldet med 38 %. For gratisaviserne er der fra 2008 til 2010 sket et fald på 22 %.⁵

Også fagbladene, tidsskrifterne og specialmagasinerne har faldende oplagstal. Faldet fra 2. halvdel af 2008 til 2010 er på 4,2 % og er således noget mindre end for dagbladenes vedkommende. I samme periode er udgivelsesfrekvensen for mange fagblade og specialmagasiner nedsat, primært grundet stigende portoudgifter, men også fordi en del af indholdet flyttes fra det trykte medie til nyhedsbreve og websites i tilknytning til bladet.⁶ I modsætning til det generelle billede af oplagsnedgang for de trykte medier har de ideelle blade oplevet en stigning fra 2004 til 2011 på 7 %. Flere og flere modtager altså blade fra idrætsforeninger, humanitære organisationer, kulturelle foreninger, religiøse organisationer og foreninger, som udgiver blade med generel information om almennyttige emner.⁷ Væksten er især sket blandt de større landsdækkende blade. Mens det samlede oplag er steget, er antallet af bladtitler imidlertid faldet. Dette har bl.a. betydet, at antallet af ansøgninger om støtte fra Bladpuljen er faldet med 18 % fra 2005 til 2011, hvor 883 søgte. Faldet er især sket blandt mindre lokale blade.⁸

3.1.2 De elektroniske medier

Danskernes tv-forbrug steg i 2010 endnu en gang og slog de foregående års seertidsrekorder. Vi er hermed oppe på at se i gennemsnit tre timer og 21 minutters tv om dagen, hvilket er en stigning på 33 % sammenlignet med for fem år siden. I denne periode har danskerne fået øjnene op for nichekanalerne, hvilket har betydet, at tv-forbruget har spredt sig ud over mange flere kanaler. I 2007 var 90 % af danskernes tv-forbrug fordelt på 15 forskellige kanaler, mens det i 2010 var spredt over 26. Det er især de unge, som bruger mange kanaler. DR og TV 2's hovedkanaler har som følge heraf aldrig haft så lave seerandele som i 2010, hvor danskerne for første gang nogensinde sammenlagt brugte under halvdelen af deres tv-forbrug på de to hovedkanaler, og kanalerne har desuden sværere og sværere ved at samle danskerne om de enkelte programmer.⁹

Ser man på de enkelte kanaler, tegnede DR1 sig i 2010 for 19,2 % af danskernes tv-forbrug, DR2 stod for 4,6 %, mens DR HD, DR K, DR Ramasjang og DR Update tilsammen udgjorde 4 %. Tallene viser en tilbagegang for hovedkanalen sammenlignet med året forinden, hvorfor årsagen til en samlet stigning i DR's seerandel kan tilskrives lanceringen af de nye kanaler. TV 2's hovedkanal udgjorde i 2010 28,1 % af seerandelen, TV 2 Charlie stod for 3,4 %, TV 2 News for 2,8 % og TV 2 Zulu for 2,4 %. Det betød, at også her var det hovedkanalen, som mistede seerandele, mens nichekanalerne havde fremgang. De øvrige kommercielle kanaler i form af TV3- og SBS-kanalerne oplevede en pæn fremgang. Dog var det primært Kanal 5, der trak seerandelen op for SBS, mens Kanal 4 og 6'eren ikke øgede deres seerandele betragteligt i 2010.¹⁰

Danskerne så i 2009 primært drama og fiktion på de forskellige kanaler, herunder hovedsageligt udenlandsk fiktion. Det gjaldt på både DR1, TV 2 og TV3- og SBS-kanalerne. De eneste kanaler, hvor dette ikke var tilfældet, var på DR2, hvor seerandelen var størst inden for oplysning og kultur, og på TV 2 News, hvor nyheder blev set af flest. Seerandelen inden for drama og fiktion er steget på DR1 og Kanal 5, har ligget forholdsvis stabilt på TV 2 og er på TV3-kanalerne og Kanal 4 faldet siden 2000. Nyheder samt aktualitet og debat blev næsten udelukkende set på DR1, DR2, TV 2 og TV 2 News, mens programmer, der omhandlede oplysning og kultur samt underholdning, også blev set på de øvrige kanaler.¹¹

⁵ Index Danmark/Gallup (Erhvervsbladet indgår ikke i beregningen, da avisen overgik fra dagblad til en ugentlig udgivelse i 2010).

⁶ Danske Specialmedier.

⁷ Med ideelle blade menes ikke-kommercielle publikationer udgivet af idrætsforeninger, humanitære organisationer, kulturelle foreninger, religiøse organisationer og foreninger, som udgiver blade med generel information om almennyttige emner.

⁸ Styrelsen for Bibliotek og Medier. (Tallet er udregnet på baggrund af oplysninger fra ansøgninger indgivet til Bladpuljen. Det antages, at hovedparten af de ideelle blade, der eksisterer, søger fra puljen).

⁹ DR Medieudviklingen 2010: 8.

¹⁰ DR Medieudviklingen 2010: 8-9.

¹¹ TNS Gallup, TV-meter årsrapport.

Ser man på udviklingen, er der sket et skift i, hvilke genrer der opnår høje seertal. Mellem 1993 og 1998 udgjorde nyheder og aktualitet således hele 70 % af de programmer, der samlede over en million seere på DR's og TV 2's hovedkanaler, mens det tilsvarende tal i 2010 kun var omkring 40 %. Underholdning og musik har erstattet nyheder som den indholdskategori, der oftest samler over en million seere foran tv-skærmen.¹²

Den gennemsnitlige daglige lytning til radio fortsatte i 2010 med at falde og endte på 2 timer og 3 minutter. Det er fra 2008 et fald på 6 %. Radioen var i 2010 i ugentlig kontakt med 94,2 % af danskerne per uge, hvilket også er et lille fald fra tidligere år. Desuden lyttede 24,8 % af danskerne til DR's digitale kanaler. Lytningen til de landsdækkende kommercielle kanaler gik i 2010 tilbage, mens de lokale kommercielle radiokanaler fastholdt deres lyttertal. Gennemsnitsdanskeren lyttede således til de kommercielle kanaler i 25 minutter pr. dag, mens det tilsvarende tal for DR's kanaler var 1 time og 39 minutter. DR's kanaler stod med andre ord for fire femtedele af lytterandelen i 2010.¹³

2010 bød på relativt få forskydninger i danskernes brug af de ti største radiokanaler. P3 og P4 var stadig danskernes foretrukne radiokanaler og øgede deres lytterandel, Radio 100FM og Radio Soft faldt en anelse, mens de øvrige kanalers placering i forhold til lytterandel var uændret. Den mest markante stigning i lytterandel stod P1 for, men også P2 og DR's digitale radiokanaler gik frem, herunder særligt Boogieradio, P5 og DR Hit.¹⁴

Fra den 1. november 2011 går den nye radiokanal Radio24syv i luften. Det kan enten betyde, at det samlede lyttertal vil stige, eller at kanalen vil vinde lytterandele fra de nuværende kanaler. Hvor stor tilslutning der vil være til den nye kanal, er dog svært at forudsæ. Desuden er endnu et usikkerhedsmoment i forhold til det fremtidige radioforbrug, at DR i 2011 har indført en ny radiostrategi, der indebærer, at de omkring tyve radiokanaler på FM, DAB og internettet reduceres til ti, og at der for tiden arbejdes på en langsigtet plan for digitalisering af radiostationerne i Danmark, hvis udfald kan få stor betydning for, hvilke radiokanaler der udbydes i fremtiden.¹⁵

3.1.3 De digitale medier

Danskernes gennemsnitlige tidsforbrug på internettet var i 2. halvdel af 2010 på 94 minutter om dagen, hvilket er en stigning på 6 % fra året før. Af de 2000 sider, som danskerne har brugt mest tid på i 2010, bruges 39 % af tiden på danske sider. De store tidsrøvere er uden tvivl Facebook og Google, som optager danskerne henholdsvis 22 mio. og 15 mio. timer per måned. Laver man en opgørelse over tid, er de to internetsider således større end alle de øvrige sider i toptyve tilsammen. På en sjetteplads finder man den første danske nyheds-side, som er ekstrabladet.dk. Her er tidsforbruget omkring 3 mio. timer per måned, mens tv2.dk, dr.dk og bt.dk ligger på henholdsvis en 8., 10.- og 15.-plads. Kigger man tilsvarende på det gennemsnitlige antal besøg på hjemmesiderne per måned, er tendensen den samme, idet Facebook og Google også topper denne liste, mens ekstrabladet.dk, tv2.dk, dr.dk, bt.dk, jp.dk, politiken.dk, borsen.dk, berlingske.dk og søndagsavisen.dk ligger på henholdsvis en 5., 8., 10., 11., 15., 16., 24., 28.- og 29.-plads.¹⁶

Internettet har bidraget til en øget fragmentering, idet antallet af hjemmesider, som danskerne anvender, næsten er uendeligt. Samtidig er der dog også sket en koncentration forstået på den måde, at danskerne har øget deres tidsforbrug på stadig færre, men store sider, mens det resterende tidsforbrug fordeles mere jævnt på et stadig større antal relativt mindre sider.¹⁷

Smartphones og tablets indgår samlet set i stigende grad i danskernes medieforbrug, idet

¹² DR Medieudviklingen 2010: 20.

¹³ DR Medieudviklingen 2010: 12.

¹⁴ DR Medieudviklingen 2010: 13.

¹⁵ DR Medieudviklingen 2010: 13.

¹⁶ FDIM, Danskernes brug af internettet – 2011: 8, 13, 15 og 25.

¹⁷ FDIM, Danskernes brug af internettet – 2011: 25.

40 % af alle danskere i maj 2011 havde en smartphone, og 4 % en tablet. Indehavere af smartphones anvendte i gennemsnit 49 minutter, og indehavere af tablets 48 minutter på deres devices om dagen. Blandt brugerne af smartphones og tablets er unge samt mænd overrepræsenteret. Forbruget retter sig primært mod den kategori af applikationer – dvs. programmer, der giver adgang til informationer eller funktioner af forskellig art – der omfatter spil, vejret, sociale netværk, musik og radio, og først på en femteplads finder man nyheder/baggrund, i en opgørelse over hvad forbrugerne har downloadet på deres smartphone inden for de seneste seks måneder. For tablets er det tilsvarende spil, vejret, musik og radio, bøger, sociale netværk, underholdning og på henholdsvis en syvende- og ottendeplads aviser og nyheder/baggrund.¹⁸

3.2 Markedet

Betragter man det danske mediemarked, er den overordnede tendens, at konkurrencen er blevet hårdere, bl.a. fordi udenlandske aktører vinder ind på især annoncemarkedet, og fordi der er kommet en række nye medieformer. Koncentrationen af de danske medier er blevet mere udpræget, forstået på den måde at større og større medievirksomheder råder over flere og flere titler, kanaler eller internetsider. Og de enkelte medievirksomheder holder sig ikke længere til at producere indhold til enten de trykte, de elektroniske eller de digitale medier, men spreder deres indhold via alle medieplatformene. Flere og flere medievirksomheder holder sig endda ikke til at producere indhold, men tilbyder nu også et stort udbud af andre produkter.

For så vidt angår annoncemarkedet, viser de seneste tal, at det i de første syv måneder af 2011 var tilbage på samme niveau, som før krisen satte ind i 2008. Omsætningen på mediemarkedet er således samlet gået frem med 12 % sammenlignet med samme periode i 2010. Der er dog sket væsentlige forskydninger i annoncesalget, idet radio, tv, lokale/regionale ugeaviser og internettet har haft vækstrater på henholdsvis 49 %, 22 %, 17 % og 6 %, mens de øvrige trykte medier i årets første syv måneder havde omtrent samme omsætning som i samme periode i 2010.¹⁹ At dagbladenes andel af annoncekronerne er faldet til fordel for internettet, er ikke en ny tendens. Tværtimod er dagbladenes andel af det samlede annoncemarked faldet støt fra 26 % i 2004 til 16 % i 2010. I samme periode voksede internettets andel fra 5 % til 28 %, mens tv's og radios andel har ligget forholdsvis stabilt på henholdsvis omkring 18 % og 2 %.²⁰

Annoncekronerne anvendes altså i højere og højere grad på onlineannoncering, hvor der i Danmark, inklusive estimerede tal for Google og Facebook, blev omsat for 3,5 milliarder kroner i 2010. 37 % af omsætningen gik til søgeordsannoncer, 33 % til bannerannoncer og 23 % til markedspladser. Den største vækst i omsætning er sket inden for søgeordsannoncering, som samlet steg med 20 % fra 2009 til 2010, mens omsætningen for bannerannoncering steg med 16 %, og for markedspladsannoncering med 1 %.²¹

Ser man på, hvad der forventes at skabe værdi for de danske medieaktører i fremtiden, er der en tro på behavioral targeting, det vil sige en mere individuel og målrettet annoncering, der bygger på forbrugerens adfærd, sociale involvering og søgemønstre på internettet. Samtidig forventes især placering at vinde frem som en vigtig faktor, idet eksempelvis smartphones er udstyret med en GPS-funktion, der kan give informationer om, hvor forbrugerne befinder sig. Hvor det tidligere var forbrugerne, der søgte informationer på nettet, bliver det således i højere og højere grad annoncørerne, der henvender sig til forbrugerne med oplysninger tilpasset forbrug og placering. Det betyder, at den mest magtfulde position

¹⁸ Mobile Devices 2011/Index Danmark/Gallup.

¹⁹ DRRB Mediaindex, Månedsindeks (år-til-år) for mediaomsætning, juli 2011.

²⁰ Dansk Oplagskontrol, Det Danske Reklamemarked 2010, tabel 2.

²¹ FDIM, Markedsstatistik 2010: 3. (Med søgeordsannoncering menes annoncer, som bliver vist sammen med søgeresultater, når der foretages søgninger efter ord bestemt af annoncøren. Bannere og partnerskaber indgår som en samlet kategori og defineres henholdsvis som annonceprodukter, der vises i forbindelse med internetmedieprodukter, for eksempel på en webside, i en mail, i messengerapplikationer eller på mobile platforme, og som annoncørbetalt indhold eller services, som i form, indhold eller funktion er integreret med mediet som eksempelvis en søgetjeneste eller en rubrikannoncetjeneste. Markedspladsomsætningen er det beløb, som annoncører har betalt for at blive optaget i produkt- og virksomhedsdatabaser. Det er vigtigt at påpege, at de tal, der omhandler Google og Facebook, er skønnede tal, da det ikke har været muligt at få oplyst tallene).

i fremtiden vil blive indtaget af aktører med ejerskab til data, der gør annoncørerne i stand til at målrette deres annoncer. Problemet for de danske medier er i forlængelse heraf, at den kunderelation, der giver adgang til dataene, i dag primært varetages af de udenlandske aktører, herunder hovedsageligt Apple, Google og Facebook. Apple gennem iTunes og Google gennem Android Market, hvorfra de sælger diverse produkter, Facebook som videre-sælger af de oplysninger, der fremgår af brugernes ageren på siden.²²

Salget af apps har været set som en mulig løsning på det faldende annoncesalg. Noget tyder imidlertid på, at danskernes betalingsvillighed endnu er begrænset. Mere end halvdelen af de adspurgte i en undersøgelse fortaget af Index Danmark/Gallup har således aldrig betalt for en app til deres smartphone, mens en tredjedel aldrig har betalt for apps til deres tablet. Desuden er beløbene brugt på apps begrænsede, idet der pr. bruger i gennemsnit pr. måned bliver brugt lidt over 6 kr. på download af apps til smartphones og lidt under 20 kr. i forbindelse med tablets. Det samlede app-marked til smartphones vurderes således forsigtigt til ca. 140 mio. kr. Et tilsvarende skøn for apps til tablet ligger på knap 40 mio. kr. Derudover synes det vanskeligt at tage betaling for nyheder, da mængden af udbydere opleves som enorm, og da de fleste tilbyder nyhederne gratis. Dog overvejes det fortsat at indføre betalingsmodeller på visse danske netaviser. I udlandet tager andet The New York Times betaling for deres netavis, tilsyneladende med succes. Dog bør man tage højde for, at Danmark udgør et forholdsvis lille sprogeområde, hvorfor det kan være vanskeligt at drage paralleller i forhold til mulighederne på det danske marked.²³

Det danske mediemarked er også kendetegnet ved en øget koncentration i ejerskabsforholdet, tydeligst omkring de lokale ugeaviser, hvor de to store mediehuse Berlingske Media og JP/Politikens Hus igennem en årrække har øget antallet af lokale ugeaviser, senest med Politiken Lokalaviseres opkøb af 15 ugeaviser i Syd- og Sønderjylland.

I alt udgiver JP/Politikens Hus²⁴ tre landsdækkende dagblade, 51 lokale ugeaviser i Danmark og 35 ugeaviser i Sverige. På nettet er JP/Politikens Hus repræsenteret med dagbladenes egne hjemmesider og derudover 18 specialiserede sites, der drives dels selvstændigt, dels i samarbejde med andre medier inden for rubrikannoncemarkeder som f.eks. sitet for bilannoncer bilzonen.dk, der ejes sammen med Berlingske Media og TV 2.

Berlingske Media²⁵ har 17 dagblade og nationale publikationer og 44 lokale ugeaviser og udgiver foruden dagbladenes egne sites også 28 specialiserede sites inden for afgrænsede emner eller sites i samarbejde med andre, som f.eks. bilzonen.dk. De lokale ugeaviser har en fælles portal, dinby.dk, hvor det er muligt at finde lokale nyheder, afhængigt af hvilket område man interesserer sig for. Berlingske Media driver en national radiokanal, Radio-24syv, der har premiere 1. november 2011, og fire lokale radiostationer.

Men også sammenlægningen af Fyns Amts Avis og Fyens Stiftstidende til Fynske Medier og fusionen af Horsens Folkeblad og Vejle Amts Folkeblad/Fredericia Dagblad til Jyske Medier er et tegn på en øget koncentration på markedet.

Foruden Berlingske Media og JP/Politikens Hus er også Nordjyske Medier et eksempel på en koncern, der producerer indhold til et bredt spektrum af medieplatforme, idet koncernen ud over hovedaktiviteten, som er dagbladet Nordjyske Stiftstidende, driver radiostationerne ANR, Radio AURA og tv-kanalen 24NORDJYSKE samt en række internetsider. Men også de små medievirksomheder breder sig typisk som minimum over to platforme, idet de normalt udgiver både et trykt eksemplar og en onlineudgave af deres dagblad eller ugeavis, og ofte over tre platforme, idet også radio kombineres hermed.

Endelig er der en tendens til, at især Berlingske Media og JP/Politikens Hus ikke begrænser sig til at producere indhold af traditionelt redaktionel karakter, men udbyder et bredt spektrum af andre produkter. Berlingske Media ejer således internetsider som boligportalen boliga.dk, tilbudssitet sweetdeal.dk og smartdrop.dk, hvor man tilbydes penge for sin gamle

²² David Beckmann, E-Readers og Tablets: 11, 32.

²³ Mobile Devices 2011/Index Danmark/Gallup.

²⁴ Jppol.dk og bilzonen.dk, bilzonen.dk og Politikens Lokalaviser.

²⁵ Berlingskemediasite.dk, Ugeaviserne og Radioerne.

mobiltelefon²⁶, mens Politiken tilbyder deres såkaldte plusabonnenter særlige tilbud på alt fra foredrag til restaurantbesøg og rejser.²⁷

3.3 Teknologien

Adgangen til internettet i de danske hjem er nu tæt på at være hvermandseje. 2010 bød således på det største spring i udbredelsen siden 2006, således at 89 % nu har adgang til internettet hjemmefra, og 47 % har mobil adgang.²⁸ Sideløbende bliver computeren i højere og højere grad benyttet som et fjernsyn, hvor programmer streames eller downloades, ligesom internettet i stigende grad integreres i de traditionelle tv- og radioapparater. En undersøgelse foretaget i efteråret 2010 viste ydermere, at mere end hver femte dansker har brugt internettet fra sin mobiltelefon mindst en gang om måneden. Sammenlignet med tidligere tilsvarende undersøgelser er det næsten en fordobling på bare et år, og det er især apps, der har skabt denne udvikling. Tallet må forventes at være steget yderligere i 2011.²⁹

Brugen af smartphones er i forlængelse heraf eksploderet, ligesom tablets også begynder at vinde frem. 40 % af alle danskere har en smartphone, mens 4 % ejer en tablet. Blandt de 40 % er mænd i alderen 25 til 29 år overrepræsenteret, mens der blandt de 4 % er en overrepræsentation af mænd mellem 30 til 49 år.³⁰

3.4 Internationaliseringen

Internationaliseringen og den teknologiske udvikling udfordrer vores opfattelse og brug af medier. Danskerne kan modtage tv fra udlandet, der ikke er omfattet af nationale regler. Udvikling af indhold rettet mod danskere kan foregå overalt i verden, blot der er adgang til internettet. Beslutninger om etablering, udvikling og lukning af redaktionelle miljøer kan i princippet træffes andre steder end i Danmark for udenlandsk ejede mediers vedkommende.

Samtidig præges mediernes realøkonomiske kredsløb af, at der er gået hul på det danske annoncemæssige økosystem, hvor der før overvejende var tale om, at indenlandsk annoncering tilfaldt danske medier, til nu, hvor store udenlandske koncerner står for en stigende del af annonceringen på det danske marked.

Danskerne bruger således stadig mere tid på udenlandske sider og har i gennemsnit brugt 24 mio. flere timer om måneden på udenlandske sites i 2010 end i 2009. Forbruget er især koncentreret om store sites som Facebook, Google og YouTube. Samlet set optager udenlandske sider ca. 61 % af danskernes tidsforbrug på internettet.³¹

Denne udvikling medfører også, at danske annoncekroner føres over i de udenlandske medier. Alene Googles andel af den samlede onlineannoncering er vokset fra 17 til 36 procent fra år 2006 til 2010. Der anslås, at Google omsatte for 1,4 milliarder kroner i Danmark i 2010. Heraf blev ca. 150 millioner kroner dog tilbageført til danske medier via Google AdSense-systemet. Hertil kommer en hurtigt stigende andel til Facebook, der vurderes at have en annonceomsætning på 80 millioner kroner i 2010 på det danske marked.³²

Samlet set er ca. 38 % af omsætningen på onlineannoncering i Danmark placeret på udenlandske medier, og tendensen er stigende.

Tallene er estimater. Mediestøtteudvalget har rettet henvendelse til både Google og Facebook for at få bekræftet tallene, men ingen af virksomhederne har ønsket hverken at be- eller afkræfte dem.

²⁶ <http://www.boliga.dk/>, <http://www.sweetdeal.dk/home/Copenhagen> og <http://www.smartdrop.dk/>

²⁷ Politikens hjemmeside: [http://plus.politiken.dk/Om_Politiken_Plus\(129\).aspx](http://plus.politiken.dk/Om_Politiken_Plus(129).aspx).

²⁸ FDIM's "Danskernes brug af internettet 2011", side 7.

²⁹ DR's Medieudviklingen 2010, side 34 og 37.

³⁰ Mobile Devices 2011/Index Danmark/Gallup. (Alle danskere mellem 15-70 år).

³¹ FDIM's "Danskernes brug af internettet 2011", side 12.

³² FDIM: Markedsstatistik 2006-2010.

Det udfordrer den mediepolitik, der føres i Danmark i dag og i fremtiden, når annoncekronerne strømmer ud af landet. Hvis udviklingen i annonceindtægter er vigende, er medierne nødsaget til at tilpasse aktiviteterne herefter.

Generelt set udfordrer internationaliseringen og den teknologiske udvikling små lande med mindre sprogområder. Udvikling og produktion af dansk publicistisk indhold er ressourcekrævende, så medmindre indhold skal finansieres udelukkende med offentlige midler, er tilgangen af annoncekroner uomgængelig, men flygtig, afhængig af udviklingen i trafiktal på internettet.

Udvalget har derfor overvejet, hvorvidt der kunne tilvejebringes metoder, som kan genindvinde denne flugt af annoncekroner, således at danske medier ikke lider ekstra tab som følge af vigende omsætning. Udvalget har noteret, at andre lande som eksempelvis Frankrig har overvejet at beskatte en sådan annonceflugt. Udvalget har imidlertid konkluderet, at det ikke ligger inden for kommissoriet at komme med forslag til konkret at modvirke udviklingen i placeringen af annoncer. Også på et andet område, der er væsentligt for medierne, udfordrer de internationale søgemaskiner de danske medier, idet der både internationalt og i Danmark må gøres en betydelig indsats i forhold til at begrænse deres uretmæssige anvendelse af ophavsretsligt beskyttet indhold på nettet.

4. Status quo

I dette kapitel beskrives konsekvenserne af at bevare de nuværende støtteordninger uændret. Den eksisterende støttemodel består af en række platformspecifikke ordninger:

- *Radio- og tv-støtten domineres af licensfinansieringen af public service-institutionerne DR og TV 2 Regionerne. Dertil kommer Public Service-Puljen til kommerciel produktion af radio og tv samt en pulje til lokalradio og -tv.*
- *Dagbladene får distributionsstøtte fra Dagbladspuljens hoved-, supplements- og overgangsordning i forhold til antal eksemplarer distribueret i abonnement. Supplementsordningen tildeles med henblik på at fremme mangfoldigheden i udbuddet af dagblade, og overgangsordningen ydes til dagblade hvis økonomi i særlig grad berøres negativt af den i 2007 gennemførte omlægning fra portostøtte til distributionsstøtte. Ordningen ophører efter år 2011. Derudover kan Dagbladsnævnet yde projektstøtte til etablering af nye dagblade, omstilling af dagblade, der er i økonomiske vanskeligheder og sanering af dagblade i akutte betalingsvanskeligheder. Dagbladsnævnet kan ikke yde støtte til IP-baserede aktiviteter, medmindre de er en mindre del af et projekt vedrørende printudgaven.*
- *Dagbladslignende publikationer får distributionsstøtte fra Ugeavispuljen i forhold til antal eksemplarer distribueret i abonnement. Dagbladsnævnet kan desuden yde projektstøtte til dagbladslignende publikationer på samme vilkår som til dagblade.*
- *Ideelle blade (primært foreningsblade) kan få distributionsstøtte i forhold til antal eksemplarer distribueret til abonnenter eller medlemmer.*
- *Dagbladene og visse dagbladslignende publikationer har 0-moms på deres bladsalg. Det vil sige, at dagbladene ikke beregner moms af priserne, og at de har fuld fradragetsret for momsen.*

Der er ingen støtteordninger til fagblade, magasiner, lokale ugeaviser, fritstående IP-baserede medier eller mobilmedier med dagbladsfunktioner.

Kapitlets konklusion er, at de nuværende ordninger ville kunne fortsætte på kort og mellemlangt sigt, men at de ikke i tilstrækkelig grad tager højde for udviklingen, at visse dele af støtten er konkurrenceforvridende i forhold til bl.a. internetmedierne, og at 0-momsen gradvist vil blive udhulet. Dog understøtter DR's egenproduktion og TV 2's entreprisemodel, at der sker en betydelig talentudvikling i de elektroniske public service-medier.

4.1 Introduktion

Mediestøtteudvalget har vurderet konsekvenserne af status quo, det vil sige af at bevare de eksisterende ordninger. Beskrivelserne tager udgangspunkt i og bygger videre på *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*.

Forudsætningen for status quo-scenariet er, at den eksisterende danske mediestøtte fortsættes uforandret. Imidlertid påvirkes medierne fortsat af både den teknologiske udvikling, den øgede internationalisering og udviklingen i forbrugeradfærden og som følge heraf forskydningerne i annonceomsætningen mediegrupperne imellem.

Nedenfor gennemgås og kommenteres indledningsvist de nuværende støtteordninger til radio og tv, til dagblade og dagbladslignende publikationer og til ideelle blade, og til sidst omtales de "IP-baserede medier". Herefter beskrives de demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser af udviklingen og endelig de økonomiske konsekvenser for de forskellige medieaktører.

4.2 Radio og tv

I status quo-scenariet fortsættes licensfinansieringen af public service-medierne DR og TV 2 Regionerne. Det samme gør Public Service-Puljen (PS-puljen) og støtten til de ikke-kommercielle lokalradio- og -tv-stationer.

Umiddelbart vil en fortsættelse af den nuværende støtte ikke have den store indvirkning på radio og tv. Radio vil fortsat være domineret af DR, mens tv forventes at blive yderligere fragmenteret. Public service-institutionerne har medvirket til at sikre en høj grad af indholdsmangfoldighed såvel nationalt som regionalt. Samtidig har de eksisterende ordninger fremmet dansk produktion af høj kvalitet inden for tv, blandt andet også gennem PS-puljen, der i forbindelse med seneste medieforlig ligeledes er åbnet for kommercielle radiostationer.

På trods af den øgede fragmentering fungerer DR og TV 2 Regionerne stadig som de primære fællesskabsdannende medier. Derudover fremmer de den regionale såvel som den nationale produktion og spredning af indhold med samfundsmæssig relevans. Lokalradio og -tv-puljen vil medvirke til fortsat produktion af interessebaseret lokalradio og -tv.

Ordningerne er som sådan tidssvarende, særligt for DR og TV 2 Regionerne, som qua deres public service-kontrakter har rammer for deres virksomheder, der muliggør tværmedial produktion. Dog skal der udvises fornødent hensyn til værditest af nye tjenester, som ikke er omfattet af public service-kontrakten. I værditestene skal en konkurrenceudsat ny tjeneste eller en væsentlig ændring af en eksisterende tjeneste vurderes i forhold til dens indvirkning på konkurrenterne. Tv og radio må dog forudsættes at blive mere og mere integreret med internettet, selvom der har været en del kritik fra øvrige medier af, at institutioner med licenskroner i ryggen tilbyder IP-baserede tjenester, der kan gøre det vanskeligt for de øvrige medier at opdyrke nye forretningsområder.

Radio og tv har således ikke på samme måde som f.eks. trykte medier været fastlåste af mediestøtten, og de finansierede institutioners opgaver er løbende blevet ændret. DR og TV 2 Regionerne er blevet mere platformneutrale og har haft et vedvarende udviklingselement, fordi deres kontrakter er 4-årige. Dermed sker der løbende en tilpasning af deres virksomhed til den teknologiske og forbrugeradfærdsmæssige udvikling.

En dansk kommerciel radioudvikling har vist sig vanskelig at gøre bæredygtig, da der kun på lokalt plan er tilstrækkeligt med reklamekroner til at understøtte rentabel drift af kommerciel radio på de nuværende vilkår.

4.3 Trykte medier – dagblade og dagbladslignende publikationer

Dagbladene modtager distributionsstøtte og tilgodeses med 0-moms på salg af dagblade. Dagbladslignende publikationer modtager distributionsstøtte, og enkelte har tillige 0-moms. Derudover kan dagblade og dagbladslignende publikationer søge Dagbladsnævnet om etablerings-, omstillings- eller saneringsstøtte.

Støtten til distribution af trykte medier er inden for de seneste år blevet omlagt fra en portostøtte til en distributionsstøtte, som omfatter dagblade, dagbladslignende publikationer og blade udgivet af ideelle foreninger.

Portostøtten blev givet som en støtte til Post Danmark i forhold til antal blade, som blev distribueret. Post Danmark forpligtede sig samtidig til at holde faste priser, som alene blev reguleret i forhold til prisudviklingen. Ophævelsen af portostøtten betød samtidig, at Post Danmark frit kunne fastsætte betalingen for distributionen. Ændringen har betydet, at udgifterne til distribution af dagblade er steget med ca. 100 millioner kr. i forhold til værdien af den "gamle" portostøtte – og for andre trykte medier er udgifterne blevet mere end fordoblet.

Ingen af de eksisterende dagblade ville formentlig kunne have samme niveau af nyhedsproduktion og formidling, hvis støtteordningerne blev fjernet. Sandsynligvis ville en del af dagbladene heller ikke eksistere. Distributionsstøtten vil på kort sigt uden problemer kunne videreføres og fortsat understøtte medievirksomheder, som producerer journalistisk indhold på print.

Dog skal man være opmærksom på, at det faldende bladsalg på sigt kan true den informationsspredende og debatskabende funktion, som dagbladene har i samfundet, og at en videreføring af distributionsstøtten på længere sigt kan give legitimitetsproblemer, fordi distributionsstøtten er til glæde for færre og færre læsere, jo mere oplagstallene falder.

Ordningerne medvirker desuden ikke til at fremme udvikling og innovation, men snarere til at fastholde dagbladene i et system, hvor de er nødt til at få massiv støtte for at vedblive med at eksistere på nuværende niveau.

Allerede et krav om, at et dagblad skal udkomme mindst 5 hverdage om ugen for at få distributionsstøtte, virker hindrende for, at dagbladene eksperimenterer med færre print-udgivelser kombineret med f.eks. IP-baserede udgivelser.

Derudover lægger den nuværende distributionsstøtte til både dagblade og dagbladslignende publikationer vægt på omnibuskvaliteter, mens segmenterede udgivelser med aktuelle nyheder og analyser inden for f.eks. sundhed eller kultur ikke kan støttes. Dette virker hindrende for etablering og udvikling af nichepublikationer – et forhold, som går i modsat retning af brugertendensen.

I det hele taget er der ikke incitament til udvikling og innovation. Dagbladsnævnets ordninger lægger ikke op til risikovillighed. Nævnet kan ikke yde omstillingsstøtte, før et blad allerede er i økonomiske vanskeligheder, og saneringsstøtte kan ikke gives, før et dagblad står umiddelbart over for en betalingsstandsning og derfor vil være vanskeligt at redde på almindelige lånefinansieringsvilkår. Dertil kommer, at ansøger skal dokumentere stor sandsynlighed for, at bladet vil blive økonomisk bæredygtigt af støtten. Nævnet kan desuden ikke give støtte til IP-baserede projekter.

4.4 Ideelle blade

Ideelle blade inden for visse kategorier modtager distributionsstøtte fra Bladpuljen. Bladpuljen har i store træk virket efter hensigten. Landsdækkende blade har fået mulighed for at udvikle sig og er oplagsmæssigt gået frem. Oplaget for støttemodtagere er vokset med 7 % fra 2004 til 2011³³. Der vil sandsynligvis fortsat være behov for, at foreningernes medlemmer kan kommunikere via trykte medier, blandt andet som følge af, at en del af befolkningen fortsat har begrænsede it-kompetencer, samt at en del af organisationernes medlemmer fortsat ikke har adgang til en computer.

Da tilskuddet imidlertid udgør en mindre del af bladenes portoudgifter, har tilskudsmodtagerne samtidig incitament til at omlægge publikationen til IP-baserede medier i de tilfælde, hvor det skønnes hensigtsmæssigt. Dette gælder primært små lokale foreningsblade. Antallet af ansøgninger til Bladpuljen er faldet fra 1241 i 2004 til 882 i 2011³⁴. Distributionsstøtten har således ikke hindret en naturlig omkostningsbesparende udvikling mod digital foreningsinformation.

Det forventes, at status quo i forhold til støtte til ideelle blade vil fortsætte udviklingstendensen, det vil sige fortsat nedgang i antallet af små foreningsblade på tryk, men til gengæld oplagsfremgang for landsdækkende foreningsblade.

³³ Kilde: Styrelsen for Bibliotek og Medier.

³⁴ Kilde: Styrelsen for Bibliotek og Medier.

4.5 IP-baserede medier (onlinemedier)

IP-baserede medier modtager hverken direkte eller indirekte støtte, hvorfor der kan siges at være tale om ulige konkurrencevilkår i forhold til trykte medier. Distributionsudgifterne til IP-baserede medier er lavere, men medarbejderomkostningerne til redaktionel produktion er de samme som hos de trykte medier. Derudover hindrer støttereglerne, at støtte kan tildeles tværgående projekter mellem flere platforme, hvoraf IP-baserede medietiltag er en væsentlig del – det til trods for, at formidlingsdelen og kontakten med brugerne eventuelt kunne forbedres.

4.6 Konsekvensvurdering

Afsnittet gennemgår konsekvenserne af at bevare den nuværende mediestøtte uforandret. Det vil have konsekvenser for både udviklingen af de danske medier, mediemarkedet og de demokratiske og samfundsmæssige forhold, som medierne er en væsentlig del af. Disse konsekvenser beskrives indledningsvist, dog fremgår konsekvenserne for udviklingen primært ovenfor. Konsekvenserne for de forskellige typer af medieaktører beskrives herefter.

Sammenfattende kan det konkluderes, at status quo fortsat kan fungere på kort og muligvis mellemlangt sigt, men at et sådant valg ville rumme en del uhensigtsmæssigheder i forhold til mediernes konkrete udviklingsmuligheder og opstart af nye medievirksomheder, der ikke er baseret på trykte medier. Dertil kommer, at værdien af 0-momsen vil blive udhulet, i takt med at oplaget falder, og at støttemidlerne kommer færre og færre mediebrugere til gode. På langt sigt vil branchen risikere at være ude af trit med den teknologiske udvikling og ændringerne i brugernes adfærd og dermed have svært ved at efterkomme samfundets behov for medier, der kan varetage en demokratisk funktion.

4.6.1 Konsekvenser for udviklingen

Som beskrevet vil distributionsstøtten og støtten fra Dagbladsnævnet kunne fortsætte, men en ændret struktur af mediestøtten og nye kriterier for Dagbladsnævnets projektstøtte ville rumme en del fordele, både for dagbladenes muligheder for at søge støtte til udvikling og i forhold til at støtte et vækstlag med etableringsstøtte inden for en bred vifte af medier. Der kan sættes spørgsmålstegn ved, om det er hensigtsmæssigt at have en støtteordning, som kan modvirke incitamenter til nyudvikling ved at støtte distribution af trykte medier frem for produktion af selve kerneydelsen – det redaktionelle indhold.

4.6.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser

Status quo-scenariet for mediestøtten til de elektroniske medier opfylder umiddelbart ønsket om fremme af samfundsmæssig og kulturel oplysning samt styrkelse af den demokratiske debat i samfundet. DR's og TV 2's tv-kanaler har en dækning i befolkningen på tværs af sociale, geografiske og økonomiske lag, som dagbladene ikke i dag kan matche. Derfor fungerer disse tv-kanaler i høj grad som fællesskabsskabende medier med public service-produktion af høj kvalitet og fokus på indhold af samfundsmæssig relevans. Alsidigheden sikres gennem public service-kontrakterne.

Mangfoldigheden af radiokanaler understøttes imidlertid kun af puljen til ikke-kommercielle lokalradio- og -tv-stationer samt af statsfinansiering af en landsdækkende radiokanal ved siden af de p.t. to landsdækkende kommercielle kanaler og DR's kanaler. DR dominerer det samlede udbud af kanaler. På tv-siden er DR og TV 2 også dominerende, men der vil fortsat være en række kommercielle udbydere. Det er imidlertid et politisk spørgsmål, om man ikke netop ønsker stærke nationale public service-udbydere for at sikre en dansk indholdsproduktion og en offentlig fællesskabsfaktor.

Medierne, her særligt nyhedsmedierne, har en rolle som producenter af uafhængig journalistik. Denne rolle opretholdes på nuværende tidspunkt af hovedparten af de trykte medier, idet 71 % af nyhedsproduktionen stammer fra dagbladene.³⁵ Da det kun er traditionelle omnibusaviser, der opfylder betingelserne for at opnå støtte fra Dagbladspuljen og Ugeavispuljen, sikres alsidigheden i de enkelte støttede blade umiddelbart ved status quo-

³⁵ Lund, 2009: 9.

scenariet. Imidlertid er bevarelse af mangfoldigheden af medier betinget af vedvarende støtte, som er bundet til en bestemt platform og ikke giver reel mulighed for tværgående projekter. På længere sigt kan en sådan situation med faldende oplag virke undergravende på støttens legitimitet, hvis dagbladernes produktion ikke på anden vis når borgerne, og bl.a. de unge hægtes af, hvorved man taber den næste generation af nyhedsforbrugere.

Til gengæld vil fortsat distributionsstøtte sikre, at alle borgere kan få nyheder på tryk bragt til døren til samme abonnementspris i hele landet. Det vil sige, at visse ældre og andre, som udelukkende kan betjene sig af trykte medier, og borgere, som bor i såkaldte udkantsområder, ikke hægtes af nyhedsstrømmen.

Samfundsmæssigt er det væsentligste formål at sikre fortsat produktion af redaktionelt indhold produceret af uafhængige redaktioner og gøre det bredt tilgængeligt i samfundet.

4.6.3 Økonomiske konsekvenser - fordele og ulemper for de enkelte medieaktører

Radio og tv

TV 2/Danmarks hovedkanal har en række public service-opgaver, som er fastsat i kanalens public service-tilladelse. Disse opgaver medfører en fast udgift til opfyldelse af betingelserne i tilladelsen, hvilket i en periode har medvirket til underskud på kanalens drift. Derfor har TV 2/Danmarks hovedkanal fået mulighed for at blive betalingskanal i 2012, hvilket relativt set har styrket den i forhold til tidligere. Det vil styrke kanalen i konkurrencen med bl.a. DR og de kommercielle tv-kanaler.

Reklameforbrugets størrelse har vist sig indtil videre at være for begrænset til at kunne understøtte rentabel drift af landsdækkende kommerciel radio.

Trykte medier

På grund af det generelle oplagsfald vil tilskudsgrundlaget for distributionstilskud blive mindre og mindre. Da puljen har en fast størrelse, vil tilskuddet pr. eksemplar herved blive større. Denne udvikling favoriserer de store dagblade, idet man – af hensyn til de små blade – højst kan få tilskud til 7,2 mio. eksemplarer. Det højere tilskud pr. eksemplar opvejer ikke oplagsnedgangen for de små blade, mens de store blades oplagsnedgang ikke får betydning for deres tilskud, fordi deres oplag fortsat ligger over eksemplargrænsen for tilskud³⁶.

Status quo vil således på kort og mellemlangt sigt medføre en omfordeling af distributionsstøtten fra små til store dagblade.

I relation til 0-momsen vil status quo medføre en faldende indirekte støtte, men da der netop ikke er tale om støttepenge, men om lavere omkostninger, har status quo ingen omfordelende betydning inden for gruppen af dagblade.

En fastholdelse af 0-moms kun på trykte dagblade og visse dagbladslignende publikationer vil imidlertid fastholde den konkurrenceforvridende effekt over for fritstående IP-baserede medier med nyhedsformidling samt magasiner og specialmedier, som betaler fuld moms, mens dagbladene kun betaler moms af virksomhedernes øvrige aktiviteter.

IP-baserede medier

Status quo vil fortsat gøre det vanskeligt for fritstående IP-baserede medier, der producerer nyheder, at etablere og udvikle sig på markedet i konkurrence med mediehus, som får tilskud til trykte medier, men som samtidig udbyder nyheder på nettet.

³⁶ Kilde: Styrelsen for Bibliotek og Medier.

5. Formålet med fremtidens mediestøtte

I dette kapitel beskrives kort, hvad formålet med fremtidens offentlige mediestøtte forventes at skulle være, herunder hvilke faktorer der i den forbindelse bør være særlig fokus på med den nye, offentlige mediestøtte.

I en globaliseret verden med en hastig forandring af medieplatformene, hvor internationale mediekoncerner i stigende grad konkurrerer om danske mediebrugeres tid, er det afgørende for demokratiet såvel som for samfundets sammenhængskraft, at der er stærke danske medier.

Mediernes rolle i fremtiden er ikke mindst at bidrage til det danske demokrati og samfund gennem uafhængig produktion og formidling af nyheder og anden information, der kan understøtte borgernes mulighed for at søge oplysning og deltage aktivt i samfundsforhold, samt at være forum for offentlig debat.

Formålet med den offentlige mediestøtte i Danmark er at understøtte mediernes demokratiske, kritiske og uafhængige funktion under hensyntagen til ytrings- og informationsfriheden³⁷.

I forlængelse heraf skal den offentlige mediestøtte bidrage til:

- At fremme samfundsmæssig og kulturel oplysning
- At styrke demokratisk debat i samfundet
- At sikre alsidighed og mangfoldighed af danske medier.

For at opfylde disse formål skal fremtidens mediestøtte sikre, at der fortsat produceres og udbredes medieindhold af høj kvalitet i Danmark, og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere. Mediestøtten bør primært betragtes som en form for demokratistøtte, der dels skal understøtte væsentlige funktioner i et demokratisk samfund ved at sikre informationsspredning, oplysning og debatskabelse, dels støtte det frie ord. Mediestøtten skal medvirke til, at borgernes muligheder for at holde sig informerede lokalt, nationalt og internationalt styrkes, ved at medierne får støtte til at producere indholdet, men selv vurderer, hvordan de kan nå borgerne på borgerne egne præmisser, hvad enten det måtte ske i form af trykte medier, radio, tv, internet, mobiltelefon, tablet eller på anden vis. Dette forudsætter, at mediestøtten samlet set i videst muligt omfang bliver uafhængig af eksempelvis den teknologiske udvikling. Det er afgørende, at det brede udbud af medier og medieindhold afspejler sig såvel nationalt som regionalt og lokalt, samt at mangfoldigheden kommer til udtryk såvel inden for de enkelte medieplatforme som på tværs af medieplatformene.

Den offentlige mediestøtte skal således understøtte og fremme mangfoldigheden af medietitler og alsidigheden i medieindholdet, hvilket er helt afgørende for at sikre mediernes demokratiske funktion. På den måde kan den offentlige mediestøtte bidrage til at fremme den bredest mulige deltagelse i demokratiets udvikling via udbredelse af information til borgere på tværs af sociale, kulturelle, økonomiske og geografiske skel.

Den offentlige mediestøtte skal kombineres med et armslængdeprincip, hvilket vil sige, at politikerne afstår fra detaljestyling af de økonomiske midler, men i stedet lægger

³⁷ Formålet med public service er bredere end formålet med støtteordningen til redaktionel produktion. Formålet er, jf. radio- og fjernsynslovens § 10: "Den samlede public service-virksomhed skal via fjernsyn, radio og internet el. lign. sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. Programvirksomheden skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. Der skal endvidere lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur. Programvirksomheden skal endvidere afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af kulturinteresser i det danske samfund."

bevillingerne ud til et uafhængigt nævn, der skal tage stilling til uddelingen af statens støttemidler på baggrund af entydige, gennemsigtige kriterier, som ikke påvirker den redaktionelle frihed.

6. Modeldiskussioner

I dette kapitel beskrives en række grundlæggende forhold, som har været vurderet i forbindelse med valget af modeller til at sikre og styrke mediepluralisme og fortsat produktion af alt egenproduceret originalt redaktionelt indhold. Det er forhold, som er afgørende for de valg, der er truffet i forbindelse med alle de tre modeller, der præsenteres senere i rapporten. Derfor behandles de særskilt.

Indledningsvis diskuteres forskellige typer af støtte – såvel eksisterende som nye typer – i forbindelse med en ny, fremtidig offentlig mediestøtte, herunder tiltag rettet mod særlige grupper i samfundet.

Dernæst følger et afsnit om, hvilke støtteordninger der vil kunne medvirke til at fremtids-sikre udviklingen af det danske medielandskab.

Til sidst følger et afsnit om, hvilke konkrete forhold der vil indgå i adgangs- og udmålings-kriterierne.

Mediestøtteudvalget har drøftet en række forhold i relation til, hvilke typer af støtte der vil være formålstjenlige, hvilke typer af medier der bør være støtteberettigede og, ikke mindst, hvordan støtteordningerne kan være indrettet.

Nedenfor redegøres for diskussionerne og for, hvad udvalget konkret endte med at beslutte som udgangspunkt for det videre arbejde samt begrundelsen herfor. På enkelte punkter er der lagt mere åbent op til videre overvejelser, idet en række til- og fravalg kan kombineres med de enkelte modeller.

Udgangspunktet for drøftelserne har været, at støtten skal styrke vækstlaget og medieudviklingen uden samtidigt at risikere at underminere den eksisterende branche. Produktionen af indhold har været i fokus, særligt det egenproducerede originale redaktionelle indhold.

Drøftelserne har ført til, at der i udvalget har været enighed om en lang række forhold samt om de typer af ordninger, der bør være centrale i den fremtidige mediestøtte. De tre støtte-modeller har derfor en række fællestræk.

Omdrejningspunktet for dem alle er støtte til produktion af indhold samt støtte til innovation forstået som etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte. Disse ordninger er ens i de tre modeller, men udformningen er lidt forskellig, afhængigt af om modellen er platformneutral, platformspecifik eller en variant herimellem. Mediestøtteudvalget fandt, at produktion af indhold og innovation er særligt støtteværdige elementer i forhold til at sikre og styrke mediepluralisme og fortsat produktion af egenproduceret originalt redaktionelt indhold.

Udvalget har i sit arbejde lagt stor vægt på de kommercielle mediers uafhængighed. Udvalget anbefaler således, at støtten tildeles ud fra et armslængdeprincip. Der er i modellerne lagt op til et medienævn, som skal bestå af en række uafhængige, fagligt kompetente medlemmer. Se også afsnit 13 om administration og tilsyn.

Fokus på armslængdeprincippet er blandt andet en af årsagerne til, at udvalget ikke har fundet forslaget i Mediestøtteudredningen fra 2009 om en satsningspulje hensigtsmæssigt, idet hensigten med puljen var, at den skulle bidrage til at opfylde konkrete mediepolitiske målsætninger udstukket af Folketinget.

Derudover har udvalget forsøgt at opstille så objektive krav til medierne som muligt, det vil sige adgangskriterier, der ikke kræver subjektive vurderinger af indholdets kvalitet og i forlængelse heraf dets støtteværdighed. Derimod lægges der op til mere kvantitative og dermed målbare kriterier. Netop derfor har man heller ikke, som beskrevet i afsnit 6.1.3, ønsket at yde individuel projektstøtte til dækningen af en bestemt sag eller et bestemt tema.

6.1 Modeldiskussion: Type af støtte

I forbindelse med diskussionerne har en række støttetyper været behandlet og er enten blevet fravalgt eller indarbejdet i modellerne, så de tager højde for de diskuterede problemstillinger. Der redegøres for disse diskussioner nedenfor.

6.1.1 Public service – foreslås uændret

Public service-medierne skal fortsat sikre et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægning skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. Programvirksomheden skal dermed sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. Der skal endvidere lægges vægt på dansk sprog og dansk kultur. Programvirksomheden skal endvidere afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af kulturinteresser i det danske samfund. Formålet med public service-virksomhed er således bredere end formålet med de øvrige medier.

Dansk public service-produktion inkluderer DR, TV 2/Danmark A/S, TV 2 Regionerne, Radio24syv samt de 1000 timers nyhedsproduktion fra Radio Nova.

I forhold til mediestøtte er det særligt DR og TV 2 Regionerne, der på grund af licensfinansiering har været i fokus. De grundlæggende opgaver er politisk defineret i institutionernes public service-opdrag, som er stillet i public service-kontrakterne. Mediestøtteudvalget har drøftet public service-institutionernes forhold, men har ikke fundet anledning til at foreslå ændringer i den konkrete indretning af disse forhold. DR og TV 2 Regionerne kan ikke direkte sammenlignes med andre medieaktører med hensyn til støtte og finansiering. Begrundelsen herfor er, at licensfinansiering er institutionernes eksistensgrundlag, og hvis licensfinansieringen fjernes, vil institutionerne således ophøre med at eksistere. Dette som følge af, at der er en direkte sammenhæng mellem finansieringen og de opgaver, institutionerne er tildelt.

DR og TV 2 Regionerne beskrives nedenfor, mens udvalgets drøftelser om Radio24syv og Public Service-Puljen, fra hvilken der kan ydes projektstøtte til kommercielle radio- og tv-produktioner, behandles i separate afsnit.

TV 2/Danmark og Radio Nova har public service-opdrag, men modtager ikke støtte og er derfor ikke behandlet særskilt i udvalget.

6.1.1.1 DR

DR er en selvstændig institution uden for kulturministerens almindelige instruktionsbeføjelse. DR har en særstilling i kommissoriet, hvor det defineres, at DR også i fremtiden skal være en stor licensfinansieret public service-virksomhed.

DR er den største enkeltmodtager af offentlig finansiering/støtte og har et bredt udbud af tjenester inden for radio, tv og IP-baserede platforme. Organisationen har en bred række af forpligtelser inden for nyheder, uddannelse og læring, børn og unge, dansk dramatik, dansk musik, dansk kultur og hensyn til smalle idrætsgrene og handicapidræt. Derudover skal der tages særlige hensyn til handicappede, dialog med danskerne samt tilgængeligheden af public service-indholdet. Endvidere har DR en rolle i forbindelse med støtte til dansk film og udlægning af produktion.

DR's formål er, jf. public service-kontrakten (2011-2014):

”DR er uafhængig af økonomiske, kommercielle og politiske interesser og udgør en uundværlig del af den demokratiske debat. DR udfylder desuden en vigtig rolle som skaber og formidler af dansk kunst og kultur.

DR's udbud skal omfatte nyhedsformidling, oplysning, undervisning i form af uddannelse og læring, kunst og underholdning. DR skal i sine public service-udbud tilstræbe kvalitet,

alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægning skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed.”

DR's opfyldelse af forpligtelserne vurderes årligt efter udarbejdelse af en retvisende og fyldestgørende redegørelse for, hvordan public service-forpligtelserne er opfyldt med henblik på en nærmere vurdering i Radio- og tv-nævnet.

DR opfylder en lang række af samfundsfunktioner, som enten ikke ville blive varetaget, eller som ikke ville blive varetaget i samme omfang eller med samme kvalitet, såfremt DR ikke blev bevaret.

DR er behandlet kortfattet, som følge af at institutionen har en særstilling i udvalgets kommissorium.

DR skal fortsat indsende nye tjenester og væsentlige ændringer af eksisterende tjenester til værdi- og markedstest, således at kommercielle aktører ikke udsættes for urimelig konkurrenceforvriddning.

Udvalget har dog været opmærksom på, at DR på grund af sin finansieringsform og annonceafhængighed er mindre konjunkturfølsom og mindre truet af konkurrence end de kommercielle medier. Public service-virksomhed er af natur konkurrenceinfluerende. Men i forbindelse med lavkonjunktur og særligt ved strukturelle nedgangstendenser på annoncemarkedet bliver DR med sin upåvirkede, faste økonomi relativt stærkere, hvorved balancen mellem statslig og privat medievirksomhed gradvis forrykkes.

Omvendt gælder det, at de annoncefinansierede medievirksomheder vil have en konkurrencefordel under højkonjunkturer i forhold til DR, som ikke kan øge sine indtægter via annonceindtægter. På tv-markedet vil en stigende udbredelse af abonnementsfinansierede tv-kanaler endvidere udgøre en konkurrencemæssig udfordring for DR, da sådanne konkurrerende tv-kanaler har både en forholdsvis fast abonnementsindtægt og en mulighed for at øge deres reklameindtægter.

6.1.1.2 TV 2 Regionerne

TV 2 Regionerne er 8 selvstændige juridiske institutioner uden for kulturministerens almindelige instruktionsbeføjelse. De enkelte bestyrelser har råderet over de tildelte licensmidler inden for de områder, der er specificeret i lovgivningen og public service-kontrakten. TV 2 Regionerne har til opgave at producere nyheder og aktualitetsprogrammer, som vises på deres sendetidspunkter på TV 2s hovedkanal og den lokale, regionale kanal. Formålet er at sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat i deres lokalområde.

TV 2 Regionerne skal lægge vægt på tilknytningen til regionen, og dette skal i programlægningen afspejle mangfoldigheden af kultur, livsopfattelser og livsvilkår.

TV 2 Regionerne skal tage hensyn til, at programvirksomheden ikke i alvorlig grad skader mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Samtidig skal TV 2 Regionerne styrke handicappedes adgang til public service-tilbuddene.

TV 2 Regionerne skal have selvstændige internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bidrager til opfyldelse af public service-formålet. Internetsitet skal indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billeder, lyd og tekst. TV 2

Regionerne skal i kontraktperioden anvende åbne standarder for at sikre tilgængeligheden for brugerne.

TV 2 Regionerne skal være i dialog med befolkningen i regionen om programvirksomheden, særligt med lytter- og seerorganisationer. Dialogen kan finde sted i repræsentantskabet i de enkelte regioner.

TV 2 Regionernes opfyldelse af forpligtelserne vurderes årligt efter udarbejdelse af en redegørelse for, hvorvidt public service-forpligtelserne er opfyldt med henblik på en nærmere vurdering i Radio- og tv-nævnet.

TV 2 Regionerne er en væsentlig del af public service-udbuddet som selvstændige indholdsproducenter af nyheds- og aktualitetsindhold på regionalt niveau sammen med DR Regioner (P4). TV 2 Regionerne reguleres af public service-kontrakten og i øvrigt i henhold til den i medieforliget indgåede aftale omkring finansiering.

TV 2 Regionerne kan, i lighed med DR, ikke umiddelbart sammenlignes med de andre støttemodtagere. Mediestøtteudvalget har derfor valgt, i lighed med behandlingen af DR, at holde den konkrete organisering af TV 2 Regionerne uden for udvalgets arbejde.

6.1.2 FM4: Radio24syv – bundne midler indtil 2019

Udbuddet af den fjerde jordbaserede FM-frekvens med direkte statslig støtte er en ordning, som, til trods for at den endnu ikke er trådt i kraft, er interessant. Ordningen giver støtte til produktion af indhold med henblik på at etablere konkurrence til DR. FM4-udbuddet indeholder en række af krav til programproduktion, jf. tilladelsen til Radio24syv. Ordningen giver dermed også støtte til produktion af nationalt egenproduceret indhold.

Mediestøtteudvalgets vurdering er, at der ikke kan tages stilling til støttemidler til Radio24syv på nuværende tidspunkt, idet tilladelsen først udløber i 2019.

6.1.3 Individuel projektstøtte til journalistik – fravælges

Mediestøtteudvalget har overvejet spørgsmålet om individuel projektstøtte til journalistik. Spørgsmålet blev diskuteret med udgangspunkt i problemstillingen om objektive kriterier for støttetildeling over for faglig, subjektiv vurdering af støtteværdighed.

Mediestøtteudvalget vurderede, at det ville være uhensigtsmæssigt, hvis et nævn nedsat af staten skulle være den sidste godkendende redaktion, inden et bestemt tema eller en historie undersøges. Muligheden for at et af staten nedsat nævn endte med at afgøre, hvorvidt et bestemt journalistisk projekt skulle støttes frem for et andet, blev af udvalget fundet uhensigtsmæssig. En sådan redaktionel beslutning blev vurderet som hørende hjemme hos de individuelle uafhængige mediers redaktioner.

Freelancere vil således heller ikke kunne opnå støtte til individuelle journalistiske projekter. Begrundelsen er den samme som ovenfor. Det bør ikke være et statsligt nedsat nævn, der vurderer, hvad der bliver undersøgt eller gravet i, men tværtimod redaktionerne i de enkelte medievirksomheder. Til gengæld er udgiften til freelancere inkluderet som værende en del af de redaktionelle udgifter, som der således kan opnås støtte til.

6.1.4 Public Service-Puljen – kun ændring i forhold til platformneutral model

Public Service-Puljens nuværende indretning bevares som udgangspunkt i den platformafhængige og i den delvist platformneutrale model. Udvalget noterer, at PS-puljen er ændret i forbindelse med den mediepolitiske aftale for 2011-2014, således at kommerciel radio kan opnå støtte, herunder til radionyhedsprogrammer. Der er tale om en nyskabelse i forhold til støtte, og man må afvente, hvad muligheden vil betyde.

I den platformneutrale model bliver ordningen også platformneutral i forhold til produktion af lyd og levende billeder, idet pengene overføres til innovationspuljen. Udvalget har diskuteret

kriterier for en eventuel platformneutral støtte og har vurderet, at der er visse vanskeligheder ved at etablere funktionelle kriterier på tværs af platforme.

6.1.5 Lokalradio- og -tv-puljen – afventer et nyt udvalgsarbejde

Mediestøtteudvalget er af den opfattelse, at puljen, der lægger beslag på en begrænset andel af de samlede støttemidler, kan bidrage til at sikre lokal forankring, understøtter nærdemokratiet og har en demokratisk funktion i form af støtte til produktion af græsrodsindhold.

Overordnet er udvalget enige om, at ordningen har behov for et eftersyn, og finder således, at man med fordel kan overveje ordningens type og karakter. F.eks. kunne man stille større krav til tilskudsmodtagerne, ligesom støtte til andre distributionsformer end radio og tv, der kan medvirke til at sikre forankring i lokalsamfundet, kunne overvejes.

Inden udskrivningen af valget den 15. september 2011 blev der truffet politisk beslutning om nedsættelse af et udvalg – Udvalget vedrørende den fremtidige regulering af lokalradio- og -tv-området – som de relevante parter skulle være repræsenteret i. Udvalget er ikke nedsat endnu, men Mediestøtteudvalget anbefaler, at politikernes valg af mediestøttemodel, baseret på Mediestøtteudvalgets rapport, skal være retningsgivende for et eventuelt lokalradio- og -tv-udvalgs arbejde, så ordningerne bliver sammenhængende.

6.1.6 Særlige indsatspuljer – fravælges

Mediestøtteudvalget har drøftet, hvorvidt der skulle etableres særlige puljer med henblik på at støtte indholdsproduktion til særlige målgrupper som eksempelvis børn og unge, ældre, handicappede, beboere i tyndt befolkede områder m.v.

Udvalget vurderede, at en sådan støtte burde indeholdes i de generelle støttepuljer som eksempelvis Public Service-Puljen, som det er tilfældet i dag, men også i de innovationspuljer, som indgår i alle de af udvalget foreslåede støttemodeller.

En særlig indsats vedrørende børn og unge er således integreret i innovationspuljerne, jf. 6.1.8 nedenfor.

6.1.7 Sikring af alle borgeres mediebehov – i fokus

Som følge af at udvalget har fravalgt særlige indsatspuljer til at støtte indholdsproduktion til særlige målgrupper, jf. ovenfor, har udvalget diskuteret, hvorvidt mediestøtten sikrer, at alle borgere i Danmark har mulighed for rimelig adgang til at få opfyldt behov for samfundsmæssig relevant information, oplysning og deltagelse i debatten. Dette skal ses i lyset af forskellige forbrugergrupperes mediepræferencer, særlige behov og forhold.

Som der er redegjort for i afsnit 3.1, har unge et markant anderledes medieforbrug end resten af befolkningen. Unge vælger især trykte medier i form af aviser og magasiner fra til fordel for tv og IP-baserede medier som kilde til information om samfundsforhold og politik. De unge vil således i højere grad blive tilgodeset af en ændring af mediestøtten, som støtter IP-baserede medier på linje med de øvrige medier. I tillæg hertil foreslår udvalget, at indsatser vedrørende børn og unge tilgodeses i innovationspuljerne, jf. nedenfor.

Med et ønske om at kunne støtte den teknologiske og markedsmæssige udvikling i mediebranchen finder udvalget, at det er vigtigt også at huske på de forbrugere, der ikke vil have glæde af at kunne tilgå nyheder fra nye IP-baserede platforme, f.eks. på grund af manglende it-kompetencer. De fleste ældre foretrækker en trykt avis og lytter i stort omfang til radio. De modeller, som udvalget foreslår, bør bl.a. af den grund både kunne sikre de fleste trykte medier og de fleste radiostationer samme støtteniveau som hidtil og kunne sikre nye udviklingsmuligheder, der kan medvirke til disse mediers fremtidige bæredygtighed. Mange former for handicap vil i relation til mediebrug kunne tilgodeses ved ny teknologisk udvikling med fokus på særlige behov. I de foreslåede støttemodeller lægges der stor vægt

på mulighederne for teknologisk udvikling, og især de foreslåede platformneutrale ordninger vil kunne støtte udvikling på tværs af teknologier.

Beboere i tyndt befolkede områder har et legitimt krav på lokal mediedækning og på medier, der på demokratisk vis kan understøtte den lokale demokratiske debat. For i nogen udstrækning at efterkomme dette behov foreslår udvalget, at modellerne indeholder en supplementsordning i stil med den nuværende supplementsordning, der fordeler ekstra midler til særligt meriterede og samfundsønskelige medier. En ny supplementsordning vil også skulle inkludere dagblade forankret i lokale områder, såfremt disse blade som følge af de foreslåede støttemodeller vil få væsentligt mindre i støtte end under den nuværende distributionsstøtteordning.

I udvalgets arbejde med at sikre et tilstrækkeligt videngrundlag blev det tydeligt, at det kun i ringe grad kan dokumenteres, hvorledes mediestøtten fordeler sig blandt borgerne, og hvilke konsekvenser det har i forhold til at sikre alle borgers mediebehov på tværs af demografiske skel som ung/gammel, land/by, kort uddannelse/lang uddannelse osv. Da det ikke kan udelukkes, at den nuværende eller fremtidige mediestøtte kan have uintenderede konsekvenser, eksempelvis ved at favorisere eller udelukke en større del af befolkningen, ville det være hensigtsmæssigt i fremtiden at evaluere, om formålene med den offentlige mediestøtte opfyldes.

6.1.8 Børn og unge – støtte via innovationspuljen

Udvalget er af den opfattelse, at det er vigtigt at have opmærksomheden rettet mod fremtidens mediebrugere.

Ud over indførelse af støtte til de unges foretrukne medier, de IP-baserede, vil udvalget gerne kunne understøtte, at børn og unge på linje med ældre mediebrugere lærer og finder det naturligt at anvende medierne til at holde sig orienteret og deltage i samfundsdebatter, som understøtter demokratiet.

Mediestøtteudvalget har derfor drøftet, hvordan en særlig støtte til indsatser over for børn og unge kunne indeholdes i de generelle støtteordninger.

Udvalget finder, at det især er i forbindelse med innovationsstøtten, at der er mulighed for at tage et særligt hensyn til indsatser over for børn og unge. Det foreslås konkret, at kravene til egenfinansieringen af projekter rettet mod børn og unge gøres mindre end ved øvrige projekter.

Derimod ville det være vanskeligt at indarbejde særlige incitamenter i produktionsstøtteordningerne, der kan fremme indholdsproduktion til børn og unge.

Udvalget er opmærksom på, at der allerede eksisterer en række tiltag i ind- og udland, der har til formål at gøre børn og unge fortrolige med at benytte medier, blandt andet ved at introducere dem til avislæsning eller formidle nyheder direkte til målgruppen. Eksempler i mediernes eget regi er dagbladenes fælles tilbud til undervisningsinstitutioner, *Avisen i undervisningen*, og DR's kommende nye særlige børnenyhedsudsendelser.

Som følge af at unge især vælger papiravisen fra, har Mediestøtteudvalget drøftet den franske støtteordning bestående af et tilbud til unge mellem 18 og 24 år om et gratis abonnement på en avis ugentligt efter eget valg. Det er endnu for tidligt at vurdere, om ordningen har en effekt over længere tid og øger unges avislæsning.

Udvalget vurderer, at et sådant tiltag ikke kan hindre udviklingen, hvor unge søger nyheder online. En gratis avis kan muligvis understøtte unges avislæsning, men samtidig vurderer udvalget, at det vil være mere hensigtsmæssigt, hvis en ændret mediestøtte giver de enkelte medievirksomheder mulighed for på forretningsmæssige vilkår at imødekomme udviklingen på en måde, som de finder strategisk hensigtsmæssig.

6.1.9 Magasinpressen – støtte, hvis de nye kriterier opfyldes

Mediestøtteudvalget har diskuteret den konkurrenceforvridning, som ifølge magasinpressen er en følge af den nuværende støtte til dagbladene. Baggrunden er, at dagbladene bringer

meget stof, herunder magasinlignende tillæg, om fritid, boligindretning, mad, biler, både og andre emner, som er centrale for mange magasinudgivere. Magasinpressen møder derfor på sine typiske stofområder konkurrence fra dagblade (og også tv-stationer), som, i kraft af at de med deres øvrige stofområder opfylder kravene til mediestøtte, modtager distributions-tilskud mv. Dagbladene har, modsat magasinerne, tillige 0-moms.

Udvalget vurderer, at enkelte dele af magasinpressen muligvis vil kunne opfylde betingelserne i de foreslåede produktionsstøtteordninger, hvor emneafgrænsningen for støtteværdige publikationer foreslås udvidet, jf. 6.3.2.1.

6.1.10 Lokale ugeaviser – støtte, hvis de nye kriterier opfyldes

Mediestøtteudvalget har ligeledes diskuteret de lokale ugeaviser, som ikke er omfattet af de nuværende støtteordninger, blandt andet fordi der under Dagbladspuljen er krav om, at dagbladene skal udkomme mindst fem hverdage om ugen, og fordi der under Ugeavispuljen er krav om, at ugeavisen skal være landsdækkende. Der er i dag ca. 215 lokale ugeaviser, hvoraf mindst 19 på nuværende tidspunkt har 3 redaktionelle medarbejdere eller derover, og omkring 5 har mindst 5 redaktionelle medarbejdere. I de nye modeller er der ingen hindringer for, at de lokale ugeaviser vil kunne modtage støtte, hvis de opfylder kravet om at have en tilstrækkelig kritisk redaktionel masse i form af et tilstrækkeligt antal redaktionelle medarbejdere og i øvrigt opfylder kriterierne, herunder et krav om mindst 50 % redaktionelt indhold, hvilket ingen lokale ugeaviser kan indfri i dag. I den situation vurderes de at ville bidrage til den demokratiske oplysning på lige fod med de øvrige støttede medier.

6.1.11 Nyhedsbureauer – ikke støtteberettigede

Bureauer som Ritzau, Newspaq og Dagbladenes Bureau forsyner den danske presse med en stor del af det redaktionelle indhold. Dette gælder for alle nyhedsmedier på alle platforme. Især nyhedstelegrammerne har en stor demokratisk værdi, idet de spreder samfundsmæssig og kulturel oplysning og er med til at styrke informationsgrundlaget for den demokratiske debat. Små notitser i form af bureaustof læses desuden af mange, som ellers i øvrigt ikke giver sig i kast med at læse længere artikler.

Det bør desuden tillægges vægt, at medierne har nyhedsbureauer og heraf mindst et nationalt bureau, der kan måle sig med andre europæiske nationale bureauer med hensyn til at sikre forsyningslinjer til indhold om danske samfundsforhold samt et dansk perspektiv på udenlandske begivenheder. Det er samtidig af stor betydning, at væsentlige informationer kan afleveres til uafhængige nyhedsbureauer, der kan sprede informationen bredest muligt.

Udvalget har på baggrund heraf diskuteret, hvorvidt det synes formålstjenligt at støtte produktionen af redaktionelt bureaustof. Udvalget har imidlertid vurderet det uhensigtsmæssigt af flere årsager. Udvalget er blandt andet af den opfattelse, at mediestøtten kun bør gå til medier, som formidler samfundsrelevant oplysning direkte til befolkningen – ikke til bureauer, hvis kunder er medievirksomhederne. Desuden er det vanskeligt at vurdere, hvad der kan betegnes som et nyhedsbureau, herunder om kommunikationsbureauer, tænketanke, freelancere med flere også henhører under denne kategori. Derudover er der, hvis man støtter nyhedsbureauerne, stor risiko for, at man via produktionsstøtten kommer til at støtte samme redaktionelle stof flere gange – noget, der er taget højde for i de foreslåede modeller, idet støttemodtagerne her ikke kan medregne omkostninger til bureaustof og skal trække videresalg til medier i eller uden for koncernen fra de redaktionelle omkostninger. Det vil med andre ord sige, at indtægter fra videresalg modregnes i den samlede opgørelse over redaktionelle omkostninger, jf. beskrivelse af udmåling af støtte 6.3.3.

Udvalget har også overvejet, om det kunne være hensigtsmæssigt at give nyhedsbureauer adgang til innovationsstøtte i lighed med de muligheder, eksempelvis Ritzaus Bureau havde under Dagspressens Finansieringsinstitut, som blev afløst af Dagbladsnævnet, hvorunder Ritzaus Bureau ikke blev omfattet. Overvejelserne bygger på, at der fra ejerkredse og mod-

tagere af bureaustoffet løbende vil blive stillet krav om udvikling af leverancerne. Innovationsstøtten kunne således understøtte behovet for, at danske nyhedsbureauer fortsat kan levere indhold af høj kvalitet. Udvalget har imidlertid vurderet, at dette næppe ville være hensigtsmæssigt på grund af bl.a. afgrænsningsproblematikken.

6.1.12 Støtte til større infrastrukturomlægninger – henvist til politisk aftale

Udvalget har drøftet spørgsmålet om støtte til større politisk besluttede infrastruktur-omlægninger, herunder overgangen til nye teknologiske platforme. Spørgsmålet har særligt været drøftet i forhold til digitaliseringen af radio. Udvalget fandt, at en sådan overgang var støtteværdig, men samtidig må det konstateres, at sådanne omlægninger ligger uden for udvalgets arbejde, idet omkostningerne ved omlægninger af den størrelsesorden ikke kan indeholdes i den eksisterende økonomiske ramme. Der henvises derfor til, at dette må drøftes politisk i medieaftalekredsen på ad hoc-basis, når sådanne situationer måtte opstå.

6.1.13 Tidsskriftsstøtte til kunst og kultur – ingen ændring

Tidsskriftsstøtteordningen til tidsskrifter og magasiner inden for kunst og kultur er ligeledes blevet diskuteret af udvalget. Ordningen er knyttet til tipsmidlerne og har en størrelsesorden på 1,5 mio. kr. Ordningen giver produktionsstøtte ud fra et trangskriterium til både trykte og IP-baserede medier. Størstedelen af de ca. 80 blade vil udelukkende kunne fortsætte, hvis støtten opretholdes.

Vurderingen fra udvalget er, at formålet er støtteværdigt, men at ordningen ikke anses som mediestøtte, men derimod som kulturstøtte. Ordningen er derfor holdt uden for udvalgets arbejde.

6.1.14 Tilrådighedsstillelse af DR's indhold – ingen ændring

Mediестøtteudvalget har drøftet problemstillingerne af ophavsretlig og konkurrencemæssig karakter mv. i forbindelse med en eventuel tilrådighedsstillelse af DR's indhold for andre med henblik på kommerciel udnyttelse.

Det fremgår af Radio- og fjernsynsloven³⁸, jf. EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester³⁹, at indhold i form af aktuelt nyhedsstof gratis stilles til rådighed i korte uddrag for offentligheden for at sikre informationsfriheden inden for Den Europæiske Union, idet alle seere i Fællesskabet inden for visse rammer skal have adgang til begivenheder af stor interesse for offentligheden, som ikke kun skal være forbeholdt visse seere, der umiddelbart har adgang til særlige kanaler. Det kan f.eks. være VM eller De Olympiske Lege.

Såfremt det ikke falder inden for loven, og det angår en kommerciel udnyttelse af DR's indhold, sker ethvert salg af indhold på markedsvilkår, hvilket kræver en prisfastsættelse, der både dækker de langsigtede direkte og indirekte gennemsnitsomkostninger og sikrer DR en rimelig avance⁴⁰. Salg af indhold til kommerciel videreudnyttelse er således en kommerciel handling, hvilket er gældende i hele Europa.

Udvalget finder, at det på den baggrund således må forventes, at Kommissionen ikke vil acceptere, at DR som den eneste medievirksomhed i Europa iværksætter en gratis tilrådighedsstillelse af indhold til kommerciel udnyttelse som en public service-aktivitet, hvilket tillige vil kunne resultere i, at de licensmidler, der måtte være brugt, skal tilbagebetales. Desuden vil det kunne betyde, at de kommercielle kunder skal tilbagebetale den gevinst, som de har opnået, samt at konkurrenter vil kunne kræve erstatning for det tab, de har lidt.

Endvidere har udvalget vurderet, at en gratis tilrådighedsstillelse af indhold til kommerciel videreudnyttelse tillige vil kunne volde en række problemer i forhold til konkurrencelovens

³⁸ Jf. § 90, stk. 3 og stk. 4, i radio- og fjernsynsloven – lovbekendtgørelse nr. 477 af 6. maj 2010.

³⁹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2007/65/EF af 11. december 2007 om ændring af Rådets direktiv 89/552/EØF om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-spredningsvirksomhed, EØS-relevant tekst (2007).

⁴⁰ Jf. § 8 i bekendtgørelse nr. 1055 af 1. september 2010.

bestemmelser og statsstøttereglerne. Dels vil DR ved en manglende betaling ikke længere operere på markedsvilkår, dels vil der i så fald blive ydet statsstøtte til den kommercielle mediesektor eller andre kommercielle kunder, der måtte have en interesse i indholdet, fordi disse får en økonomisk fordel i form af en gratis overdragelse af bl.a. DR's producentrettigheder.

Endelig vil en gratis tilrådighedsstillelse medføre, at der skal indhentes de fornødne rettigheder fra rettighedshaverne, der bl.a. omfatter journalister, nyhedsbureauer, forfattere, instruktører, skuespillere, musikere og komponister.

På den baggrund har udvalget fundet, at de nuværende regler og situationen vedrørende tilrådighedsstillelsen af DR's indhold lægges til grund for udvalgets arbejde.

6.2 Modeldiskussion: Støtteordninger

Mediестøtteudvalget har vurderet, hvilke ordninger der kan medvirke til at fremtidssikre udviklingen af et dansk medielandskab, der understøtter demokratiet. I forbindelse med diskussionerne har det været væsentligt for udvalget, at ordningerne vil kunne fungere både som platformspecifikke og som platformneutrale.

Konkret bevirker dette i forhold til modelbeskrivelserne, at der er mange fællestræk, og at de væsentligste forskelle findes i, hvorvidt ordningerne er platformspecifikke eller platformneutrale, jf. bilag 9, som indeholder en oversigt over fælles henholdsvis individuelle træk ved de enkelte modeller.

I udvalget er der enighed om, at vækstlaget bør støttes for at sikre nye medievirksomheder en rimelig mulighed for opstart ved at reducere adgangsbarriererne. Samtidig blev det vurderet, at udvikling af de eksisterende medievirksomheder ligeledes bør støttes, uden krav om, at de støttede medier skal være i økonomiske vanskeligheder. Udvalget vurderede endvidere, at støtte bør tildeles i forhold til produktionen af dansk indhold i form af originalt egenproduceret redaktionelt stof frem for i forhold til distributionen af indhold.

Støttemodellerne indeholder derfor alle hovedordninger med redaktionel produktionsstøtte til egenproduceret, originalt indhold samt innovationsordninger med projektstøtte til etablering, udvikling og omstilling eller sanering af virksomheder med denne type af produktion.

6.2.1 Redaktionel produktionsstøtteordning

Et enigt udvalg anbefaler i forlængelse af konklusionerne om konsekvenserne af at bevare status quo, at støtte til distribution erstattes af støtte primært til produktion af indhold til danske medier.

Støtte til indhold giver mulighed for støtte til nye og ukendte medieplatforme såvel som til kendte medieplatforme med henblik på størst mulig udbredelse. Samtidig er det indholdet, der har det demokratiske perspektiv, som det er vigtigt at bevare. Udvalget vurderer, at en sådan støtte vil være fremtidssikret qua fokus på produktion og udbredelse af redaktionelt indhold frem for på teknologi eller distributionsform.

Herved flyttes støttens fokus fra distributionsomkostninger til indsatsen ved produktion af egenproduceret originalt indhold. En nærmere definition af egenproduceret redaktionelt indhold findes i afsnit 6.3.2.1.

Ordningen tager hensyn til, at medieindhold af en vis kvalitet har høje faste produktionsomkostninger, der ikke nødvendigvis kan finansieres effektivt på markedsvilkår på et marked af en størrelse som det danske. Dette som følge af, at mulighederne for at kapitalisere produktet effektivt er begrænset, samtidig med at der foreligger et bredere samfundsmæssigt hensyn til borgernes adgang til samfundsrelevant information og indhold af social, kulturel og demokratisk karakter.

En produktionsstøtteordning i forhold til den redaktionelle indsats er gentaget i de tre modeller med små variationer. Støtte kan ikke i nogen af modellerne tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner. Den helt platformneutrale model har således

forskellige kriterier for kommercielle og ikke-kommercielle medier, og den platformspecifikke model har to ellers identiske produktionsstøtteordninger, der er dedikeret til henholdsvis print- og IP-baserede medier.

6.2.2 Supplementsordning

I sammenhæng med produktionsstøtteordningen vurderer udvalget, at der er behov for en supplementsordning, der i lighed med den nuværende supplementsordning kan give yderligere støtte til særligt meriterede og samfundsønskelige medier, som opfylder kriterierne i hovedordningen, men som ikke i tilstrækkelig grad tilgodeses økonomisk ud fra de kriterier, der er for tildeling under hovedordningen.

Udvalget foreslår derfor, at der afsættes midler til en supplementsordning, som skal tildeles støtteberettigede medier inden for følgende tre kategorier:

- a) Mindre, landsdækkende dagblade, hvis samlede oplag er under 40.000 eksemplarer dagligt
- b) Små lokalt forankrede dagblade, hvor hovedparten af det redaktionelle stof udgøres af omtale af lokale forhold og lokal debat samt dagbladslignende publikationer
- c) Kommercielle fritstående IP-medier, som opfylder adgangskravene for at få del i produktionsstøtten, men som ikke udgives af en virksomhed, der også udgiver et støttet trykt medie, der er berettiget til 0-moms.

Inden for supplementsordningen afsættes separate midler til hver af de tre formål.

Fælles for de tre kategorier er, at støtte under supplementsordningen alene tildeles producenter af indhold, der omfatter mindst 75 % redaktionelt stof. Derudover skal mindst 50 % af det redaktionelle indhold være egenproduktion. Begrundelsen er, at støtten øges, som følge af at mediet ikke har samme mængde reklamer som flerheden af medier, og at det har en høj, omkostningstung egenproduktion.

Udgiverloftet under hovedordningen for den redaktionelle produktionsstøtte gælder også for den samlede støtte, inkl. supplementsordning, jf. afsnit 6.3.5.

Herudover gælder for de respektive kategorier følgende:

a. Mindre, landsdækkende dagblade eller dagbladslignende publikationer, hvis samlede oplag er under 40.000 eksemplarer dagligt

Den nuværende supplementsordning blev indført for at kompensere for, at nogle blade ved overgangen fra den tidligere portotilskudsordning til distributionsstøtteordningen ville få overlevelsestruende mindre i tilskud. I dag modtager Dagbladet Information, Kristeligt Dagblad, Arbejderen og Der Nordschleswiger supplementsstøtte ud fra følgende kriterier: Enten skal dagbladet være et mindre, landsdækkende dagblad, hvor andelen af det redaktionelle stof udgør mindst 75 %. Ved et mindre dagblad forstås et dagblad, hvis samlede daglige oplagstal er under 50.000 eksemplarer.

Eller også skal dagbladet henvende sig til et nationalt mindretal i Danmark, hvilket ifølge international konvention kun er det tyske mindretal i Slesvig.

Disse blade vil – med undtagelse af Der Nordschleswiger – få væsentligt mindre under en støtteordning, som er baseret på de redaktionelle omkostninger i stedet for på antallet af distribuerede eksemplarer. Det skyldes, at de gennem rationaliseringer har reduceret deres redaktionelle omkostninger, men samtidig har et relativt stort oplag.

Det skal være et krav for at få del i denne pulje under en ny supplementsordning, at et blad under hovedordningen modtager mindre, end bladet fik samlet under distributionsordningen umiddelbart før overgangen til den nye mediestøtte. Det vil i de fremlagte eksempler betyde, at Dagbladet Information og Kristeligt Dagblad vil få del i ordningen, mens det ikke vil være

tilfældet for Der Nordschleswiger, som ved omlægningen af hovedordningen vil få et øget tilskud. Arbejderen, som ejes af et politisk parti, vil ikke være tilskudsberettiget under en ny ordning, jf. 6.3.2.1, og vil dermed heller ikke kunne få supplementsstøtte.

Modtagerne af denne supplementsstøtte skal ikke kunne få mere i støtte, end at den samlede støtte fra hovedordning og supplementsordning ikke overstiger støtten modtaget under den nuværende ordning. Støtten udmåles i forhold til spændet mellem støtten i den nye ordning og støtten i det senest opgjorte år i distributionsstøtteordningen.

b. Små lokalt forankrede dagblade, hvor hovedparten af det redaktionelle stof udgøres af omtale af lokale forhold, samt dagbladslignende publikationer

Midlerne til denne pulje vil variere fra år til år, idet det foreslås, at puljen består af restmidler fra hovedordningen som følge af omfordelingen med de forskellige lofter for maksimal støtte, jf. afsnit 6.3.5.

Beregningerne af konsekvenserne af en omlægning af den eksisterende distributionsstøtte til en platformneutral produktionsstøtte vil give et overlevelsestruende tab for få lokale dagblade. Derudover vil nogle modtagere af støtte fra Dagbladspuljen og Ugeavispuljen på grund af en regel om, at ingen af de nuværende støttemodtagere kan få mere i støtte under en ny ordning end 110 % af den nuværende støtte, jf. afsnit 6.3.5, blive fastlåst på et meget lavt niveau af produktionsstøtte i forhold til deres redaktionelle omkostninger.

Da lokale dagblade har en stor betydning for den lokale demokratiske debat, foreslås supplementsordningen også at omfatte blade, som opfylder de samme betingelser som under punkt a – dvs. modtager mindre, end de fik samlet under distributionsordningen før overgangen til den nye mediestøtte.

Ifølge konsekvensberegningerne vil det eventuelt kunne blive Helsingør Dagblad og Sjællandske, der skulle omfattes af denne ordning, mens Randers Amtsavis og Århus Stiftstidende sandsynligvis ikke vil kunne nyde godt af puljen på grund af udgiverloftet for det samlede tilskud.

Modtagerne vil maksimalt kunne modtage 110% af den nuværende støtte.

For dagbladslignende publikationer foreslås, at publikationen skal kunne få del i ordningerne, hvis støtten fra hovedordningen udgør mindre end 10 % af den redaktionelle indsats, selv om de derved overskrider 110 %-loftet. Det er medier, som de seneste år har flyttet den redaktionelle indsats fra tryk til IP-medier og derfor har fået reduceret distributionsstøtte.

Modtagere af støtte under denne del af supplementsordningen vil kunne få del i midlerne enten i forhold til nedgangen i deres tilskud sammenlignet med 2011 eller i forhold til spændet mellem støtteprocenten af den redaktionelle indsats og den gennemsnitlige støtteprocent i den sammenlignelige gruppe.

Modtagerne vil maksimalt kunne modtage 110 % af den nuværende støtte.

c. Kommercielle fritstående IP-medier, som opfylder adgangskravene for at få del i produktionsstøtten, men som ikke udgives af en virksomhed, der også udgiver et støttet trykt medie, der er berettiget til 0-moms

Den foreslåede redaktionelle produktionsstøtte indebærer, at fritstående IP-medier stilles ulige i konkurrencen med andre redaktionelle støtteberettigede medier.

- De fritstående IP-medier har ikke 0-moms, og de modtager derfor alene støtte via produktionsstøtten og får ikke del i de ca. 1,0 milliarder kr., som gives i indirekte støtte til de trykte medier. IP-medier, som udgives af medievirksomheder, der også er berettiget til 0-moms, får dermed en indirekte støtte.
- De fritstående IP-medier er i konkurrence med DR, som via licensmidler har oprettet netportaler, som påfører de fritstående netmedier konkurrence.

- IP-medier udgivet af dagblade eller licensfinansierede tv- og radiostationer kan gennem henvisninger i de støttede medier generere trafik på deres IP-baserede portaler, hvilket er en mulighed, som de fritstående IP-medier ikke har.

Da det med omlægningen af mediestøtten også er et formål at få skabt grobund for udvikling af redaktionelt funderede medier på nye platforme, er der for denne gruppe et behov for en støtte ud over den, som disse medier vil få via hovedordningen.

Det foreslås derfor, at der afsættes en pulje på 4 millioner kr. i supplementsordningen til fritstående IP-medier. Et IP-medie kan dog maksimalt få en samlet produktionsstøtte (hoved- + supplementsordning) svarende til 50 procent af de redaktionelle udgifter. Et eventuelt ubrugt beløb fra denne del af supplementspuljen overføres til hovedordningen til fordeling i efterfølgende år, ligesom tiloversblevne midler fra supplementsordningen i øvrigt skal overføres til hovedordningen.

Blandt de støtteberettigede IP-medier omtalt i bilag 4 vil formentlig alene Avisen.dk og Altinget.dk kunne få del i supplementsordningen som fritstående IP-medier. I henhold til beregningerne i bilag 4 forudsættes således ca. halvdelen af denne del af supplementspuljen at gå til disse to medier, hvilket efterlader ca. 2 mio. kr. til øvrige medier, der måtte blive omfattet.

Supplementsordningen under pkt. c udmåles efter samme kriterier som hovedordningen.

6.2.3 Etableringsstøtte

Udvalget drøftede etableringsstøtte, som ansås som nødvendig for at fremtidssikre branchen og nedbryde de umiddelbare adgangsbarrierer, der er skabt under de eksisterende markedsforhold. Støtten er tænkt som en "kickstart" for virksomheden med støtte til etablering og indledende drift, hvorefter den skal kunne klare sig på markedsmæssige vilkår (inklusive øvrig offentlig mediestøtte). Virksomheder, der modtager støtte fra puljen, skal som udgangspunkt ikke kunne søge midler fra produktionsstøtteordningen, før etableringsstøtten ophører, men de skal ved etableringsstøttens ophør kunne opfylde adgangskriterierne i hovedordningen. Kravene for etableringsstøtte er begrænsede, men støtten skal baseres på en konkret ansøgning med en bæredygtig forretningsplan.

Vurderingen er, at en sådan støtte kan medvirke til at sikre muligheder og grobund for et vækstlag af nye medievirksomheder, der har fokus på redaktionelt indhold. Ordningen kan således medvirke til at reducere adgangsbarriererne for nye virksomheder af denne type.

Etableringsstøtten kan ydes i form af eksempelvis kvartalsvise driftsbeløb for at begrænse statens risiko. Støttmodtagere skal årligt rapportere projektets fremgang i en redegørelse.

6.2.4. Udviklings- og omstillingsstøtte

Udviklings- og omstillingsstøtte skal fortsat være en mulighed, men med væsentligt ændrede kriterier i forhold til det nuværende Dagbladsnævn. Ordningen skal åbnes for flere ansøgere – herunder IP-baserede medier – og kravet om, at et medie skal være i økonomiske vanskeligheder, udgår, for at undgå at støtten kommer for sent. Dermed kan en sådan ordning medvirke til at fremtidssikre branchen og udviklingen inden for denne, særligt i forhold til samspillet mellem forskellige medietyper.

Vurderingen er, at en udvidet udviklings- og omstillingsordning vil være en fordel for branchen som helhed og medvirke til at fremme mediernes stadige tilstedeværelse med kvalitetsindhold på platforme, som borgerne benytter.

6.2.5. Saneringsstøtte

Medier, der opfylder kriterierne for støtte fra hovedordningen og på grund af deres indhold som sådan anses for egnede til at fremme formålet med mediestøtten, jf. kap. 5, kan søge om saneringsstøtte.

Saneringsstøtte kan tildeles efter specifik behovsvurdering i Medienævnet. Saneringsstøtten skal søges med begrundet beskrivelse af, hvorfor saneringsstøtte er nødvendig for at sikre mediets umiddelbare overlevelse, samt hvordan saneringsstøtten kan medvirke til, at mediet undgår lukning.

Ansøgning indsendes med tidsplan samt overvejelser om udvikling og omstilling af mediet med henblik på at sikre en mulig fremtidigt bæredygtig medievirksomhed.

Saneringsstøtte kan alene tildeles ved akut behov.

6.3 Modeldiskussion: Konkret indretning

Nedenfor beskrives dele af diskussionerne i Mediestøtteudvalget om årsagerne til støtteordningernes foreslåede konkrete indretning med hensyn til adgangs- og udmålingskriterier. Afsnittet har til formål kort at beskrive begrundelserne for de truffede beslutninger om støtteordningernes konkrete indretning. Kriterierne vil i hovedsagen være ens i de tre modeller, men med enkelte forskelle i forhold til modeltype, hvor der vil være forskel mellem platformneutrale og platformspecifikke modeller. I beskrivelsen af de tre modeller henvises derfor til første gang, kriterierne beskrives, og forskelle trækkes frem.

Udvalget drøftede, hvordan man kunne yde støtte efter objektive kriterier til produktionen af egenproduceret originalt redaktionelt indhold på en enkel, håndterbar måde. Målet er at undgå store administrative byrder for ansøger samt tunge kontrolforanstaltninger og samtidig bevare en forvaltningsretlig sikkerhed for ligebehandling.

6.3.1 Risikovillighed

Risikovillighed i forhold til støtte til produktion, etablering af nye virksomheder, udviklings- og omstillingsprojekter samt sanering er blevet drøftet. I den sammenhæng blev det vurderet, at risikovilligheden som udgangspunkt for produktionsstøtte skulle være begrænset. Risikovilligheden i forhold til etableringsstøtten bør være forholdsvis høj, da meningen med ordningen er, at staten bør være villig til at tage en risiko for at sikre pluralismen i mediebilledet, men samtidig bør bæredygtigheden i projektet inddrages i vurderingen, af hensyn til at der er tale om skatteydernes penge. Udviklings- og omstillingsstøtten bør efter udvalgets mening være underlagt en moderat risikovillighed, hvilket afspejles i ordningens konkrete indretning, herunder egenfinansieringsdelen. Risikovilligheden i forhold til saneringsstøtten skal være høj, men under hensyntagen til sandsynligheden for, at hjælpen medvirker til at sikre mediets overlevelse på længere sigt, samt under hensyntagen til omfanget af de tilbageværende støttemidler.

Risikovillighed er drøftet med udgangspunkt i forskellige overvejelser, herunder om kautions eller lån skulle være en mulighed. I den sammenhæng blev det vurderet, at direkte støtte var at foretrække for dermed at sikre det bedst mulige udgangspunkt for nye medievirksomheder og nye udviklingsprojekter.

6.3.2 Adgangsbetingelser

Udvalget har drøftet spørgsmålet om adgangskriterier, herunder særligt hvordan redaktionelt indhold og egenproduceret redaktionelt indhold bør defineres og sikres.

For at en publikation kan modtage støtte, skal dens redaktionelle indhold understøtte det danske demokrati ved at være redigeret til et dansk publikum og bestå af beskrivelser af danske samfundsforhold og/eller et dansk perspektiv på udenlandske begivenheder. Desuden skal indholdet leve op til professionelle og etiske normer for journalistik. Medier med publiceret indhold på andre sprog end dansk, hvis hovedindhold opfylder samme krav som ovenfor nævnt, kan ligeledes opnå støtte.

6.3.2.1 Indholdskriterier og uafhængighed

I dag kan kommercielle dagblade og dagbladslignende publikationer få distributionsstøtte, hvis indholdet opfylder følgende krav:

1. Publikationen skal henvende sig til en bred kreds af læsere og må ikke være rettet mod bestemte erhvervs- eller faggrupper, medlemmer af enkelte politiske partier eller foreninger.
2. Mindst halvdelen af publikationens indhold skal være redaktionelt stof, det vil sige ikke annoncer, i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.
3. Mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.
4. Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være selvstændigt journalistisk bearbejdet med henblik på offentliggørelse i den pågældende publikation.

Udvalget foreslår på baggrund af udviklingen samt erfaringerne med den nuværende administration af distributionsstøtten kriterierne ændret på følgende måde for de trykte og digitale medier:

1. Publikationen skal henvende sig til en bred kreds af læsere og må ikke alene være rettet mod bestemte erhvervs- eller faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, enkelte politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner. Politiske partier og offentlige institutioner må endvidere ikke være medejere af publikationen.

Udvalget har udspecificeret det nuværende indholdskriterium om bredde samt indført et skærpet krav til publikationens uafhængighed i form af et nyt kriterium vedrørende dens ejerskabsforhold. Mere specifikt anbefales det, at man øger sikkerheden for, at der udelukkende gives støtte til uafhængige medier og ikke til fremme af særinteresser. Hermed introduceres et mere objektivi kriterium – ejerskab – som supplement til det hidtidige indholdskriterium.

Udvalget foreslår således, at der indføres et krav om, at politiske partier⁴¹ og offentlige institutioner (herunder KL) ikke må være medejere af publikationen.

Reglen vil betyde, at avisen Arbejderen og den dagbladslignende publikation Danske Kommuner, som begge får distributionstilskud i dag, ikke kan få tilskud under de nye ordninger.

Udvalget har herudover drøftet, hvorvidt ejerskabskriteriet også burde omfatte publikationer ejet af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer. Et tillæg til ovennævnte kriterium ville i det tilfælde lyde: "Arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer må endvidere ikke have bestemmende indflydelse over publikationen, defineret som ejerskab til mere end 50 % af publikationen".

Ved at udvide ejerskabskriteriet opnås, at støtten heller ikke går til indhold, der har sit udspring i disse gruppers særinteresser.

Omvendt kan publikationer ejet af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer være relevante for en bred kreds af læsere, hvis indholdet primært omfatter faglige emner frem for gruppernes særinteresser såsom foreningsinteresser og -forhold og dermed bidrager til den demokratiske oplysning, direkte eller via mediernes fødekæde. Udvalget er i den forbindelse opmærksomme på fagmediernes øgede rolle i den journalistiske fødekæde samt ønsket om mangfoldighed i det danske mediebillede.

Vælger man et ejerskabskriterium, der alene vedrører politiske partiers og offentlige institutioners ejerskab, vil det betyde, at publikationer som Agenda, Dansk Handelsblad, DI Business, Fagbladet FOA, Fagbladet 3F, Fagbladet Folkeskolen, Ingeniøren, Landbrugs-

⁴¹ Der bør indføres en bagatelgrænse vedrørende kriteriet om politisk ejerskab, således at opkøb af enkelte aktier ikke i sig selv udelukker et medie fra at være støtteberettiget. Medienævnet tillægges kompetence til at træffe afgørelse herom.

avisen, Sygeplejersken og Ugebrevet A4 formentlig vil kunne modtage støtte i henhold til de nye indholdskriterier, jf. nedenfor. I dag er det af disse kun Ingeniøren, som får støtte efter de gældende indholdskriterier.

De økonomiske konsekvenser heraf – set i forhold til en fordeling ud fra et ejerskabskriterium, der alene omfatter politiske partier og offentlige institutioner – fremgår af bilag 4b. Omfordelingen vil medføre negative konsekvenser for dele af de uafhængige medier, som støttes i dag, idet der forventes en omfordeling fra de nuværende støtteberettigede dagblade og ugeaviser til fagmedier på omkring 17 mio. kr. Værst ramt støttemæssigt ved at indføre et bredt ejerskabskriterium er Ingeniøren, der mister dets støtteberettigelse som følge af kriteriet. Ingeniøren udgives af Mediehuset Ingeniøren A/S, da koncernen 100 % ejes af IDA, og har en bestyrelse uden politiske repræsentanter og med uafhængig redaktionel linje, og som hver uge når 166.000 læsere. Ingeniøren modtog i 2010 4,1 millioner kr. i distributionsstøtte.

Den værst ramte koncern, størrelsesmæssigt, ved indførelse af et smalt ejerskabskriterium, der alene vedrører politiske partier og offentlige institutioners ejerskab er Sjællandske Medier, der vil miste 5,4 mio. kr. jf. bilag 4b. i forhold til deres nuværende støtte, men som ved det brede ejerskabskriterium, ifølge bilag 4a, vil opnå en øget støtte på 2,5 mio. kr.

2. Mindst halvdelen af publikationens indhold skal være redaktionelt stof i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.

Udvalget foreslår, at kriteriet bevares som under den nuværende distributionsstøtteordning, så man sikrer sig, at annonceandelen fortsat ikke fylder uforholdsmæssigt meget sammenlignet med oplysningsandelen.

Udvalget definerer redaktionelt stof som indhold, der ikke udgør annoncer. Det kan være egenproducerede artikler, artikler skrevet af freelancere, bureaustof, listestof, billeder m.m. samt debatstof som f.eks. læserbreve, redigerede blogs og debatindlæg, redigeret brugergenereret indhold og andet redaktionelt indhold.

I forbindelse med IP-medier, der ofte benytter sig af blogs o.l., er det dog vigtigt at slå fast, at debatstof som blogs og andet brugergenereret indhold kun anses for redaktionelt indhold, såfremt det er redigeret.

3. Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske og samfundsrelaterede emner.

Faglige publikationer om f.eks. kultur, sundhedsforhold, erhvervsforhold eller naturvidenskab, der primært behandles ud fra en politisk eller samfundsrelateret vinkel, vil også være at betragte som overholdende betingelsen.

Kravet til bredden i indholdet er ændret i forhold til de nuværende kriterier. Dette er sket ud fra en vurdering af, at omnibusaviserne i dag i højere grad end tidligere suppleres af de mere nicheprægede medier, der indtager en større rolle som indholdsproducenter og informationskilder end tidligere, idet de står for omkring 10 % af nyhedsproduktionen. En ændring af det nuværende krav vil sandsynligvis betyde, at en række publikationer, der på nuværende tidspunkt ikke modtager støtte, vil blive støtteberettigede. Også dette forhold er afspejlet i beregningerne i rapportens bilag 4a og 4b.

4. Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være egenproduceret, idet det forudsættes, at egenproduktion bidrager til originalitet.

Egenproduceret indhold defineres som produktion, der er: initieret, igangsat, udført, publiceret, betalt af og aftalt med mediet. Bureaustof vil således ikke blive betragtet som egenproduceret redaktionelt indhold, selvom det har undergået en let redigering.

Med egenproduceret stof menes altså egenproducerede artikler og artikler baseret på redigeret bureaustof samt artikler skrevet af freelancere, hvis de er initieret m.v. af redaktionen, mens ren gengivelse eller let redigering af bureaustof, listestof, tegneserier m.m.

ikke indgår i den tredjedel af det redaktionelle stof, som skal være egenproduceret, for at publikationen kan modtage støtte.

Egenproduktionen til den pågældende titel kan ske inden for koncernen eller titlens egen enhed.

Særligt IP-baserede medier benytter sig af brugergenereret indhold, herunder blogindlæg, som også kan være skrevet af læsere, der kommenterer mediets indhold eller debatterer mere frit. Dette betragtes som redaktionelt indhold, jf. ovenfor, men for at der er tale om egenproduceret redaktionelt indhold, skal den pågældende blogger være fast tilknyttet og aflønnet af mediet og dermed kunne sidestilles med en freelancer.

Udvalget har diskuteret, hvorvidt kravet om egenproduceret originalt indhold bør bortfalde, idet andelen synes at afspejle sig i den redaktionelle indsats, som støtten bliver udmålt på baggrund af under den nye ordning. Udvalget er dog nået frem til, at man ønsker kriteriet om egenproduktion videreført for at sikre sig, at støtten går til indholdsproduktion og ikke udelukkende til versionering og genbrug af artikler og andet indhold. Derimod har udvalget valgt at fjerne det direkte krav om, at indholdet skal være originalt, det vil sige produceret med henblik på offentliggørelse i den pågældende publikation, da dette krav er meget vanskeligt at kontrollere, fordi den pågældende publikations indhold i realiteten bør sammenholdes med alle øvrige publikationer i både trykt og digital form over en længere tidsperiode. Imidlertid forudsætter udvalget, at kravet om egenproduktion vil bevirke, at der reelt produceres originalt indhold af betydeligt omfang i de støttede medier.

En særlig problemstilling for mange IP-baserede medier er, at de på deres nyhedssites har en såkaldt "nyhedsrulle"⁴² fra et nyhedsbureau, som løbende automatisk opdateres. Dette er med til at skabe dynamik og trafik på sitet – men betyder også, at nyhedsrullen kommer til at udgøre en stor andel af det redaktionelle stof, hvilket i nogle tilfælde kan betyde, at et IP-baseret medie kan have vanskeligt ved at opfylde kravet om en tredjedel egenproduceret redaktionelt indhold.

Ved bedømmelsen af om et IP-baseret medie lever op til kravet om egenproduktion og redaktionelt indhold, bør Medienævnet have kompetence til i praksis at udvikle fortolkninger, som løbende kan tage højde for den teknologiske udvikling. I praksis kan det være vanskeligt at vurdere bestemte andele af redaktionelt indhold og egenproduceret indhold, idet der ved opdatering af indhold i IP-baserede medier tilføjes nyt, uden at tidligere publiceret indhold fjernes. Vanskelighederne forstærkes yderligere af mulighederne for at bruge videoklip, lyd, nyhedsruller m.v.

Udvalget foreslår som udgangspunkt, at andelen af det egenproducerede indhold i IP-baserede medier skal bestemmes i forhold til egenproduktionen fra en bestemt dag eller fra seneste publicering i forbindelse med medier, der ikke opdateres dagligt, og at andelen af annoncer skal bestemmes i forhold til antallet af forskellige annoncer i samme periode og ikke i forhold til eksponeringen af den samme annonce på flere sider, f.eks. som banner.

6.3.2.2 Kritisk redaktionel masse – pluralisme versus økonomisk tyngde

Udvalget har fundet det hensigtsmæssigt at stille krav om en tilstrækkelig kritisk redaktionel masse som adgangskriterium for støtte.

Med en kritisk redaktionel masse menes en redaktion eller et redaktionelt fællesskab med én ansvarshavende redaktør, som har beføjelse til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold. Den ansvarshavende redaktør kan udgive et eller flere publicistiske medieprodukter. Redaktionen bør bestå af et vist antal redaktionelle medarbejdere, som måles i lønnede årsværk, herunder lønnede praktikanter.

For så vidt angår produktionsstøtten, har udvalget drøftet, hvorvidt der bør stilles krav om tre eller fem redaktionelle medarbejdere inklusive den ansvarshavende redaktør, jf. bilag 3a.

⁴² En nyhedsrulle er en kontinuerlig gengivelse af uredigeret bureaustof.

Begrundelsen for ønsket om en kritisk masse i redaktionen bunder i antagelsen om, at der må være et grundlæggende redaktionelt miljø, for at et medie kan opfylde et samfundsmæssigt ønske om at levere egenproduceret redaktionelt indhold af en vis volumen og kvalitet og dermed være støtteværdigt.

For en række medier af især omnibuskarakter vil et redaktionelt miljø med under 5 medarbejdere næppe være tilstrækkeligt til at sikre en samfundsmæssigt ønskelig nyhedsproduktion. Redaktioner med under 5 medarbejdere kan desuden være meget sårbare.

Heroverfor står et ønske om mediemæssig mangfoldighed eller pluralisme, og især nicheprægede medier og IP-baserede medier, der bl.a. redigerer brugergenereret indhold, vil typisk have små redaktioner, hvorfor et krav om 3 redaktionelle medarbejdere kunne være tilstrækkeligt til at sikre volumen og kvalitet.

Nichemedier med tre redaktionelle medarbejdere kan godt investere i og prioritere eksempelvis undersøgende journalistik inden for deres niche, men det vil være en afvejning i forhold til deres forretningsmodel. Omnibusmedier har behov for en vis økonomisk tyngde for at kunne dække deres stofområde med indhold af tilstrækkelig kvalitet og volumen, bl.a. med undersøgende journalistik. Potentialet for en virksomhed til aktivt at kunne investere i undersøgende journalistik spiller en særlig rolle for demokratiet og borgernes mulighed for at blive oplyst på et kritisk grundlag.

Diskussionen i udvalget tydeliggjorde, at en beslutning om 3 eller 5 redaktionelle medarbejdere afhænger af, hvilket hensyn der vægtes højest. Med 3 redaktionelle medarbejdere vil flere ansøgere kunne komme i betragtning, hvilket styrker udbuddet og dermed pluralismen på markedet. Flere små medier vil samtidig kunne udvikle sig til at komme i betragtning. Hensynet til pluralisme står over for hensynet til at sikre medievirksomheder med tilstrækkelig økonomisk tyngde til at kunne investere i et bredt udbud af egenproduceret redaktionelt indhold af en vis volumen og kvalitet – herunder den mere risikofyldte og omkostningstunge undersøgende journalistik.

Valget mellem 3 eller 5 redaktionelle medarbejdere vil kunne have væsentlige fordelingsmæssige konsekvenser for støttemodtagerne. Vælges et minimum på tre redaktionelle medarbejdere, vil det i forhold til et minimum på 5 muligvis kunne betyde, at anslået yderligere omkring 5 lokale ugeaviser (som dog må øge andelen af redaktionelt indhold), ca. 3-4 fagblade samt et ukendt antal IP-baserede medier eventuelt vil kunne blive støttestøttede.

Alternativt kan man, da udvalget er opmærksomme på, at nye medier kan have svært ved at opfylde kravet om fem redaktionelle medarbejdere, give dispensation til disse, således at der kun er krav om tre redaktionelle medarbejdere de første tre år.

Med hensyn til innovationsstøtten anser udvalget det imidlertid for hindrende at stille krav om fem eller tre redaktionelle medarbejdere ved etablering af nye medievirksomheder, ligesom eksisterende små medier, såsom indvandreraviser eller lokale fritstående IP-baserede medier, i givet fald ikke ville kunne gøre brug af udviklings- og omstillingsstøtten. Udvalget vurderer derfor, at et krav om to redaktionelle medarbejdere er tilstrækkeligt til at sikre, at innovationsprojekter vil kunne tilføre samfundet værdi, herunder bidrage til et alsidigt og mangfoldigt medielandskab.

Udregningerne i bilag 4a og 4b er baseret på den forudsætning, at kravet til den kritiske redaktionelle masse er fem redaktionelle medarbejdere.

6.3.2.3 Medieansvarsloven

Mediestøtteudvalget har overvejet Medieansvarsloven (MAL) i forhold til den fremtidige mediestøtte.

Imidlertid har udvalget fundet, at det ikke er muligt at integrere MAL i sin helhed eller at foretage en generel henvisning til MAL i kriterierne for at kunne modtage mediestøtte, idet

en sådan implementering eller henvisning vil kunne være uforenelig med EU-rettens regler om det indre marked og dermed de grundlæggende principper om fri bevægelighed.

Det vil i givet fald betyde, at det alene er de medier, der udøver deres virksomhed i Danmark, som vil have adgang til støtte. Såfremt en medievirksomhed opfylder de øvrige kriterier for at kunne få støtte og dermed producerer indhold, som består af beskrivelser af danske samfundsforhold, et dansk perspektiv på udenlandske begivenheder eller information om indenlandske eller udenlandske nyheder af relevans for borgere i Danmark, vil der som følge af EU-retten med overvejende sandsynlighed ikke kunne stilles krav om hjemsted i Danmark.

Desuden er formålet med mediestøtteordningerne væsentligt forskelligt fra formålet med MAL, idet MAL's primære sigte er at skabe et ensartet ansvarssystem for visse massemedier og en lettilgængelig klageadgang for borgerne, hvorimod støtteordningerne har til formål at fremme et bestemt indhold i medier, der udbredes på det danske marked, og at bidrage til øget mediepluralisme i Danmark. Endvidere kan sagligheden af en implementering af eller generel henvisning til MAL diskuteres, da MAL netop tjener et andet formål end at fremme og udbrede nyhedsformidling mv. som grundlag for en afgrænsning af de støtteberettigede virksomheder.

Endelig kan der med en implementering af eller henvisning til MAL opstå tvivl om fastlæggelsen af de virksomheder, der er omfattet af MAL's anvendelsesområde, hvilket i praksis vil kunne give anledning til problemer med hensyn til fastlæggelsen af henholdsvis Presse-nævnets og det kommende Medienævns kompetenceområde. Dette vil kunne resultere i, at uafhængige nævn vil kunne komme til at tage stilling til samme offentligtretlige fortolknings spørgsmål, hvilket ikke kan betragtes som hensigtsmæssigt.

På den baggrund har udvalget fundet, at det vil være bedre at lade flere af kriterierne i MAL indgå i vurderingen af, om der kan tildeles støtte, og disse kriterier kan herefter umiddelbart implementeres direkte i støtteordningernes udformning sammen med de supplerende krav, der skal være gældende for de enkelte ordninger. Konkret er der tale om kriterierne:

- Periodicitet
 - o Der er taget højde for periodicitet ved at indføre det som adgangskrav, i form af at mediet periodisk, svarende til mindst 10 gange årligt, skal udbrede indholdet til offentligheden, hvor alle principielt kan opnå adgang til informationerne – eventuelt mod betaling.
- Ansvarshavende redaktør
 - o Der er taget højde for, at mediet bør have en ansvarshavende redaktør ved at indføre det som adgangskrav for at modtage støtte, at titlen skal have en sådan.
- God presseskik
 - o Der er taget højde for, at de støttede medier tager god presseskik i betragtning ved at indføre dette som en del af formålsbeskrivelsen for mediestøtte, jf. kap. 5.

Det gør det tillige også lettere at foretage justeringer af støttekriterierne i de enkelte ordninger, ligesom en eventuel ændring af MAL ikke får utilsigtede indvirkninger på støtteordningerne.

6.3.3 Udmålingsgrundlag for produktionsstøtte

Udmålingsgrundlaget for støtten har været diskuteret med hensyn til, hvorfor en overgang fra distribution til produktion ville være en fordel, kombineret med en diskussion om, hvorvidt årsværk eller redaktionelle udgifter ville være det mest hensigtsmæssige udmålingskriterium.

Udvalget konstaterede, at distributionsstøtte ville fungere på kort og muligvis mellemlangt sigt, men samtidig ansporer den nuværende ordning ikke til innovation inden for branchen. Grundlæggende må det konstateres, at støtteordningen er med til at skævvride konkurrencen og derfor med fordel kan ændres til at inkludere IP-baserede medier og samtidig til

at støtte produktionen af indhold direkte, da det er kvaliteten af indholdet, der er afgørende for mediernes demokratiske funktion.

Dette kan imidlertid gøres på flere måder. Ideelt set burde et medie have tilskud i forhold til mængden af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold. Det ville imidlertid give store administrative byrder for medierne løbende at opmåle det egenproducerede redaktionelle indhold samt at fordele det originale indhold på de enkelte titler inden for en koncern, således at det samme indhold ikke får støtte flere gange. Det ville samtidig være noget nær umuligt for en administrerende myndighed at kontrollere, især da det er mere og mere almindeligt at genbruge og deles om stof inden for koncerner samt at lave utallige versioner af det samme stof, hvilket er en udmærket markedsfølsom foranstaltning, som der ikke bør lægges hindringer i vejen for af støttemæssige årsager.

Udvalget har været enige om, at et håndterbart mål, som proportionalt afspejler mængden af originalt, egenproduceret indhold, er medievirksomhedernes redaktionelle indsats i form af enten redaktionelle omkostninger eller redaktionelle årsværk, dvs. målt i lønninger eller arbejdstimer.

Fordelen ved at lade udmålingsgrundlaget være redaktionelle omkostninger er, at udgiften til freelancere vanskeligt lader sig omsætte direkte til årsværk, og netop denne udgift har fået en større betydning. Dette vil vanskeliggøre en korrekt udregning baseret på årsværk.

Udvalget har drøftet, at udmåling på grundlag af redaktionelle omkostninger kan føre til lønpres. Idet mediet fortsat selv oppebærer størstedelen af de redaktionelle udgifter har udvalget konkluderet, at så længe virksomheden driver en ansvarlig forretning, vil incitamentet til at øge lønningerne eller lade lønningerne stige i forventning om højere mediestøtte være begrænset.

Fordelen ved at lade udmålingsgrundlaget være redaktionelle årsværk er, at en støtteudmåling, der tager udgangspunkt i de redaktionelle omkostninger, kan føre til, at de større medievirksomheder, som typisk har højere lønninger end de små, favoriseres. Dette forhold modvirkes dog delvist af et udgiverloft, jf. afsnit 6.3.5.

Udvalget har i forlængelse heraf diskuteret en grænse for, hvor stor en andel af de redaktionelle omkostninger støtten bør dække. Udvalget foreslår, at støtten fra hovedordningen maksimalt kan udgøre 35 % af udgiverens redaktionelle omkostninger. Dermed skal mediet fortsat på markedsvilkår finansiere 65 % af de redaktionelle udgifter samt derudover de samlede resterende udgifter til at drive mediet.

En støttemodel baseret på produktionsstøtte i forhold til den redaktionelle indsats kræver, at der skal udarbejdes et særskilt regnskab for den inkluderede redaktionelle indsats for den enkelte titel, som adskilles fra den ikke-redaktionelle indsats. Regnskabet skal være tilstrækkeligt gennemsigtigt til at kunne blive udsat for tilsyn fra en dertil udpeget revisor samt myndighederne.

Udvalget har udarbejdet en instruks til opgørelse af både redaktionelle omkostninger og redaktionelle årsværk, jf. bilag 3a og 3b. Regnskabsinstrukserne skal sikre, at medierne kan opnå støtte på en entydig og gennemsigtig måde. Beregningerne af produktionsstøtten, som fremgår af bilag 4a og 4b, er imidlertid udregnet på baggrund af redaktionelle omkostninger, mens der ikke er foretaget beregninger med udgangspunkt i årsværk.

Udvalget har diskuteret og været opmærksom på, at udmålingsgrundlaget er konjunkturfølsomt, og at støtten dermed i henholdsvis opgangs- og nedgangstider kan virke forstærkende. Som udgangspunkt er dette primært et problem, for så vidt at branchen ikke rammes som helhed, og omfanget af støttemidler i øvrigt er forholdsvis konstant. Virksomhederne har et øget incitament til ikke at reducere den i instrukserne definerede redaktionelle indsats, da dette vil ramme virksomheden hårdere, særligt i en krisesituation. Imidlertid må det samtidig påpeges, at formålet med den ændrede støtte netop er at sikre det originale og egenproducerede indhold.

6.3.4 Titel- eller udgiverbaseret støtte

Af hensyn til samfundets interesse i alsidighed og mangfoldighed er det nødvendigt at indføre støtteloft på titel- eller koncernniveau. Formålet med støtteloft er derudover, at flere kan få en rimelig andel i støttemidlerne.

Med en titelbaseret støtteordning tildeles de enkelte titler støtte uafhængigt af ejerskabsforhold, og flere titler under samme koncern kan opnå støtte uafhængigt af hinanden, under forudsætning af at indholdet er originalt og egenproduceret. Det kan være med til at sikre en fortsat mangfoldighed af titler, selv om der muligvis er en lille ejerskabsmangfoldighed. Imidlertid vil en titelbaseret støtteordning give incitament til titeldiversifikation for at maksimere støtten, eksempelvis ved at overføre yderligere redaktionel kapacitet til en titel, der ikke opfylder adgangskriterierne, fra en anden titel, der overopfylder dem, så begge titler dermed bliver støtteberettigede, eller endog til kreativ udvikling af flere titler, der i dag er under samme brand – f.eks. titler til papir-, web- og mobiludgaverne af samme avis. Det vil samtidig bevirke, at koncerner opnår en konkurrencefordel som følge af muligheden for stordriftsfordele.

Et alternativ ville være at lade støtten være koncernbaseret og dermed etablere en koncernmæssig støtte uden hensyntagen til antal titler, men udelukkende i relation til koncernens samlede redaktionelle omkostninger. Dette ville være i tråd med tendensen til flere og flere versioneringer til forskellige platforme og til etablering af fællesredaktionelle enheder, der skriver til flere titler inden for koncernen. En koncernbaseret støtte vil imidlertid kunne motivere koncernen til at begrænse antallet af titler eller nedlægge titler og enheder, der ikke er rentable, men som kan være samfundsmæssigt meriterede. Løsningen vil være mere enkel at håndtere administrativt, da ansøgning og kontrol på koncernniveau og ikke per titel bl.a. eliminerer problematikker vedrørende versionering og fællesredaktioner. Samtidig vil der være begrænset mulighed for støttemaksimering, medmindre der konkret ansættes flere redaktionelle medarbejdere.

Hver af metoderne løser altså forskellige problemstillinger i forbindelse med statsstøtten, men skaber andre relaterede problemstillinger, som følge af at støtten kan påvirke virksomhedernes adfærd.

Som ovenfor diskuteret under 6.3.2.1 anbefaler udvalget, at kun medier, der omhandler visse emner og har et bestemt indhold, kan få støtte. Derfor er det naturligt at tildele støtten i forhold til titler, hvis indhold opfylder det definerede støtteformål samt kan deklareres og kontrolleres som opfyldende formålet. Som følge heraf har udvalget valgt at lade titelbaserede produktionsstøtteordninger indgå i modellerne.

6.3.5 Støtteloft

Mediестøtteudvalget vurderer, at et loft over den maksimale støtte vil være nødvendigt for at sikre, at mediet har en reel interesse i samfundet og i at levere et efterspurgt og relevant produkt. Mediet vil med et støtteloft have behov for supplerende indtægter fra reklame, abonnement eller lignende. Formålet med støtteloft er derudover, at flere kan få en rimelig andel i støttemidlerne.

Ud over et loft over støtte i relation til de redaktionelle udgifter som beskrevet i 6.3.3. har udvalget derfor diskuteret yderligere støtteloft i form af en maksimumgrænse for støtte til udgivere og/eller en maksimumgrænse for støtte til de enkelte titler. Disse støtteloft kan til en vis grad korrigere for de uheldige problematikker i forbindelse med den titelbaserede støtteordning.

Fungerende støtteloft findes i dag eksempelvis i hovedordningen under Dagbladspuljen, hvor den enkelte titel maksimalt kan modtage distributionstilskud til 7,2 mio. eksemplarer per år. Samtidig kan det samlede tilskud fra Dagbladspuljen maksimalt udgøre 85 % af de samlede distributionsomkostninger til det pågældende blad. Public Service-Puljen er et andet eksempel, hvor en modtager maksimalt kan modtage 50 % af de samlede støttemidler fra puljen.

For at understøtte ejerskabsmangfoldigheden og samtidig modvirke kreativ titeldiversifikation har udvalget diskuteret en korrigerende mekanisme i form af et udgiverstøtteloft uden hensyntagen til antal titler.

For samtidig at understøtte titelmangfoldigheden og dermed søge at korrigere udgiverloftets incitament til at begrænse eller nedlægge enheder og titler, når støtteloftet er nået, har udvalget diskuteret indførelse af et supplerende titelloft.

Udvalget konstaterer, at der ikke er nogen enkel metode, da et loft potentielt vil påvirke den fremtidige medieudvikling, men statsstøtten vil i sig selv også påvirke udviklingen, og derfor har udvalget valgt at foreslå følgende kombination af støtteloftet i forbindelse med produktionsstøtten:

6.3.5.1 Monetært udgiverloft

Ingen udgiver⁴³ kan modtage mere end 20 % af den samlede støttepulje fra hovedordningen samt supplementsordningen.

Ved en platformneutral produktionsstøtte som i model 2 og 3 nedenfor, hvor det forudsættes, at de aktuelle beløb fra Dagbladspuljen og Ugeavispuljen indgår, vil det svare til ca. 70 mio. kr., idet puljerne sammenlagt vil være i størrelsesordenen 350 mio. kr. – se kapitel 11.

Hvis en udgiver, der allerede har nået udgiverloftet på 20 % af puljen, overtager et medie, som er støttet, følger det akkvirerede medies støtte med og lægges på permanent basis oven i de 20 %.

Dette element er foreslået med henblik på at gøre det attraktivt at bevare især provinsbladene som selvstændige enheder og titler ved fusioner. Undtagelsen er med til at sikre en mangfoldig presse. Det forudsættes således, at titlen bevares med en selvstændig redaktion på 5 mand, og at mediet producerer eget indhold.

6.3.5.2 Monetært titelloft på 20 mio. kr.

Ingen titel kan tildeles mere end 20 mio. kr. fra hovedordningen. Modtager titlen også støtte fra supplementsordningen, kan denne lægges oven i titelloftet.

6.3.5.3 Maksimal dækning af redaktionelle omkostninger

For at præsentere de foreslåede støtteloftet samlet gentages her udvalgets forslag fra 6.3.3: Støtten fra hovedordningen kan maksimalt udgøre 35 % af udgiverens redaktionelle omkostninger.

Udvalget har diskuteret det hensigtsmæssige i at operere med et skråt loft og således inddrage samtlige støtteordninger under f.eks. et udgiverloft på 110 mio. kr. pr. år, inklusive innovationsstøtten. Udvalget har imidlertid vurderet, at et skråt loft ville kunne hindre en nødvendig risikovillighed og udvikling i branchen.

Mediestøtteudvalget diskuterede, hvorvidt der skulle være en trappemodel for udmålingen af mediestøtte, der ville tage særlig hånd om de mindste støtteberettigede medievirksomheder. Et eksempel kunne være, at de første 5 redaktionelle medarbejdere havde en højere pointværdi, de næste 10 en lidt lavere pointværdi og så fremdeles ved udregningen af mediestøtten. En sådan model ville styrke de mindre udgivere, mens de større udgivere ville opnå mindre støtte i forhold til deres redaktionelle indsats. I den sammenhæng har det været drøftet, hvorvidt mange mindre virksomheder er mere hensigtsmæssigt end få store. Spørgsmålet om koncentration blev drøftet indgående i medieudvalgets Betænkning om medierne i demokratiet, kap. 8 (1996). I forbindelse med modellerne er der taget særskilt højde for etablering, udvikling, omstilling og sanering af de støtteberettigede virksomheder. I forhold til produktionsstøtteordningen har det været vurderingen, at de virksomheder, der bidrager med den største andel af egenproduceret indhold, også er dem, der skal oppebære den største støtteandel. Imidlertid har det ikke betydet, at de store udgivere skal kunne

⁴³ Med "udgiver" menes i denne sammenhæng også den samlede koncern.

opnå maksimal støtte til hele deres redaktionelle indsats. Derfor er der både indlagt de nævnte støttelofter over titler (20 mio. kr.) og maksimal støtte per udgiver (20 % – svarende til ca. 70 mio. kr.).

6.3.5.4 Maksimal fremtidig støtte i forhold til nuværende støtte

Der er desuden sat en ekstra begrænsning i støtten ind i form af, at de nuværende støttede udgivere maksimalt kan få 10 % mere end deres nuværende distributionsstøtte. De støtte-midler, der er tilbage, efter at loftet er ramt, omfordeles forholdsmæssigt blandt de medier, der ikke har nået lofterne. På denne måde opnår de mindre medievirksomheder en højere støtteprocent end de store udgivere, dog ikke højere end maksimalt 35 % af deres samlede redaktionelle indsats, hvilket er relevant, fordi de mindre medier ikke har stordriftsfordele.

Den samlede model med uddybet forklaring af lofterne samt konsekvensudregninger baseret herpå findes i bilagene 4a og 4b. Lofterne bevirker, at støtten til de større udgivere de facto begrænses, og dermed sikrer en omfordeling til de mindre udgivere. Derudover vil ufordelte midler overføres til en supplementspulje, til særlig berørte medier, der kommer de små lokalt forankrede dagblade og dagbladslignende publikationer, der rammes særlig hårdt, til gode.

7. Platformspecifik mediestøttemodel

Mediestøtteudvalget har udarbejdet tre modeller for mediestøtte, som på hver sin måde har til hensigt at understøtte den demokratiske funktion. Modellerne er:

- Platformspecifik støtteordning
- Delvist platformneutral støtteordning
- Platformneutral støtteordning.

Modellerne gennemgås i nævnte rækkefølge i kapitlerne 7, 8 og 9. Resultaterne af ovennævnte diskussioner ligger til grund for alle tre modeller.

I dette kapitel beskrives en støttemodel med adskilte puljer og støtteordninger for de forskellige platforme – radio/tv, trykte medier og IP-baserede medier. Modellen er en tilpasning af den nuværende platformspecifikke støttemodel, hvor ordninger, der virker hæmmende på udviklingen, erstattes eller tilpasses:

- I modellen bevares de nuværende støtteformer til radio og tv uændret, inklusive Public Service-Puljen og en pulje til lokalradio og -tv, der afventer resultatet af et udvalgsarbejde vedrørende den fremtidige regulering af lokalradio- og -tv-området.
- For dagblade og dagbladslignende publikationer foreslås distributionsstøtten erstattet af en ny ordning, der kan understøtte produktion af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold:
 - Fra en hovedordning foreslås produktionsstøtte tildelt i forhold til omfanget af den redaktionelle indsats.
 - Supplementsordningen, som er beregnet til at understøtte eksistensmuligheden for særlige dagblade, videreføres og udbygges med passende kriterier.
 - Der er ingen overgangsordning som følge af 110%-reglen, hvilket vil sige, at ingen titel kan modtage mere end 10 % mere, end titlen opnår under den nuværende distributionsstøtteordning.
 - Dagbladsnævnet erstattes af et medienævn, og støtteordningerne justeres, således at de bliver udviklingsorienterede. Der kan tildeles projektstøtte til etablering af nye medievirksomheder, omstilling af eksisterende medier, som ikke nødvendigvis er i økonomiske vanskeligheder, men som har behov for markeds- eller produktionstilpasning, samt udvikling af nye, eksperimenterende tiltag, der kan fremtidssikre det danske dagbladsmarkeds demokratiske funktion. Derudover kan der søges om saneringsstøtte ved akut behov. Dagbladernes IP-baserede medier og mobiltiltag kan også støttes af medienævnet.
- For fritstående IP-baserede medier og mobilmedier med dagbladsfunktioner foreslås en ny ordning med en selvstændig pulje, der kan understøtte produktion af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold, samt en separat innovationspulje i lighed med puljerne til dagblade og dagbladslignende publikationer:
 - Fra en hovedordning svarende til hovedordningen for dagbladene og med næsten samme kriterier foreslås produktionsstøtte tildelt i forhold til omfanget af den redaktionelle indsats.
 - En supplementsordning for fritstående IP-baserede medier
 - Fra en innovationspulje tildeles projektstøtte til etablering af nye medievirksomheder, omstilling af eksisterende medier, der har behov for markeds- eller produktionstilpasning, samt udvikling af nye, eksperimenterende tiltag, der kan fremtidssikre det danske mediemarkeds demokratiske funktion. Derudover inkluderes ligeledes en saneringsstøtte. Støtten tildeles på samme vilkår og efter samme kriterier, som Dagbladsnævnet hidtil har anvendt.
- For ideelle blade bevares den nuværende distributionsstøtteordning med små justeringer.

Det er kapitlets konklusion, at en platformspecifik model vil kunne sikre fortsat produktion af medieindhold af høj kvalitet i Danmark, men at der samtidig i platformafhængigheden er en række begrænsninger samt manglende fremtidssikring, fordi de nuværende platforme ikke nødvendigvis er fremtidens platforme.

7.1 Introduktion

Mediestøtteudvalget har vurderet en model for videreførelse af støtte til enkelte platforme. Mediestøtten i Danmark er ikke fuldt ud tidssvarende, men det er muligt uden vidtrækkende ændringer at få ordningerne tilpasset de nuværende tendenser på mediemarkedet. En enkel model er at justere de ordninger, som kan virke hæmmende på medieplatformens udvikling, og som ikke fremmer innovation.

De største problemstillinger støttemæssigt vedrører henholdsvis de trykte medier og de IP-baserede medier, og det er disse ordninger, som primært har behov for en justering. De nuværende støtteordninger til dagblade og dagbladslignende publikationer virker ikke fremmende på udviklingen, da de er tilknyttet distribution frem for produktion. Samtidig er der ikke mulighed for støtte til IP-baserede medier og heller ikke til innovation og udvikling. Disse forhold søges korrigeret med denne model. Radio- og tv-stationer har som følge af støtteordningernes karakter allerede produktionsstøtteordninger med en høj grad af fleksibilitet i forhold til målrettet indholdsproduktion. DR's og TV 2 Regionernes eksistens er betinget af støtte og ikke af reklame- eller abonnementsalg.

Nedenfor gennemgås forslagene til modellen, der støtter produktion af støtteværdigt indhold på enkelte platforme. Støttemæssigt skelnes der i modellen mellem støtte til de enkelte platforme og støtte til kommerciel produktion, public service-institutioner og ideelle blade. Dermed sikres støtte til de enkelte platforme, samt at foreningslivet fortsat kan opnå støtte, dog primært til distribution, med udgangspunkt i andre kriterier end og uden konkurrence fra de kommercielle aktører, hvilket konkret gælder støtten til de ideelle blade.

Forslaget om støtte til enkeltplatforme indeholder produktionsstøtteordninger. Radio- og tv-finansieringen fastholdes som i dag. Samtidig fastholdes en omstillings-, etablerings- og saneringsstøtte til trykte medier, mens der etableres lignende støtteordninger til IP-baserede medier.

Hensigten med modellen er at justere de eksisterende ordninger, i det omfang det er nødvendigt med henblik på fremtidssikring af de enkelte platformes egenproduktion af demokratisk relevant indhold. Modellen tager hensyn til, at samfundet har en interesse i, at borgerne kan få adgang til information og indhold af social, kulturel og demokratisk karakter på flere platforme.

7.2 Radio og tv

Finansieringen af radio og tv er indrettet på en sådan måde, at det er indholdsproduktion, der er det primære formål. Forskellen mellem radio og tv på den ene side og blade og IP-baserede medier på den anden side er, at radio- og tv-produktion finansieres bredt, og at der ikke alene finansieres redaktionelt indhold. Dette ændres ikke i modellen, da radio- og tv-produktion skal dække andre og flere behov end blot produktion af redaktionelt indhold.

Det foreslås at fortsætte med de eksisterende støtteordninger til radio og tv som anført ovenfor. Støtten tildeles som nu, dog med undtagelse af for det første ordningen for ikke-kommercielle lokalradio- og -tv-stationer, som afventer et udvalgsarbejde, og for det andet at midlerne anvendt til Radio24syv er bundet til 2019. Se en yderligere beskrivelse i 4.2 og 6.1.1-6.1.2.

7.3 Trykte medier

Det foreslås, at de eksisterende ordninger til støtte af dagblade og dagbladslignende publikationer justeres fra støtte til distribution til støtte til redaktionel produktion. Samtidig foreslås ændringer af Dagbladsnævnets støtte til etablering, omstilling og sanering. Distributionsstøtte foreslås fortsat til ideelle blade. Ud over at støtte indholdsproduktion er det også et væsentligt formål at bevare så mange aviser som muligt og dermed sikre en mangfoldighed af dagblade og dagbladslignende publikationer.

De enkelte forslag til bevaring og ændringer gennemgås nedenfor.

7.3.1 Redaktionel produktionsstøtte: dagblade og dagbladslignende publikationer

Ordningerne for distributionstilskud til dagblade og dagbladslignende publikationer (ugeaviser) nedlægges.

For at fremme dansk produktion af høj kvalitet af væsentlig samfundsinformation og debat af betydning for et demokratisk samfund etableres i stedet en produktionsstøtteordning med en hovedordning og en supplementsordning, som skal sikre en fast støtte til kommerciel produktion af originalt, egenproduceret redaktionelt stof med demokratisk og samfundsmæssigt relevant indhold, jf. indholdskriterierne i afsnit 6.3.2.1.

Jf. i øvrigt diskussionen under afsnit 6.2 om støtteordninger og afsnit 6.3 om modellernes konkrete indretning.

7.3.1.1 Hovedordning

Støtte til egenproduceret indhold tildeles alle kommercielle trykte medier, der opfylder de opstillede adgangskriterier.

Støtte tildeles blade med såvel niche- som omnibuskarakter, for så vidt de opfylder krav om og kriterier for meriteret indhold – dvs. både de blade, der i dag får tilskud fra Dagbladspuljen, og de blade, der får tilskud fra Ugeavispuljen. Derudover vil flere specialmedier kunne få tilskud som følge af ændrede adgangskriterier.

Herved imødekommes et fremtidigt behov for fleksibel tilrettelæggelse af antal udgivelser af trykte eksemplarer i samspil med en anden form for udgivelsesplatform.

Adgangskriterier

Støtte kan alene søges til medier, der er trykte.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner.

Mediet skal have en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.

Publikationen skal henvende sig til en bred kreds af læsere og må ikke alene være rettet mod bestemte erhvervs- eller faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, enkelte politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner.

Mediet skal bedrive nyhedsformidling. Udgivelse af uafhængig journalistisk nyhedsformidling af egenproduceret redaktionelt indhold skal være det primære formål med støtte-modtagerens virksomhed.

Mediet skal være uafhængigt, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.1.

Mediet skal periodisk, svarende til mindst 10 gange årligt, udbrede indholdet til offentligheden, hvor alle principielt kan opnå adgang til informationerne – eventuelt mod betaling.

Redaktionen skal have en tilstrækkelig kritisk masse til at sikre et fagligt redaktionelt miljø, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.2.

Mindst halvdelen af publikationens indhold skal være redaktionelt stof, det vil sige ikke annoncer, i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.

Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske og samfundsrelaterede emner, jf. afsnit 6.3.2.1.

Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være egenproduceret, idet det forudsættes, at egenproduktion bidrager til originalitet, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.1.

Udgivelserne skal kunne leveres i hele landet til samme pris for samme publikation og på samme platform. Grønland og Færøerne er ikke omfattet.

Udmåling af støtten

Støtten uddeles med udgangspunkt i omfanget af den totale redaktionelle indsats anvendt til produktion af redaktionelt indhold.

Støtten kan ikke udgøre et beløb, der er større end 35 % af beløbet anvendt til den totale redaktionelle indsats.

Støtten kan på udgiverniveau ikke udgøre mere end 20 % af den samlede produktionsstøtte under hovedordningen og kan på titelniveau ikke udgøre mere end 20 mio. kr. årligt i total direkte mediestøtte.

Støtten kan på udgiverniveau ikke overstige 110 % af distributionsstøtten i 2011. Niveaulet af distributionsstøtte i 2011 fungerer som benchmark for den maksimale støtte under produktionsstøtteordningen, jf. i øvrigt diskussionen under afsnit 6.3.5 om støtteløfter samt redegørelsen i bilag 4a og 4b.

7.3.1.2 Supplementsordningen

Med den nuværende supplementsordning under Dagbladspuljen gives der ekstra støtte til mindre, landsdækkende dagblade, hvis andel af redaktionelt stof udgør mindst 75 %, samt til dagblade, der henvender sig til et nationalt mindretal. En tilsvarende ordning etableres i tilknytning til den foreslåede hovedordning, jf. i øvrigt afsnit 6.2.2 om supplementsordningen, men dækker ikke IP-baserede medier, som i denne model har en separat pulje, se afsnit 7.4.2.

Udvalget foreslår, at der etableres en supplementsordning med nedenstående kriterier. Støtten kan alene søges af dagblade og dagbladslignende publikationer. Modtagerne skal opfylde samme kriterier som under hovedordningen samt derudover opfylde en række kriterier, som gør dem særligt støtteværdige.

Adgangskriterier for supplerende støtte

Berettigede skal opfylde betingelserne for at opnå støtte under hovedordningen. Støtte kan ydes til:

- a) Mindre, landsdækkende dagblade, hvis samlede oplag er under 40.000 eksemplarer dagligt.
- b) Små, lokalt forankrede dagblade, hvor hovedparten af det redaktionelle stof udgøres af omtale af lokale forhold og lokal debat, samt dagbladslignende publikationer. Bladet skal enten tildeles mindre støtte under hovedordningen, end bladet samlet fik i distributionsstøtte

i det senest opgjorte år (PL-reguleret), eller være en dagbladslignende publikation, der tildeles støtte under hovedordningen, som udgør mindre end 10 % af den redaktionelle indsats.

Indholdskriterier for supplerende støtte

Mindst 75 % af publikationens indhold skal være redaktionelt stof i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.

Mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal være egenproduceret.

Udmåling af støtten

a) Støtten udmåles i forhold til spændet mellem støtten under den nye ordning og støtten i det senest opgjorte år under distributionsstøtteordningen. Den samlede støtte fra hoved- og supplementsordningen kan dog aldrig udgøre mere end 100 % af bladenes redaktionelle indsats.

b) Modtagere af støtte under denne del af supplementsordningen vil kunne få del i midlerne enten i forhold til nedgangen i deres tilskud sammenlignet med 2011 eller i forhold til spændet mellem støtteprocenten af den redaktionelle indsats og den gennemsnitlige støtteprocent i den sammenlignelige gruppe. Den samlede støtte fra hoved- og supplementsordningen kan dog aldrig udgøre mere end 100 % af bladenes redaktionelle indsats.

7.3.2 Etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte

Det foreslås, at Dagbladsnævnets støtteordninger til dagblade og dagbladslignende publikationer fortsætter – dog med væsentlige justeringer.

I dag kan nævnet yde etablerings-, omstillings- og saneringsstøtte. Det foreslås, at der supplerende gives mulighed for udviklingsstøtte – dels fordi det er bedre at sætte ind med støtte, før dagbladet er i akutte betalingsvanskeligheder, og fordi der endnu ikke har været tildelt saneringsstøtte, dels for at sikre et fortsat incitament til innovation i branchen. Omstillings- og udviklingsstøtte skal således også kunne gives til anvendelse af og forsøg med ny teknologi samt til udvikling af de trykte mediers netudgivelser og samspillet mellem net og tryk.

Dagbladsnævnet gør i sin evalueringsrapport fra marts 2009 opmærksom på, at der er særlige problemer knyttet til vurdering og tildeling af støtte til dagblade, der indgår i en koncern.

I dag er det en betingelse for omstillingsstøtte, at dagbladet er i økonomiske vanskeligheder. Det er for det første meget vanskeligt at afgøre, når der er tale om et dagblad, der indgår i en koncern. For det andet vurderes det, at omstillings- og udviklingsprojekter bør iværksættes, før bladet er i aktuelle økonomiske vanskeligheder. Det foreslås derfor, at kravet erstattes med et krav om egenfinansiering på mindst 60 %. Medienævnet bør have kompetence til at foretage en prioritering af ansøgningerne. Overskudsgrad kan her indgå som et kriterium, hvis nævnet skal prioritere ansøgningerne eller tildelingen (det vil sige, at ud fra et transskriterium prioriteres ansøgere med lavere overskudsgrad højst).

I Dagbladsnævnets evalueringsrapport påpeges det endvidere, at der ikke kan gives støtte til et i øvrigt udmærket omstillingsprojekt, hvis projektet ikke i sig selv vurderes at kunne gøre bladet økonomisk selvstående – en vurdering, der har et skønsomt præg.

Det foreslås, at kravet om, at dagbladet efter udløbet af projektperioden må antages at ville være økonomisk selvstående, erstattes af et krav om, at der er rimelig grund til at antage, at dagbladet vil kunne blive selvstående – ligesom ved etableringsstøtten. Hensigten hermed er at sikre, at bladhusene kan opnå adgang til en vis risikovillig kapital, og dermed at medvirke til at sikre bladenes overlevelse på længere sigt. Støtten kan på den måde være et incitament til fortsat innovation i branchen.

Erfaringen i Dagbladsnævnet har desuden været, at der er behov for, at etableringsstøtte ydes til opstart og drift af et blad over en periode på 2-3 år og ikke som i dag udelukkende til planlægning og forundersøgelser samt til de omkostninger, der er forbundet med den fysiske etablering. Der bør dog stadig være et krav om egenfinansiering eller anden finansiering for at sandsynliggøre, at bladet vil kunne blive bæredygtigt.

Det foreslås, at projekter til etablering, omstilling eller udvikling, som har særligt fokus på børn og unges mediebrug, skal betragtes som særligt støtteværdige. Man kan derfor vælge at slække på kravene til disse ansøgere, eksempelvis ved at kravet til egenfinansiering nedjusteres.

Innovationspuljen består samlet set af en pulje med tre formål: 1) etablering af nye medievirksomheder, 2) udvikling og omstilling af eksisterende medievirksomheder og 3) sanering af medievirksomheder i økonomiske problemer. Puljerne har i et vist omfang samme navne som de eksisterende, men har andre adgangskriterier – eksempelvis støttes drift i etableringspuljen og udvikling bredt i udviklings- og omstillingspuljen, uden at der er krav om en trængt økonomi.

7.3.2.1 Etableringsstøtte

Adgangskriterier for etableringsstøtte

Støtte kan alene søges til trykte medier.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner.

Ansøger skal indsende projektbeskrivelse, projektplan, finansieringsplan, herunder oplysninger om faktiske økonomiske forhold, budget samt en konkret markeds- og risikovurdering.

Etableringsstøtte kan søges til opstart af nye selvstændige virksomheder (med eget CVR-nr.).

Udgivelse af uafhængig journalistisk nyhedsformidling af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold skal være det primære formål med støttemodtagerens virksomhed.

Mediet skal planlægge at udbrede indholdet mindst 10 gange årligt, hvor det principielt er tilgængeligt for alle – eventuelt mod betaling.

Eksisterende medievirksomheder kan ikke søge etableringsstøtte til nye medievirksomheder, hvis de ejer en majoritet af selskabet.

Mediet skal inden for en kortere tidsperiode udpege en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.

Støtte kan alene tildeles kommercielle projekter.

Ansøger skal have en driftsplan, der kan sandsynliggøre projektets levedygtighed også efter ophørt etableringsstøtte, samt redegøre for, at projektet opfylder formålet med og kriterierne for at få støtte.

Etablering kan ikke støttes længere end i en 3-årig periode.

Der skal være mindst 2 redaktionelle medarbejdere, inkl. den ansvarshavende redaktør, i projektperioden.

Ansøger må gerne samarbejde med andre medievirksomheder, men disse må ikke have en majoritetsandel i projektet.

Vurderingen af projektets potentiale til at blive selv bærende foretages ved forundersøgelse, og der kan søges om støtte til disse forundersøgelser, under forudsætning af at projektet ellers opfylder adgangskriterierne.

Udmåling af etableringsstøtte

Støtten skal uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i ansøgning om et konkret beløb.

Ansøgning kan ske fire gange årligt. Eventuelle ubrugte midler overføres til næste ansøgningsrunde, og ansøgere, der ikke opnår støtte – i tilfælde af for mange ansøgninger til, at alle kan imødekommes – kan genansøge i det efterfølgende kvartal.

Medienævnet har mulighed for at prioritere de indsendte ansøgninger, eksempelvis vurderet ud fra ansøgernes økonomiske behov i form af overskudsgrad i kvartalsregnskaber fra seneste kvartal og samme kvartal i året før.

Støtte tildeles til planlægning, forundersøgelse, fysisk etablering samt indledende driftstilskud. Størrelsen af støtten udmåles efter konkret vurdering af behov efter ansøgning om et konkret beløb. Forundersøgelserne kan støttes med op til 75 % af de faktisk afholdte nødvendige udgifter, mens fysisk etablering og driftstilskud kan støttes med mellem 40 % og 60 %, afhængigt af en konkret vurdering af udgiftsniveauet ved etablering. Projekter rettet mod børn og unge kan dog efter en konkret vurdering støttes med op til 75 % af alle de nævnte udgiftstyper.

Etableringsstøtten kan ydes i form af eksempelvis kvartalsvise driftsbeløb for at begrænse statens risiko. Støttemodtagere skal årligt rapportere projektets fremgang i en redegørelse.

7.3.2.2 Udviklings- og omstillingsstøtte

Udviklings- og omstillingsstøtten kan søges af eksisterende medievirksomheder og grupper af medievirksomheder. Den giver mulighed for at støtte omstilling, eksperimenter eller koordinerende tiltag, der opfylder adgangskriterierne i hovedordningen. Det skal sandsynliggøres, at projekterne kan forbedre det redaktionelle indhold, og opfyldelse af formålet som beskrevet i kap. 5 skal være en væsentlig del af hensigten. Støtte kan også tildeles i forbindelse med omstilling til ny teknologi eller infrastruktur. Ansøgere til støtten skal således have udgivelse af indhold som primært formål med projektet med henblik på at forbedre udbredelsen af informationen i offentligheden, eksempelvis i forsøg på at ramme segmenter, der ellers ikke nås gennem eksisterende medier.

Adgangskriterier for udviklings- og omstillingsprojekter

Støtte kan alene søges til trykte medier, der opfylder adgangskriterierne i produktionsstøtteordningen (hovedordningen), dog skal bladet kun have mindst 2 redaktionelle medarbejdere, jf. nedenfor.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner.

Ansøger skal indsende projektbeskrivelse, projektplan, finansieringsplan, herunder oplysninger om faktiske økonomiske forhold, budget samt en konkret markeds- og risikovurdering.

Støtte kan søges til projekter, der har til formål at fastholde, forbedre eller udvikle spredning af redaktionelt indhold. Særligt støtteværdige er projekter, der retter sig mod grupper, det er vanskeligt at nå gennem den almindelige nyhedsformidling.

Mediet skal have en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.

Støtte tildeles alene kommercielle medievirksomheder.

Projektet skal have en egenfinansiering på mindst 60 % for virksomheder, der ikke er i økonomiske vanskeligheder, og på mindst 25 % for virksomheder, der dokumenterbart er i økonomiske vanskeligheder. Med virksomheder menes den samlede økonomiske enhed i Danmark, som mediet indgår i – f.eks. koncerner. Egenfinansieringsniveauet kan tilside-sættes ved projekter af særlig interesse, herunder særligt projekter rettet mod børn og unge.

Udgivelse af uafhængig journalistisk nyhedsformidling af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold skal være det primære formål med støttemodtagerens virksomhed og projektet.

Projektet skal teknologisk eller formidlingsmæssigt medvirke til at udbrede periodisk information til offentligheden, hvor alle principielt skal kunne opnå adgang til informationerne – eventuelt mod betaling.

Projektet skal have adgang til en redaktion med en tilstrækkelig kritisk masse til at sikre et fagligt redaktionelt miljø, jf. diskussionen i afsnit 6.3.2.2. I forbindelse med udviklingsprojekter reduceres dette krav dog til mindst 2 redaktionelle medarbejdere. Efter udviklingsprojektet har mediet mulighed for at opnå støtte på lige vilkår med de øvrige støttemodtagere under produktionsstøtteordningen, hvis det opfylder kravet om det øgede antal redaktionelle medarbejdere i denne ordning, mens det i udviklingsprocessen godt kan opnå støtte med færre redaktionelle medarbejdere, dvs. 2.

Udmåling ved etablerings- og omstillingsprojekter

Støtten skal uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i ansøgning om et konkret beløb.

Ansøgning kan ske fire gange årligt. Eventuelle ubrugte midler overføres til næste ansøgningsrunde, og ansøgere, der ikke opnår støtte – i tilfælde af for mange ansøgninger til, at alle kan imødekommes – kan genansøge i det efterfølgende kvartal.

Medienævnet har mulighed for at prioritere de indsendte ansøgninger, eksempelvis vurderet ud fra ansøgernes økonomiske behov i form af overskudsgrad i kvartalsregnskaber fra seneste kvartal og samme kvartal i året før.

7.3.2.3 Saneringsstøtte

Støtte til sanering kan tildeles trykte medier, der opfylder kriterierne for støtte under produktionsstøtteordningen (hovedordningen), og hvis indhold er egnet til at fremme formålet med mediestøtte, jf. kap. 5.

Adgangskriterier for saneringsstøtten

Saneringsstøtte kan alene tildeles kommercielle medier.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner.

Saneringsstøtte kan tildeles efter specifik behovsvurdering i nævnet.

Saneringsstøtten skal søges med begrundet beskrivelse af, hvorfor saneringsstøtte er nødvendig for at sikre mediets umiddelbare overlevelse, samt hvordan saneringsstøtten kan medvirke til, at mediet undgår lukning.

Ansøgning indsendes med tidsplan samt overvejelse om muligheden for udviklings- og omstillingsstøtte til at sikre en mulig fremtidigt bæredygtig medievirksomhed.

Saneringsstøtte kan alene tildeles ved akut behov.

Udmåling af saneringsstøtten

Støtten kan søges hele året.

Støtten uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i en ansøgning.

7.3.3 Ideelle blade

Det foreslås, at distributionstilskuddet til ideelle blade fra Bladpuljen fortsætter med enkelte justeringer.

Distributionstilskuddet har i det store og hele virket efter hensigten. Der vil desuden fortsat være behov for, at foreningernes medlemmer kan kommunikere via trykte medier, bl.a. da en del af befolkningen fortsat har begrænsede eller ingen it-kompetencer, og da en del af nogle organisationers medlemmer ikke har adgang til en computer.

I dag gives distributionsstøtten til publikationer af almennyttig eller humanitær karakter og inden for områderne kunst og kultur samt undervisning, idræt, miljø og religiøse emner.

Ansøgningsproceduren foreslås ændret, således at tilsagnet tildeles for tre år ad gangen med en årlig termin for indgivelse af forventet antal distribuerede eksemplarer i næste tilskudsår. Tilskudsmodtager skal årligt dokumentere det reelt distribuerede antal eksemplarer, hvorefter tilskuddet reguleres efterfølgende. Reelt er der tale om støtte, som via foreningslivets spredning af information til medlemmer og interesserede understøtter den demokratiske funktion i samfundet.

Adgangskriterier

Publikationen skal udgives mindst to gange årligt.

Publikationens indhold skal ligge inden for følgende emner:

- Almennyttige eller almenvelgørende emner
- Humanitære organisationers virke
- Undervisning og skoleforhold
- Idræt
- Kunst og kultur
- Miljø
- Religiøse emner.

Selvom bladets hovedindhold falder inden for et af ovennævnte emner, kan der ikke ydes tilskud, hvis bladet ligger inden for følgende kategorier:

- Blade udgivet af institutioner, organisationer, myndigheder eller virksomheder, hvis løbende drift overvejende (75 % og derover) finansieres af offentlige midler.
- Ugeblade og magasiner, dvs. blade af enhver art, som udgives af professionelle forlag og udgivere med et kommercielt formål, samt blade udgivet med henblik på markedsføring eller branding af virksomheder, produkter eller ydelser, medmindre der er tale om blade, der udsendes til indehavere af årskort, foreningsmedlemskort o.l., til kulturelle institutioner o.l.
- Erhvervsfaglige blade, dvs. blade udgivet med henblik på en bestemt erhvervsfaggruppe eller udøvere af et bestemt erhverv eller for at informere om et bestemt erhverv, samt blade, som retter sig mod en bestemt interessegruppe, der har en væsentlig fælles interesse af økonomisk karakter, såsom grundejerforeninger og lejerforeninger. Publikationer, der udgives med henblik på rent faglig information inden for et bestemt erhverv uden at beskæftige sig med emner af fagpolitisk eller økonomisk karakter, kan dog modtage støtte.
- Fagforeningsblade, dvs. blade udgivet af fagforeninger og faglige sammenslutninger, der har en væsentlig fælles interesse af økonomisk karakter. Publikationer, der udgives med henblik på rent faglig information inden for et bestemt erhverv uden at beskæftige sig med emner af fagpolitisk eller økonomisk karakter, kan dog modtage støtte.
- Videnskabelige blade, dvs. blade udgivet af offentlige og private forskningsinstitutioner med henblik på at præsentere eller informere om disses forskning.

- Hobbyblade, dvs. blade udgivet af foreninger, organisationer mv. med henblik på at præsentere eller informere om hobbyprægede aktiviteter, bortset fra egentlig idræt.
- Politiske blade, dvs. blade udgivet af politiske partier, sammenslutninger og foreninger, herunder disses lokalforeninger.

Udmålingskriterier

Tilskudsandelen udregnes i forhold til antallet af tilskudsberettigede eksemplarer.

Et tilskudsberettiget eksemplar:

- Distribueres i trykt form i Danmark eller fra Danmark til Færøerne og Grønland.
- Distribueres via forsendelse – dvs. via postvæsen eller anden distribution, som udgiver betaler for. Udgifterne til distributionen skal kunne dokumenteres.
- Distribueres i abonnement eller til betalende medlemmer af foreninger, organisationer mv., idet der med betalende medlemmer forstås personer, der:
 - Er kontingentbetalere
 - Har doneret bidrag i form af værdigenstande, blod, organer, kollekt mv.
 - Har fadderskab
 - Leverer arbejdsydelser til foreningen.

Støtten kan ikke overstige udgifterne til distribution.

Ved udmålingen af støtten bør der tages særligt hensyn til blade, der distribuerer under 5000 eksemplarer pr. nummer. Det sker ved, at en del af puljen reserveres til et ekstra tilskud til de små blade, der opfylder betingelserne under hovedpuljen.

7.4 Støtte til IP-baserede medier (onlinemedier)

Ingen af de eksisterende ordninger støtter IP-baserede medier. Det foreslås, at der etableres en produktionsstøtteordning for IP-baserede mediers produktion af redaktionelt indhold. Ordningerne anbefales varetaget af et udvidet Dagbladsnævn omdøbt til medienævnet som anført ovenfor i forbindelse med støtte til trykte medier.

De foreslåede ordninger til henholdsvis produktionsstøtte og etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte gennemgås nedenfor.

7.4.1 Redaktionel produktionsstøtte: IP-baserede medier

Det foreslås, at der oprettes en pulje, fra hvilken IP-baserede medier kan få produktionsstøtte på samme måde som dagblade til kommerciel produktion af redaktionelt stof med demokratisk og samfundsmæssigt relevant indhold og med nyheds- eller aktualitetsværdi. Den primære målsætning er at understøtte produktionen af redaktionelt indhold på nettet og i andre IP-baserede medier.

De IP-baserede medier skal opfylde tilsvarende kriterier for støtte som dagblade og dagbladslignende publikationer. Kravene er følgende:

1. Støtten tildeles udelukkende IP-baserede medier.
2. Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner.
3. Der skal være en kritisk redaktionel masse som diskuteret i afsnit 6.3.2.2.
4. Der stilles krav om, at IP-baserede medier skal have en betydelig og regelmæssig egenproduktion af redaktionelt indhold.

Ved bedømmelsen af, om et IP-baseret medie lever op til kravet om en *betydelig* egenproduktion, henvises til de under 7.3.1 anførte krav til dagblade og dagbladslignende publikationer, ifølge hvilke mindst halvdelen af indholdet skal være redaktionelt stof, og en tredjedel heraf skal være egenproduceret.

Kravet må imidlertid vurderes ud fra de IP-baserede mediers særlige karakter. I praksis er det således vanskeligt at stille krav om helt bestemte andele af redaktionelt indhold og som delmængde heraf egenproduceret indhold, idet der ved opdatering af indhold i IP-baserede medier tilføjes nyt, uden at tidligere publiceret indhold fjernes.

Kravet om andelen af egenproduceret indhold medfører behov for at fastlægge særlige opgørelses- og kontrolmetoder for IP-baserede medier, der under hensyntagen til deres vilkår sikrer opfyldelsen af indholdskravene. De støttede medier skal dokumentere den produktion, der er sket i forbindelse med en af kontrolinstansen udvalgt udgivelse. Dokumentationen vurderes i forhold til de anførte krav til dagblade og dagbladslignende publikationer, jf. afsnit 6.3.2.1.

5. Kravet om *regelmæssig* publicering forstås som daglig, ugentlig eller som minimum månedlig publicering af nyt redaktionelt indhold. Der henvises i den forbindelse til det under 7.3.1.1. anførte krav til dagblade og dagbladslignende publikationer om minimum 10 årlige udgivelser.

7.4.2 Supplementsordning for kommercielle IP-baserede medier

Kommercielle IP-baserede medier, som opfylder adgangskravene for at få del i produktionsstøtten, men som ikke udgives af en virksomhed, der også udgiver et direkte eller indirekte støttet trykt medie, betegnes som fritstående IP-medier.

Disse medier stilles konkurrencemæssigt ulige, og derfor oprettes en separat pulje til støtte af de fritstående IP-medier.

Adgangskriterier

Ansøger skal være kommercielle, fritstående IP-medier, som opfylder adgangskravene for at få del i produktionsstøtten til IP-baserede medier som angivet i afsnit 7.4.1.

Udgiver må ikke få enten direkte eller indirekte støtte til et trykt medie.

Udmålingskriterier

Supplementsordningen udmåles efter samme kriterier som i hovedordningen, dvs. på baggrund af den redaktionelle indsats. Den samlede støtte fra hoved- og supplementsordningen kan dog aldrig udgøre mere end 50 % af den redaktionelle indsats.

7.4.3 Etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte: IP-baserede medier

I mediestøtteudredningen foreslås det, at Dagbladsnævnet gives mulighed for at støtte oprettelse af IP-baserede medier og mobilmedier, der har demokratiske funktioner. Disse funktioner defineres her som produktion af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold.

Der etableres en særlig pulje til etablerings-, udviklings-, omstillings- og saneringsstøtte til IP-baserede medier.

Støtten til etablering, udvikling, omstilling og sanering af IP-baserede medier bør følge samme kriterier som nævnt under afsnittet om trykte medier. Eneste forskel er, at det alene er medier, der er IP-baserede, der kan modtage støtten.

7.5 Konsekvensvurdering

Afsnittet gennemgår konsekvenserne af implementering af modellen med støtte til de enkelte medieplatforme. Indledningsvist gennemgås konsekvenserne for udviklingen af det danske mediemarked, dernæst de demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser, som denne udvikling medfører, og endelig de økonomiske og konkurrencemæssige konsekvenser for de forskellige medieaktører.

7.5.1 Konsekvenserne for udviklingen

Det fremgår af udvalgets betragtninger i kap. 5 om formålet med mediestøtten, at fremtidens mediestøtte skal sikre, at der fortsat produceres medieindhold af høj kvalitet i Danmark, samtidig med at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme for at kunne nå ud til flest mulige borgere.

Omlægningen fra distributionsstøtte til produktionsstøtte vil alt andet lige sikre produktion af medieindhold af høj kvalitet i Danmark. Medierne får incitament til at ansætte og fastholde dygtige redaktionelle medarbejdere og udnytte dygtige freelancere, når støtten udmåles i forhold til den redaktionelle indsats. Betingelsen om en redaktionel kritisk masse sikrer samtidig, at støtten reserveres til egentlige produktionsmiljøer, der vil højne kvaliteten og sikre en kontinuerlig indholdsproduktion og udvikling af indholdet.

Udvidelsen af støtteberettigede medietyper, herunder IP-baserede medier, vil sandsynligvis give anledning til etablering af nye medier på flere platforme. Det samme vil ændringerne i kriterierne for støtte til etablering, mens lempelserne i kriterierne for støtte til udvikling vil medvirke til en forøgelse af mediehusenes udviklingsprojekter og dermed udviklingen af mediemarkedet.

Effekten på udviklingen bliver imidlertid begrænset af støttens platformafhængighed, som begrænser mulighederne for udforskning af og støtte til de tværmediale projekter, der risikerer at ende mellem to stole i forhold til at være støtteberettigede.

Modellen med støtte til de enkelte platforme er altså problematisk set i et udviklingsperspektiv. Modellen løser ikke det grundlæggende reguleringsmæssige problem, at det er vanskeligt at forudse medieudviklingen.

En platformspecifik model kan således ikke nødvendigvis sikre, at medieindhold med relevans for det danske demokrati spredes på flest mulige relevante platforme.

7.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser

Udvalget vurderer alt i alt, at den beskrevne model vil kunne styrke titelmangfoldigheden på det danske marked. Flere danskproducerede medier/titler vil kunne opnå støtte end under de nuværende ordninger – dels de IP-baserede medier, dels flere fagmedier. Til gengæld vil distributionen af udenlandske aviser ikke længere blive støttet. Det drejer sig i 2011 om 31 aviser, hvoraf kun 4 har over 50 abonnenter. Det må formodes, at de udenlandske aviser opfylder særlige behov hos de i alt knap 2000 abonnenter, som sandsynligvis vil købe aviserne trods eventuelle prisstigninger i distributionen.

Der er næppe tvivl om, at omlægningen vil betyde, at støttemidlerne indirekte når flere forbrugere, fordi flere fagblade og IP-baserede medier støttes under den nye model, fordi den nuværende støtte koncentrerer sig om stadig færre avisabonnenter, i takt med at oplagene falder, og fordi innovationspuljen giver særlig mulighed for støtte til projekter, der har til formål at tiltrække grupper, der normalt ikke læser nyheder.

Den fulde effekt heraf modvirkes imidlertid af, at tværmediale projekter som omtalt ovenfor vil være vanskelige at støtte på grund af de opdelte puljer i den platformspecifikke model, og modellen kan dermed ikke nødvendigvis sikre, at dansk medieindhold kan nå flest mulige borgere ved at blive spredt på flest mulige relevante platforme.

Modellen vil ikke understøtte mediepluralisme optimalt som følge heraf, og det er ikke sikkert, at tiltagene er tilstrækkelige til at understøtte en fremtidig udvikling af mediernes demokratiske funktion.

Gratisaviserne, som i høj grad læses af borgere, der ellers ikke ville læse en avis, vil fortsat kunne få støtte, men under de nye ordninger vil det være i forhold til deres redaktionelle indsats, ligesom det er tilfældet for de øvrige medier. Da indtjeningen afhænger af annoncekroner, som er afhængige af læsertal, vil gratisaviserne sandsynligvis fortsat uddele så mange aviser som muligt, selvom de får mindre i støtte. Men der er en risiko for, at

spredningen bliver mindre end i dag, hvor flere gratisaviser får maksimal støtte, idet de rammer støtteløftet på 7,2 mio. eksemplarer per år.

7.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører

Trykte og IP-baserede medier får i store træk mulighed for at opnå samme typer af støtte under den nye platformspecifikke støttemodel. Ved siden af de nuværende puljer etableres puljer til IP-baserede medier, som i lighed med de øvrige støttede medier vil kunne opnå støtte til både produktion, etablering, udvikling, omstilling og sanering.

Der vil stadig være konkurrenceforvridende elementer i den foreslåede platformspecifikke model i forhold til primært lokale ugeaviser og magasinpressen, som producerer redaktionelt indhold, der også kan findes i dagspressen i større og større omfang. Lokale ugeaviser og magasiner vil, som under de nuværende ordninger, ikke umiddelbart kunne få del i støtten på grund af de opstillede kriterier, men de vil i nogle tilfælde kunne tilpasse sig støtteordningernes kriterier og dermed opnå støtte.

Dagbladene vil som mediegruppe kun i begrænset omfang blive berørt af ændringerne, da de fleste vil modtage ca. samme niveau af støtte som nu. Konkret vil Samsø Posten udgå af ordningen, da bladet ikke opfylder kravet om en kritisk redaktionel masse. Arbejderen og Danske Kommuner udgår af ordningen som følge af uafhængighedskriteriet vedrørende politiske partier og offentlige institutioner. Ingeniøren udgår af ordningen, hvis det er modellen med ejerskabskriterium, der implementeres. Århus Stiftstidende og Randers Amtsavis ville i givet fald også få reduceret støtte, men dette opvejes af, at Berlingske Media som koncern opnår øget støtte. Helsingør Dagblad og Sjællandske Medier, her særligt det lokale dagblad Sjællandske, vil få reduceret støtte, jf. 4b, hvis det er modellen uden ejerskabskriterium, der implementeres.

Desuden vil gratisaviserne ikke opnå samme støtte som i dag, da tilskuddet i forhold til deres produktion af redaktionelt indhold er lavere end den distributionsstøtte, de modtager i forhold til antallet af distribuerede eksemplarer. Dette er en konsekvens af, at udregningen nu er baseret på den redaktionelle indsats frem for på distribution. Konsekvensen af ændringen bliver, at gratisavisernes mediestøtte falder.

Distributionsstøttens bortfald vil desuden medføre, at støtten til distribution af udenlandske aviser ophører, og distributøren vil dermed ikke længere kunne opnå støtte.

For dagbladslignende publikationer vil støtten for de flestes vedkommende være af samme størrelsesorden som i dag. Ingeniøren og The Copenhagen Post vil i forbindelse med overgangen, afhængigt af ejerskabskriteriet, stå til at få reduceret deres støtte. Ugeavisen The Copenhagen Post vil miste 433.261,00 kr. med ejerskabskriterium og 472.211,86 kr. uden ejerskabskriterium. Ingeniøren vil ikke være støtteberettiget med ejerskabskriterium og vil dermed miste 4,1 mio. kr., jf. bilag 4a. Ingeniøren vil derimod opnå en øget støtte på 413.313,90 kr. i en model uden ejerskabskriterium, jf. bilag 4b.

IP-baserede medier vil kunne opnå støtte til det samme som dagbladene, og de sidestilles derved i forhold til støttepuljerne. IP-baserede medier vil dermed stå stærkere i konkurrencen med de trykte medier, hvilket vil reducere skævvridningen af konkurrencen mellem platformene. Dagbladene vil imidlertid kunne søge støtte til både deres trykte publikationer

og deres IP-baserede medier, hvilket vil kunne skævvride støttetildelingen, da de vil kunne omfordele redaktionel kapacitet til IP-baserede medier, særligt hvis der er tale om dedikerede puljer. Dette vil være en mulighed selv med et støtteloft.

Fagbladene vil kunne opnå støtte på samme vilkår som dagbladene og vil dermed stå stærkere end i dag. Samtidig åbnes der for, at en bredere kreds af mulige ansøgere som følge af en ændring af emneområdekriteriet får adgang til produktionsstøtteordningen.

Støttemidler vil blive omfordelt fra især gratisaviser og distributører af udenlandske blade til IP-baserede medier og til dels fagblade.

I og med at puljerne til de forskellige platforme er helt adskilte, vil der være en stor risiko for, at puljernes konkrete størrelse kan være en spændetrøje i den ene pulje og ikke i den anden tilsvarende pulje for ellers ligeværdige, støtteegnede projekter og medier, der derved ikke stilles lige.

Situationen for radio og tv vil være uændret, men TV 2/Danmark A/S har opnået mulighed for at opkræve abonnement for public service-kanalen TV 2, hvilket vil styrke virksomhedens økonomisk og dermed forbedre dens konkurrencesituation.

Situationen for de ideelle blade vil være uændret i forhold til mediestøtten, men som følge af portostigninger vil de mindre blade med oplag under 5000 blive svækket økonomisk. Der er ikke taget højde for eventuelle yderligere portostigninger.

En omlægning fra støtte af distribution til støtte af redaktionel produktion, der samtidig omfatter flere medietyper, må inden for den fastsatte økonomiske ramme forventes at få nogle konsekvenser. Konkret afhænger konsekvenserne af, hvor mange nye titler der kan modtage støtte som følge af omlægningen. Derudover afhænger omfordelingen af, hvorvidt det er modellen med eller uden ejerskabskriterium, der benyttes, idet dette valg bevirker en ikke uvæsentlig omfordeling. Omfordelingen i medfør af ejerskabskriteriet vil have negative konsekvenser for dele af de uafhængige medier, som støttes i dag, idet der forventes en omfordeling fra de nuværende støtteberettigede dagblade og dagbladslignende publikationer til fagmedier på omkring 17 mio. kr.

Den umiddelbart værst ramte dagbladskoncern med betalte dagblade er størrelsesmæssigt Sjællandske Medier, som ifølge bilag 4a vil miste ca. 2,9 mio. kr. Heraf står Sjællandske alene for ca. 2 mio. kr. Beløbet bliver imidlertid dækket af puljen med ufordelte midler til særlig berørte medier (supplementsordningen), så de små, lokalt forankrede dagblade opnår samme mulige støtteniveau som de andre dagblade. Det svarer til en øget støtte i forhold til i dag på 2,5 mio. kr. til Sjællandske Medier som koncern – forudsætningen for den øgede støtte er, at der er ufordelte midler.

Værst ramt støttemæssigt, hvis der indføres et bredt ejerskabskriterium, bliver Ingeniøren, som udgives af Mediehuset Ingeniøren A/S med en bestyrelse uden politiske repræsentanter og med en uafhængig redaktionel linje, og som hver uge når 166.000 læsere. Ingeniøren modtog i 2010 4,1 millioner kr. i distributionsstøtte. Med et ejerskabskriterium, der alene vedrører politiske partiers og offentlige institutioners ejerskab, jf. bilag 4b, står Sjællandske Medier heroverfor til at miste samlet set ca. 5,4 mio. kr., heraf Sjællandske alene 2,9 mio. kr. Beløbet dækkes ikke via puljen til særlig berørte medier, da der ikke er ufordelte midler.

8. Delvist platformneutral mediestøttemodel

I dette kapitel beskrives en model, der tilstræber bevarelsen af et alsidigt og mangfoldigt marked for trykte medier, samtidig med at mulighederne for at udvikle nye medier på nye platforme samt hybride medier på flere platforme understøttes. Modellen justerer mediestøtten med en kombination af platformspecifikke og platformneutrale ordninger:

- Som i den foregående model bevares de nuværende støtteformer til radio og tv uændret, inklusive Public Service-Puljen og en pulje til lokalradio og -tv, der dog afventer resultatet af et udvalgsarbejde vedrørende den fremtidige regulering af lokalradio- og -tv-området.
- For ideelle blades vedkommende bevares den nuværende distributionsstøtteordning med små justeringer.
- For dagblade og dagbladslignende publikationer samt IP-baserede medier og mobilmedier med dagbladsfunktioner foreslås en ny ordning, der understøtter produktion af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold:
 - Fra en hovedordning foreslås det, at produktionsstøtte tildeles i forhold til omfanget af den redaktionelle indsats.
 - Supplementsordningen, som er beregnet til at understøtte eksistensmuligheden for særlige medier, videreføres med passende kriterier, men der oprettes samtidig en tillægsordning for IP-baserede medier, der ikke samtidig har en trykt udgave.
- Fra en innovationspulje tildeles projektstøtte til etablering af nye medievirksomheder, omstilling af eksisterende medier, der har behov for markeds- eller produktionstilpasning, samt udvikling af nye, eksperimenterende tiltag, der kan fremtidssikre det danske mediemarkeds demokratiske funktion. Endvidere ydes saneringsstøtte i forbindelse med akut opståede økonomiske problemer.

Kapitlets konklusion er, at den delvist platformneutrale model både tager hensyn til de aktuelle mediepolitiske mål og har en sådan fleksibilitet, at hensynet til mulige nye udviklingstendenser tilgodeses.

8.1 Introduktion

Mediестøtteudvalget har udarbejdet en delvist platformneutral støttemodel, der beskriver en række mulige støtteordninger, som kan indgå i en samlet model. Udgangspunktet for denne model er en justering af mediestøtten i form af en kombination af platformspecifikke og platformneutrale løsninger, hvor formålet er at justere ordningerne, så de kan medvirke til sikring af produktion af public service og publicistisk indhold samt medvirke til at styrke vækstlaget og bredt fremme innovation i branchen. Ordningerne deles op i platformspecifikke støtteordninger til radio og tv hhv. ideelle blade samt i platformneutrale støtteordninger, som kan søges af alle, der opfylder kriterierne.

8.2 Radio og tv – platformspecifik støtte

Det foreslås at fortsætte med den nuværende finansiering af public service-institutionerne. Den nuværende finansieringsmodel har sikret en høj grad af indholdsmangfoldighed såvel nationalt som regionalt. De eksisterende ordninger har fremmet dansk produktion af høj kvalitet inden for radio og tv.

En nærmere vurdering bør foretages i forhold til den ikke-kommercielle lokalradio- og -tv-ordning, men denne kan med fordel afvente et udvalgsarbejde. Radio24syv bør på et passende tidspunkt evalueres, men det er endnu for tidligt konkret at vurdere denne ordning, hvortil der er afsat bundne midler indtil 2019.

I afsnittene 4.2 og 6.1.1-6.1.2 findes en yderligere beskrivelse.

8.3 Ideelle blade – platformspecifik støtte til visse trykte medier

Det foreslås, at de ideelle blade fortsat støttes med distributionstilskud. De ideelle blade er i vidt omfang baseret på frivilligt arbejde og vil som sådan vanskeligt kunne overføres til en direkte produktionsstøtte. Samtidig er støtten til de ideelle blade en understøttelse af spredning af information i foreningsregi og understøtter dermed borgernes deltagelse i samfundets almennyttige og humanitære arbejde.

Distributionsstøtte gives til publikationer af almennyttig eller humanitær karakter inden for områderne kunst og kultur samt undervisning, idræt, miljø og religion.

En udførlig beskrivelse af modellens støtteordning for de ideelle blade kan findes i afsnit 7.3.3, idet ordningen er identisk med den tilsvarende ordning i modellen for platformspecifik mediestøtte.

8.4 Platformneutrale støtteordninger

De platformneutrale ordninger skal støtte produktion af originalt, egenproduceret indhold samt innovation i branchen.

Dette sikres ved at ændre de eksisterende støtteordninger for trykte medier og kriterierne for adgangen til støtte. Konkret oprettes en produktionsstøtteordning med en hoved- og supplementsordning. Dertil kommer en innovationsstøtteordning til støtte af etablering, udvikling, omstilling og sanering inden for medierne.

8.4.1 Redaktionel produktionsstøtte

Støtteordningen opdeles i en hovedordning og en supplementsordning.

Produktionsstøtte tildeles kommercielle producenter af egenproduceret redaktionelt indhold, som medvirker til at understøtte den demokratiske debat gennem distribution af information i danske medier, jf. i øvrigt kap. 5. om formålet med produktionsstøtte og afsnit 6.3.2.1 om indholdskriterierne.

Produktionsstøtten forankres i produktionen af redaktionelt indhold og udmåles i forhold til den redaktionelle indsats i de led i værdikæden, som udgør produktionsleddet og den redaktionelle udvælgelse.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner. Konkret vil det sige, at DR, TV 2/Danmark A/S, TV 2 Regionerne, Radio Nova A/S' (FM5's) 1000-timers nyhedsudsendelse og Radio24syv ikke kan få del i de nedenfor beskrevne ordninger.

8.4.1.1 Hovedordning

Fra hovedordningen bevilges støtte til medier, der medvirker til at understøtte formålet, jf. kap. 5, med støtte til medierne. Støtten tildeles titler i forhold til disses redaktionelle indsats.

Støtten kan ikke tildeles tv eller radio.

Derudover er såvel adgangskriterier som udmåling af støtten identisk med den tilsvarende hovedordning i modellen for platformspecifik mediestøtte. En udførlig beskrivelse findes i afsnit 7.3.1 og 7.4.1.

8.4.1.2 Supplementsordning

Supplementsordningen er en dedikeret pulje med det formål at støtte udvalgte medier, der i særlig grad har betydning for samfundet og den demokratiske debat.

Ordningens indretning er identisk med den ordning, der samlet set er beskrevet i 7.3.1.2 og 7.4.2. Det vil sige, at selvom supplementsordningen er forbundet med den delvist platformneutrale hovedordning, er supplementsordningen beregnet til hhv. trykte medier og fritstående IP-baserede medier.

8.4.2 Innovationspuljen

Innovationspuljen består af en pulje med tre formål: 1) etablering af nye medievirksomheder, 2) udvikling og omstilling af eksisterende medievirksomheder og 3) sanering af medievirksomheder i økonomiske problemer.

Puljen er platformneutral, og ansøgerne kan opnå støtte både til enkeltplatforme og til kombinationer af platformene.

8.4.2.1 Etableringsstøtte

Mediepluralismen kan styrkes ved at yde etableringsstøtte til nye initiativer, der opfylder formålet med støtten, jf. kapitel 5. Hensigten er at støtte etablering af nye virksomheder, der på sigt kan understøtte produktionen og spredningen af egenproduceret indhold. Overordnet sigtes der mod at støtte opstart af virksomheder med et publicistisk formål, der ikke vil kunne startes på markedsvilkår, men som har mulighed for at kunne blive en bæredygtig forretning på sigt.

Støtten skal medvirke til, at der fortsat er fokus på at styrke innovation og udvikling uden for de etablerede medievirksomheder. Virksomheden må således ikke stå i et ejerskabsforhold til en af de eksisterende medievirksomheder, men må gerne samarbejde med dem.

Ordningen er åben for såvel trykte som IP-baserede medier.

Hensigten med etableringsstøtteordningen er at reducere adgangsbarriererne på markedet, således at nye aktører får en mulighed for at afprøve nye, innovative ideer og muligheder, uden at de allerede etablerede aktører har en prohibitiv konkurrencefordel. Støtten kan søges både til planlægning og forundersøgelser og til selve opstarten og driften af mediet i maksimalt 3 år. Det er et krav, at der er sandsynlighed for, at mediet kan blive selv bærende.

Modtagere af etableringsstøtte kan ikke samtidig modtage omstillings- og udviklingsstøtte eller produktionsstøtte.

Bortset fra at ordningen er åben for trykte og IP-baserede medier, men ikke for public service-medierne, er ordningens adgangsbetingselser og øvrige indretning identisk med den tilsvarende ordning beskrevet i 7.3.2.1.

8.4.2.2 Udviklings- og omstillingsstøtte

Etablerede medievirksomheder og grupper af medievirksomheder skal kunne søge støtte til nye, innovative tiltag inden for indholdsproduktion og teknologianvendelse til enkelte platforme eller på tværs af platforme for dermed at sikre et fortsat incitament til innovation i branchen.

Støtten skal sikre de eksisterende virksomheders orientering mod omstilling af produktionen og videreudvikling af deres produkter i forhold til den fremtidige markedsudvikling. Hensigten hermed er at sikre, at medievirksomhederne kan opnå adgang til en vis risikovillig kapital, og dermed at medvirke til at sikre mediernes overlevelse på længere sigt.

Udviklings- og omstillingsstøtten har således til hensigt at øge de etablerede medievirksomheders incitament til fortsat udvikling i tråd med markedet og nye teknologier, herunder også ny infrastruktur, og dermed sikre vedvarende fokus på omstilling og udvikling under hensyntagen til medieudviklingen og ændrede forbrugermønstre.

Støtten kan være virksomheds- eller projektorienteret og skal medvirke til, at de eksisterende medievirksomheder har et incitament til fortsat innovation, både inden for de enkelte virksomheder og ved samarbejde på tværs af virksomheder.

De økonomiske krav for at opnå støtte er ændret i forhold til den nuværende ordning i Dagbladsnævnet, således at støtte til udvikling også kan tildeles velfungerende medievirksomheder til videreudvikling.

Ordningens indretning og betingelser er identiske med den tilsvarende ordning beskrevet i 7.3.2.2, bortset fra at støtte kan tildeles både trykte og IP-baserede medier, undtagen public service-medier, og også kan tildeles i forbindelse med omstilling til ny teknologi eller infrastruktur.

8.4.2.3 Saneringsstøtte

Støtte til sanering kan tildeles trykte og IP-baserede medier, der opfylder kriterierne for støtte under produktionsstøtteordningen og som sådan med deres indhold må anses for at være egnede til at fremme formålet med mediestøtte, jf. kap. 5.

Derudover fremgår kriterierne for støttetildelingen af afsnit 7.3.2.1 og 7.4.2.

8.5 Konsekvensvurdering

Afsnittet gennemgår konsekvenserne af implementering af den delvist platformneutrale model. Indledningsvist gennemgås konsekvenserne for udviklingen af det danske mediemarked, dernæst de demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser, som denne udvikling medfører, og endelig de økonomiske og konkurrencemæssige konsekvenser for de forskellige medieaktører.

8.5.1 Konsekvenserne for udviklingen

Den delvist platformneutrale model vil ændre rammevilkårene for medierne, forstået således at der etableres ordninger til støtte af nye virksomheders etablering, støtte til udvikling og sanering af de eksisterende medievirksomheder samt støtte til produktion af det redaktionelle egenproducerede indhold.

Omlægningen fra støtte af distribution til støtte af redaktionelt indhold vil alt andet lige sikre produktion af medieindhold af høj kvalitet i Danmark. Medierne får incitament til at ansætte og fastholde dygtige redaktionelle medarbejdere og udnytte dygtige freelancere, når støtten udmåles i forhold til den redaktionelle indsats. Betingelsen om en redaktionel kritisk masse sikrer samtidig, at støtten reserveres til egentlige produktionsmiljøer, der vil højne kvaliteten og sikre en kontinuerlig indholdsproduktion og udvikling af indholdet.

Modellen er, ligesom den platformspecifikke model, opbygget, så ordningerne understøtter og udvikler det redaktionelle indhold ved at være baseret på den redaktionelle indsats med de positive konsekvenser, som er nævnt i 7.6.1.

Modellen vil også parallelt med den platformspecifikke model understøtte mediernes fortsatte udvikling samt understøtte etablering af nye medievirksomheder og dermed en videreudvikling af mediemarkedet.

Til forskel fra den platformspecifikke model vil den delvist platformneutrale model imidlertid også kunne støtte tværmediale projekter og nye former for formidling af indhold i takt med den teknologiske og markedsmæssige udvikling. Hermed understøttes udviklingsmulighederne yderligere.

Medievirksomheder vil kunne opnå støtte til at videreudvikle og omstille deres redaktionelle produktion i forhold til nye distributionsformer, ændringer i forbrugeradfærden og den teknologiske udvikling.

Etablering, omstilling, udvikling og sanering støttes uafhængigt af teknologi og distribution, så længe der er tale om medier med et redaktionelt formål.

Implementering af den delvist platformneutrale model vil dermed i højere grad end implementering af den platformspecifikke model kunne understøtte udviklingen i branchen.

Samtidig vil modellen give mulighed for effektiv spredning af indhold til flest mulige borgere via flest mulige relevante platforme, da medierne ikke af støttemæssige årsager forhindres i at eksperimentere med kombinationer af distributionsformer.

8.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser

Den delvist platformneutrale model understøtter flere vigtige aspekter af en demokratistøtte.

Udvalget vurderer, som ved den platformspecifikke model, at den beskrevne model vil kunne styrke titelmangfoldigheden på det danske marked. Flere danskproducerede medier/titler vil kunne opnå støtte end under de nuværende ordninger – dels de IP-baserede medier, dels flere fagmedier. Til gengæld vil distributionen af udenlandske aviser ikke længere blive støttet. Det drejer sig i 2011 om 31 aviser, hvoraf kun 4 har over 50 abonnenter. Det må formodes, at de udenlandske aviser opfylder særlige behov hos de i alt knap 2000 abonnenter, som sandsynligvis vil købe aviserne trods eventuelle prisstigninger i distributionen.

Parallelt med den platformspecifikke model understøttes såvel ejerskabs- som titelmangfoldighed af den nye innovationsordning og af muligheden for at støtte IP-baserede medier som beskrevet i 7.6.2, og dertil kommer yderligere udviklingsmuligheder som følge af den tværmediale tilgang til puljerne.

Modellens fokus på støtte til egenproduceret redaktionelt indhold vil også parallelt med den platformspecifikke model kunne fremme samfundsmæssig og kulturel oplysning og styrke den demokratiske debat i samfundet.

Gratisaviserne, som i høj grad læses af borgere, der ellers ikke ville læse en avis, vil fortsat kunne få støtte, men under de nye ordninger vil det ske i forhold til deres redaktionelle indsats, ligesom det er tilfældet med de øvrige medier. Da indtjeningen afhænger af annoncekroner, som er afhængige af læsertal, vil gratisaviserne sandsynligvis fortsat uddele så mange aviser som muligt, selvom de får mindre i støtte. Men der er en risiko for, at spredningen bliver mindre end i dag, hvor flere gratisaviser får maksimal støtte, idet de rammer støtteloftet på 7,2 mio. eksemplarer per år.

Ved kun at være delvist platformneutral tager modellen samtidig et overordnet samfundsmæssigt hensyn til de ideelle blades rolle og værdi, idet deres vigtigste funktion er spredning af information og en styrkelse af foreningslivet. Disse blades indhold produceres overvejende ved hjælp af frivilligt arbejde, hvorfor en produktionsstøtte baseret på redaktionelle omkostninger ikke ville støtte foreningslivets bidrag til oplysning og demokratisk debat.

De øvrige medier bliver via modellen stillet frit, i forhold til hvordan deres redaktionelle egenproducerede indhold skal distribueres. Dermed understøttes en udvikling, hvor staten støtter produktion af indhold, uden hensyntagen til hvordan det enkelte medie vælger at nå borgerne. Dette sker ud fra en betragtning om, at medierne selv er de bedste til at vurdere, hvordan de skal nå deres publikum med det redaktionelle stof. Modellen vil derfor sandsynligvis være i stand til at "ramme" flere forbrugere indirekte med støttekroner end den platformspecifikke model.

8.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører

Implementeringen af den delvist platformneutrale model vil efter udvalgets vurdering medvirke til at sikre en god økonomisk ramme for den fremtidige udvikling af de danske redaktionelle medier. Modellen kan medvirke til at understøtte pluralisme i det danske

mediebillede, dels ved at udviklingen af de eksisterende medier understøttes, dels ved at vækstlaget i mediebranchen understøttes gennem støtte til etablering af nye medievirksomheder. Støtten vil medvirke til at sikre, at nye medier bliver udsat for mindre adgangsbarrierer end hidtil.

Implementering af modellen vil betyde, at støtten bredes ud til at inkludere trykte medier såvel som IP-baserede medier, der har egenproduceret redaktionelt indhold. Dermed reduceres den nuværende konkurrenceforvridning, da både dagblade, IP-baserede medier, fagblade og lokale ugeaviser vil kunne søge støtte, hvis de opfylder kriterierne.

I det nuværende medielandskab vil de medier, der modtager støtte under de nuværende ordninger, i de fleste tilfælde kunne opnå samme niveau af støtte som i dag og samme niveau som under den platformspecifikke model. Dagbladene vil som mediegruppe således kun i begrænset omfang blive berørt af ændringerne. Konkret vil Samsø Posten udgå af ordningen, da bladet ikke opfylder kravet om en kritisk redaktionel masse. Arbejderen og Danske Kommuner udgår af ordningen som følge af uafhængighedskriteriet vedrørende politiske partier og offentlige institutioner. Ingeniøren udgår af ordningen, hvis det er modellen med ejerskabskriterium, der implementeres. Århus Stiftstidende og Randers Amtsavis ville i givet fald også få reduceret støtte, men dette opvejes af, at Berlingske Media som koncern opnår øget støtte. Helsingør Dagblad og Sjællandske Medier, her særligt det lokale dagblad Sjællandske, vil få reduceret støtte, jf. 4b, hvis det er modellen uden ejerskabskriterium, der implementeres.

For dagbladslignende publikationer vil støtten for de flestes vedkommende være af samme størrelsesorden som i dag. Ingeniøren og The Copenhagen Post vil i forbindelse med overgangen, afhængigt af ejerskabskriteriet, stå til at få reduceret deres støtte. Ugeavisen The Copenhagen Post vil miste 433.261,00 kr. med ejerskabskriterium og 472.211,86 kr. uden ejerskabskriterium. Ingeniøren vil ikke være støtteberettiget med ejerskabskriterium og vil dermed miste 4,1 mio. kr., jf. bilag 4a. Ingeniøren vil derimod opnå en øget støtte på 413.313,90 kr. i en model uden ejerskabskriterium, jf. bilag 4b.

Desuden vil gratisaviserne opnå mindre i støtte end i dag, da tilskuddet udregnet på baggrund af deres redaktionelle indsats er lavere end den distributionsstøtte, de modtager i forhold til antallet af tilskudsberettigede distribuerede eksemplarer. Den lavere støtte er altså en konsekvens af, at udregningen nu er baseret på redaktionel indsats frem for på distribution.

Fagbladene vil kunne opnå støtte på samme vilkår som dagbladene og vil dermed stå stærkere end i dag. Samtidig åbnes der for, at en bredere kreds af mulige ansøgere som følge af en ændring af emnekriteriet får adgang til produktionsstøtteordningen.

Ideelle blade kan fortsat opnå støtte til distribution fra en særskilt pulje og vil således ikke blive ramt af de strengere kriterier, der gælder for de platformneutrale puljer. Ideelle blade stilles hverken værre eller bedre end nu rent støttemæssigt, men som følge af portostigninger vil de mindre blade med oplag under 5000 blive svækket økonomisk.

Distributionsstøttens bortfald vil desuden medføre, at støtten til distribution af udenlandske aviser ophører, og distributøren vil dermed ikke længere kunne opnå støtte.

Konkret afhænger de omfordelmæssige konsekvenser af, hvor mange nye titler der kan modtage støtte som følge af omlægningen. Derudover afhænger omfordelingen af, hvorvidt det er modellen med eller uden ejerskabskriterium, der benyttes, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.1. Omfordelingen i medfør af ejerskabskriteriet vil få negative konsekvenser for dele af de uafhængige medier, som støttes i dag, idet der forventes en omfordeling fra de nuværende støtteberettigede dagblade og dagbladslignende publikationer til fagmedier på omkring 17 mio. kr.

Den umiddelbart værst ramte dagbladskoncern med betalte dagblade er størrelsesmæssigt Sjællandske Medier, som ifølge bilag 4a vil miste ca. 2,9 mio. kr. Heraf står Sjællandske

alene for ca. 2 mio. kr. Beløbet bliver imidlertid dækket af puljen med ufordelte midler til særlig berørte medier (supplementsordningen), så de små, lokalt forankrede dagblade opnår samme mulige støtteniveau som de andre dagblade. Det svarer til en øget støtte i forhold til i dag på 2,5 mio. kr. til Sjællandske Medier som koncern – forudsætningen for den øgede støtte er, at der er ufordelte midler.

Værst ramt støttemæssigt, hvis der indføres et bredt ejerskabskriterium, bliver Ingeniøren, som udgives af Mediehuset Ingeniøren A/S med en bestyrelse uden politiske repræsentanter og med en uafhængig redaktionel linje, og som hver uge når 166.000 læsere. Ingeniøren modtog i 2010 4,1 millioner kr. i distributionsstøtte. Med et ejerskabskriterium, der alene vedrører politiske partiers og offentlige institutioners ejerskab, jf. bilag 4b, står Sjællandske Medier heroverfor til at miste samlet set ca. 5,4 mio. kr., heraf Sjællandske alene 2,9 mio. kr. Beløbet dækkes ikke via puljen til særlig berørte medier, da der ikke er ufordelte midler.

I forhold til innovationspuljen vil den delvist platformneutrale model kunne støtte flere forskellige typer af projekter. Dette i kombination med fjernelse af det eksisterende krav om, at støtte alene kan søges af medier i økonomiske vanskeligheder, ville kunne indebære en ikke uvæsentlig økonomisk fordel for potentielle projektmagere.

9. Platformneutral mediestøttemodel

Som en konsekvens af mediekonvergens og den hastige teknologiske udvikling beskrives i dette kapitel en platformneutral støttemodel, som er robust over for udviklingen af nye forretningsmodeller, teknologier og markedsforhold:

- *Den eneste undtagelse fra en platformneutral model er, at public service-institutionerne ikke kan søge om midler fra de nye puljer. Til gengæld bevares den nuværende licensfinansieringsmodel for DR og TV 2 Regionerne.*
- *Det foreslås at etablere en produktionsstøtte med to separate ordninger:*
 - *Kommercielle medier tildeles støtte i forhold til omfanget af den redaktionelle indsats. Det redaktionelle indhold skal ligge inden for samfundsmæssigt og demokratisk relevante kategorier svarende til de indholdsmæssige adgangskriterier, der foreslås i de to øvrige modeller.*
 - *Ikke-kommercielle medier tildeles også støtte i forhold til omfanget af den redaktionelle indsats, men indholdskriterierne er mere lempelige. Støtten tildeles medier, der understøtter information og oplysning til borgerne.*
- *Der etableres ikke en supplementsordning.*
- *Fra en innovationspulje tildeles projektstøtte til etablering af nye medievirksomheder, omstilling af eksisterende medier, der har behov for markeds- eller produktionstilpasning, udvikling af nye, eksperimenterende tiltag, der kan fremtids sikre mediernes demokratiske funktion, jf. formålet i kap. 5, samt sanering af medier i akutte økonomiske problemer. Innovationspuljens midler kan kun søges af kommercielle medier.*

Kapitlets konklusion er, at en platformneutral mediestøttemodel nok kan støtte medieudviklingen fremover, men den indbyggede risiko ved modellen er, at støtten spredes for meget og dermed ikke i tilstrækkelig grad sikrer bæredygtige medievirksomheder.

9.1 Introduktion

Formålet med modellen med støtte på tværs af medieplatforme er en sikring af national produktion af medieindhold uafhængigt af distributionsform. Modellen sigter således mod platformneutralitet, hvor platformneutralitet her er udtryk for, at der ved tildeling af støtte ikke skelnes mellem støtte til tryk, levende billeder eller lyd (eller kombinationer heraf). Samtidig sigtes der i tråd med platformneutraliteten tillige mod teknologineutralitet, forstået således at teknologi til distribution af indhold ikke skal være en afgørende faktor for at opnå støtte. Formålet hermed er at sikre en mere fremtids sikret mediestøttemodel. Den primære støtte er produktionsstøtte, hvor redaktionelt indhold støttes uden hensyntagen til distributionsform.

Forslaget til modellen med støtte på tværs af platforme indeholder – som de øvrige modeller – en produktionsstøtteordning og en innovationspulje til støtte af etablering, udvikling og omstilling samt sanering. En nærmere beskrivelse af de nævnte støttetyper fremgår af de efterfølgende afsnit. Indledningsvist adresseres public service-institutionerne, som holdes uden for den platformneutrale ordning.

9.2 Public service-medier

Public service-mediernes eksistens og konkrete indretning berøres ikke i forbindelse med omlægningen til platform- og teknologineutral støtte.

DR skal, jf. udvalgets kommissorium, forblive en stærk, licensfinansieret medieinstitution. TV 2 Regionerne forbliver ligeledes licensfinansierede medieinstitutioner. Udvalget har ikke

som udgangspunkt anset licensmidlerne som fredede, men har valgt med undtagelse af lokalradio- og -tv-puljen samt Public Service-Puljen ikke at inddrage disse som finansieringskilde.

Public service-institutionerne opfylder deres rolle som producenter af originalt, egenproduceret indhold. Ingen af institutionerne skal imidlertid kunne søge støtte fra puljerne.

Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner. Konkret vil det sige, at DR, TV 2/Danmark A/S, TV 2 Regionerne, Radio Nova A/S' (FM5's) 1000-timers nyhedsudsendelse og Radio24syv ikke kan få del i de nedenfor beskrevne ordninger.

Public Service-Puljen til kommercielle produktioner nedlægges, og midlerne indgår i innovationspuljen. Lokalradio- og -tv-puljen til ikke-kommerciel produktion nedlægges og overgår til den ikke-kommercielle produktionsstøttepulje. Tilskudsmodtagere fra disse puljer skal under denne model søge midler fra den platformneutrale produktionsstøtteordning og tilsvarende innovationspuljen på linje med alle andre medier.

9.3 Redaktionel produktionsstøtte

Produktionsstøtteordningen skal – som i de øvrige modeller – være en fast støtte til producenter af originalt, egenproduceret medieindhold.

Produktionsstøtten indeholder to separate ordninger, idet der skelnes mellem kommerciel og ikke-kommerciel produktion. Dermed sikres, at der tages hensyn til de meget forskellige produktionsvilkår, som kommercielle og ikke-kommercielle medier arbejder under.

Støtte til kommercielle medier tildeles alene til produktion af demokratisk og samfundsmæssigt relevant indhold, der her forstås som egenproduceret redaktionelt indhold. Støtten uddeles på baggrund af de enkelte støtteberettigede titlers redaktionelle indsats med de samme adgangsbetingelser og den samme øvrige indretning som produktionsstøtten beskrevet under de øvrige modeller, jf. 8.4.1 og 7.3.1. Modellen vil sikre ligestilling mellem de forskellige medietyper.

Støtte til ikke-kommercielle medier tildeles medier, som understøtter information og oplysning til borgerne og dermed borgernes demokratiske deltagelse. Kravene vil være mindre restriktive end for kommercielle mediers vedkommende.

Ordningerne vil sikre, at de eksisterende støttemodtagere vil kunne søge om midler fra mindst én af de nye platformneutrale puljer.

9.3.1 Kommerciel/ikke-kommerciel

Udvalget finder, at man i udarbejdelsen af en platformneutral model bør stille forskellige krav til indholdet hos kommercielle og ikke-kommercielle medieproducenter, ligesom udmålingskriterierne bør være forskellige.

I dag gives der støtte til kommercielle udgivere fra Dagbladspuljen og Ugeavispuljen og til ikke-kommercielle udgivere fra Bladpuljen. Her er der vidt forskellige krav til indholdet. Sammenlægges disse puljer til en samlet pulje for alle medier, hvor der primært gives støtte på baggrund af en række fælles krav til indholdet, vil det sandsynligvis udelukke de fleste ansøgere fra Bladpuljen fra at modtage støtte. Hvis man stadig ønsker at støtte foreningslivet i Danmark gennem disse foreningsblade, kan det derfor være hensigtsmæssigt at opdele støtten i støtte til kommercielle hhv. ikke-kommercielle medieaktører. Inden for radio og tv ydes der ligeledes støtte til kommercielle medieaktører i form af Public Service-Puljen og nu Radio24syv samt til ikke-kommercielle medieaktører i form af lokalradio- og -tv-puljen og TV 2 Regionerne. Støtten til kommercielle aktører vil typisk være højere end støtten til de ikke-kommercielle.

Udvalget har derfor fundet, at det er nødvendigt at opretholde en sondring mellem de adgangsbetingelser og udmålingskriterier, der skal gælde for støtte til henholdsvis kommercielle og ikke-kommercielle medier.

Adgangsbetingelser og udmålingskriterier for ikke-kommercielle medier afventer resultatet af det arbejde, der evt. skal varetages af et udvalg vedrørende den fremtidige regulering af lokalradio- og -tv-området. Adgangsbetingelser og udmålingskriterier skal i en platform-neutral ordning kunne gælde for både lokalradio og -tv og for ideelle foreningsblade. Samtidig bør adgangsbARRIERERNE sættes tilstrækkeligt højt, således at puljemidlerne ikke udvandes af støtte til en lang række private, individuelle blogs.

9.3.2 Geografisk differentiering

Udvalget har diskuteret, hvorvidt det er nødvendigt også at differentiere geografisk i en helt platformneutral produktionsstøtteordning. Ved at foretage en differentiering mellem lokale, regionale og nationale ansøgere sikrer man sig et styringsredskab, som kan være med til at tilgodese geografisk produktion af originalt indhold. I dag findes denne differentiering i fordelingen af tilskud fra Dagbladspuljen og Ugeavispuljen såvel som i fordelingen af tilskud fra lokalradio- og -tv-puljen.

Radio- og tv-stationer kan eksempelvis søge om midler fra Public Service-Puljen til udvikling og produktion af bestemte typer af indhold, hvis de kan modtages af 50 % af befolkningen og fagligt vurderes som støtteværdige, mens der er separate puljer til ikke-kommercielle lokale radio- og tv-stationer, hvor alle godkendte ansøgere modtager støtte uden konkret vurdering af deres producerede indhold.

Udvalget har fundet, at denne differentiering er uhensigtsmæssig i forhold til en platformneutral helhedsløsning, hvor det f.eks. er utænkeligt, at et papirbaseret medie vil kunne ramme 50 % af befolkningen. Tilsvarende vil det være kunstigt at kræve lokalforankring af et IP-baseret medie. Der ville således skulle etableres mange individuelle regler for de forskellige platforme, hvilket gør platformneutraliteten illusorisk.

9.3.3 Produktionsstøtte til kommercielle medier

Denne ordning er identisk med samme ordning i den delvist platformneutrale model, som er beskrevet i 7.3.1. Det vil sige, at den indeholder en hovedordning, hvorfra der bevilges støtte til alle typer af medier i forhold til disses redaktionelle indsats.

De støttede medier skal, som i de øvrige modeller, medvirke til at understøtte den demokratiske debat gennem distribution af alsidig information.

En udførlig beskrivelse af adgangs- og udmålingskriterierne for trykte medier og IP-baserede medier findes i henholdsvis 7.3.1.1 og 7.3.1.2. Der vil være visse problemstillinger i forhold til direkte overførsel til radio- og tv-produktion, som skal vurderes nærmere, f.eks. hvis den pågældende kanal ansues som en samlet titel.

Kriterier for inklusion af radio og tv vil således kræve yderligere arbejde for at inkludere disse medietypers redaktionelle produktion på en hensigtsmæssig måde.

9.3.4 Produktionsstøtte til ikke-kommercielle medier

Denne pulje skal kunne tilgodese de medier, der i dag får støtte fra Bladpuljen til ideelle medier og fra lokalradio- og -tv-puljen. Derudover vil diverse websites kunne få støtte, men ikke enkeltmandsforetagender og bloggere.

Adgangskriterier

Mediet skal have en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, at mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.

Mediet skal mindst 2 gange årligt udbrede indholdet til offentligheden, eventuelt til afgrænsede grupper såsom medlemmer af en forening.

Mediestøtten må maks. udgøre 25 % af den løbende drift af den publicerende organisation.

Mindst 50 % af indholdet skal behandle almennyttige eller almenvelgørende emner, humanitære organisationers virke, undervisning og skoleforhold, idræt, kunst og kultur, miljø eller religiøse emner.

Mediet må ikke alene være rettet mod bestemte erhvervs- eller faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, enkelte politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner.

Udvalget har overvejet, om der bør fastsættes et krav om, at mediet ikke må indeholde reklamer, som det er tilfældet for radio og tv i dag. Da de trykte ikke-kommercielle medier imidlertid i dag også har reklameindtægter, er det ikke umiddelbart hensigtsmæssigt med et sådant fælles krav. Eksemplet illustrerer, at det kan være vanskeligt at udforme kriterier på tværs af medierne i en platformneutral model.

Udmåling af støtten

Støtten uddeles med udgangspunkt i omfanget af den totale redaktionelle indsats anvendt til produktion af redaktionelt indhold.

Støtten kan ikke udgøre et beløb, der er større end 100 % af den totale redaktionelle indsats.

9.4 Innovationspuljen

Formålet med puljen er, parallelt med innovationspuljen beskrevet i de foregående modeller, fremtidssikring af mediepluralisme i Danmark gennem understøttelse af etablering, udvikling og omstilling samt sanering af medierne på tværs af platforme og teknologi.

Der er tale om identiske innovationsstøtteordninger i de tre modeller, bortset fra at støtteordningen i den platformneutrale model er åben for alle typer af medier undtagen public service-medierne, og at ordningen i den platformspecifikke model er opdelt i to dedikerede puljer til henholdsvis trykte medier og IP-baserede medier.

9.4.1 Etableringsstøtte

Muligheden for at øge pluralismen inden for medierne skal sikres ved at kunne yde opstartsstøtte til nye initiativer. Formålet er at få etableret nye medievirksomheder i dansk sammenhæng, hvorfor staten bør have en vis risikovillighed i forhold til den investerede støtte. Kravet for at modtage støtte er relevante formål med støtten, jf. kap. 5, og en forretningsplan, der sandsynliggør projektets bæredygtighed.

Overordnet sigtes der mod at støtte opstart af virksomheder, der ikke vil kunne startes på markedsvilkår, men som har mulighed for at kunne blive en bæredygtig forretning på sigt.

Støtten skal medvirke til at sikre fortsat fokus på innovation og udvikling uden for de etablerede medievirksomheder. Hensigten er at reducere adgangsbarriererne på markedet.

En mere udførlig beskrivelse af formål findes i afsnit 8.4.2.1, og en detaljeret beskrivelse af indretning og betingelser findes i afsnit 7.3.2.1.

9.4.2 Udviklings- og omstillingsstøtte

Etablerede medievirksomheder og grupper af medievirksomheder skal kunne søge støtte til nye innovative tiltag inden for indholdsproduktion og teknologianvendelse og således være orienteret mod fortsat omstilling og udvikling af deres produkter samt innovation i branchen.

Formålet med støtten er at sikre, at medievirksomhederne kan opnå adgang til en vis risikovillig kapital, og dermed at medvirke til at sikre mediernes overlevelse på længere sigt.

Støtte tildeles alene kommercielle aktører med en bæredygtig forretningsmodel for projekter vedrørende omstilling eller innovativ udvikling inden for eller på tværs af virksomheder.

En mere udførlig beskrivelse af formål findes i afsnit 8.4.2.2, og en detaljeret beskrivelse af indretning og betingelser findes i afsnit 7.3.2.2.

9.4.3 Saneringsstøtte

Støtte til sanering kan tildeles medier, der opfylder kriterierne for støtte fra produktionsstøtteordningen og som sådan med deres indhold må anses for at være egnede til at fremme formålet med mediestøtte, jf. kap. 5.

Derudover fremgår kriterierne for støtte af afsnit 7.3.2.3.

9.5 Konsekvensvurdering

Afsnittet gennemgår konsekvenserne af implementering af den platformneutrale model. Indledningsvist gennemgås konsekvenserne for udviklingen af det danske mediemarked, dernæst de demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser, som denne udvikling medfører, og endelig de økonomiske og konkurrencemæssige konsekvenser for de forskellige medieaktører.

9.5.1 Konsekvenserne for udviklingen

Den platformneutrale model vil i lighed med de foregående modeller generelt kunne medvirke til at understøtte udviklingen af medierne fremover, men der løbes samtidig en risiko for, at fordelene ved den nuværende platformspecifikke indretning i forhold til ideelle blade og lokalradio og -tv reduceres som følge af ændrede adgangs- og udmålingskriterier.

Forudsætningen om platformneutralitet besværliggør hensyntagen til enkelte medietyper, og støtten risikerer derfor at blive smurt ud i et tyndt lag over en bred støttekreds. Dette kan medvirke til, at den ellers mulige positive udviklingseffekt af ordningerne bliver reduceret.

9.5.2 Demokratiske og samfundsmæssige konsekvenser af modellen

Støtten har til formål at sikre det oplysningsgrundlag, som er nødvendigt for et velfungerende demokrati med et aktivt civilt samfund. Støtten understøtter dermed nogle af de demokratiske grundfunktioner i samfundet ved at understøtte produktion af egen-produceret medieindhold i såvel kommercielle som ikke-kommercielle medier.

Omlægningen fra støtte af distribution til støtte af indholdsproduktion vil alt andet lige sikre produktion af medieindhold af høj kvalitet i Danmark. Medierne får incitament til at ansætte og fastholde dygtige redaktionelle medarbejdere og udnytte dygtige freelancere, når støtten udmåles i forhold til den redaktionelle indsats. Betingelsen om en kritisk redaktionel masse sikrer samtidig, at støtten reserveres til egentlige produktionsmiljøer, der vil højne kvaliteten og sikre en kontinuerlig indholdsproduktion og udvikling af indholdet.

Modellen vil i lighed med den delvist platformneutrale model sikre, at medierne kan opnå støtte til produktion og spredning af nyheder og anden samfundsrelevant information uden skelnen til, hvilken distributionsform de anvender.

Støtte ydes til medier af både ideel og kommerciel karakter. Dermed understøttes mediernes demokratiske funktion, ved at de ideelle medier støttes separat med mindre restriktive krav til indhold end de kommercielle medier. Man kan imidlertid sætte spørgsmålstegn ved, om de ideelle blade, som spreder oplysning til foreningernes medlemmer, ikke vil være bedre stillet, hvis den nuværende distributionsstøtteordning videreføres, hvilket er tilfældet i både den platformspecifikke og den delvist platformneutrale model.

Samtidig vil lokalradio- og -tv-stationer miste de nuværende fordele ved at have øre-mærkede puljemidler, hvor adgangskriteriet er, at den støtteberettigede station skal være lokalt forankret. Ofte vil de lokale medier være bedre til at fremme debat lokalt om lokale forhold.

Udvalget vurderer samlet set, at modellen ikke indebærer flere fordele for demokrati og samfund end den delvist platformneutrale model. Tværtimod har den et demokratisk og samfundsmæssigt underskud i forhold til de ideelle blade og de lokale radio- og tv-stationer.

9.5.3 Økonomiske konsekvenser af modellen – fordele og ulemper for de enkelte medieaktører

Modellen har den indbyggede risiko, at støtten spredes til for mange, hvis der ikke tilføres ekstra midler, og der er således en risiko for at støtte uforholdsmæssigt bredt frem for at sikre bæredygtige medievirksomheder. Konsekvensberegningerne er vanskeligere at foretage ud fra denne model, da det ikke kan forudsiges, hvilke ansøgere fra radio- og tv-området der vil blive berettiget til støtte.

De redaktionelle medier vil alle kunne opnå støtte til produktion, etablering, omstilling og udvikling samt sanering.

Magasinpressen vil kunne opnå støtte, hvis den opfylder de opstillede kriterier.

Dagbladene og dagbladslignende medier vil som udgangspunkt kunne opnå samme støtte som nu, men må sandsynligvis på længere sigt dele produktionsstøtten med flere IP-baserede medier og flere nye medietyper. Gratisaviserne vil som i de andre modeller få reduceret deres støtte, og distributionsstøtten til de udenlandske blade vil bortfalde. Information og Kristeligt Dagblad vil blive ramt, som følge af at der ikke indføres en supplementspulje, og hver titel vil få et tab i omegnen af 15-16 mio. kr. Det er imidlertid vanskeligt at konsekvensberegne det reelle tab, da det forudsætter kendskab til de eventuelle radio- og tv-virksomheder, der vil søge om støtte.

De IP-baserede medier vil opnå mulighed for støtte og vil derfor i højere grad blive sidestillet støttemæssigt med dagbladene, hvorved den nuværende konkurrenceforvridning mindskes.

Ikke-kommercielle medier vil skulle dele støtten med flere end i dag, fordi IP-baserede medier også vil kunne opnå støtte. Da støttebeløbet som udgangspunkt er det samme, vil de nuværende tilskudsmodtagere fra Bladpuljen og lokalradio- og -tv-puljen hver især få langt mindre i støtte end i dag. Sandsynligvis vil der også være lokalradiostationer, der i dag er støttede, som ikke vil kunne leve op til indholdskriterierne, samtidig med at en række ideelle blade må vælge mellem støtte og reklamer.

Situationen for DR og TV 2 Regionerne vil være uændret økonomisk, men muligheden for, at radio- og tv-stationer kan søge om produktionsstøtte, kan bevirke en massivt øget konkurrence fra særligt kommercielle tv-kanaler, hvoraf nogle kan sende fra andre lande og dermed f.eks. være underlagt andre kildebeskyttelses- og reklameregler. Støtte til kommercielle tv-kanaler vil endvidere reducere støtten til dagblade, fagblade og IP-baserede medier. Konkret vil internationale selskaber eller lignende kunne åbne eller købe en dansk 24-timers nyhedskanal og dermed opnå direkte mediestøtte, hvilket vil øge konkurrencen og dermed tilsvarende medvirke til at udhule mediestøtten til de andre støtteberettigede medier. Modellen kan dermed have en række negative indirekte effekter, f.eks. ved at bevirke reduceret støtte til de trykte og de IP-baserede medier. I den sammenhæng må der være en konkret vurdering af, hvorvidt formålet er en støtte, der omfatter mange, eller en støtte, der er målrettet mere specifikt til bestemte medietyper. Modellen vil åbne for konkurrence for public service-tv, men kan samtidig risikere at svække de andre publicistiske støtteberettigede medier.

10. 0-moms

Udvalget har diskuteret den indirekte mediestøtte i form af dagbladenes 0-moms og har i den forbindelse bl.a. indhentet oplysninger fra Kammeradvokaten og Skatteministeriet.

Historik

Dagbladenes 0-moms blev indført i 1967. Dagbladene, svarende til aviser, som normalt udkommer med mindst ét nummer månedligt, er efter § 34, stk. 1, nr. 14, i momsloven (merværdiafgiftsloven, jf. lovbekendtgørelse nr. 966 af 14. oktober 2005) fritaget for moms. Dette udmøntes konkret ved, at udgiverne er momspligtige, men at de til gengæld har fuld fradragsret for momsudgifter og ikke skal betale moms af avissalget. Køberne slipper således for at betale moms af de købte dagblade. Dagbladene har imidlertid siden 1990 været pålagt en lønsumsafgift på 2,5 %, hvilket reducerer ordningens nettoværdi, som følge af at afgiftsgrundlaget er avissalgets værdi.

Støtten er relateret til bladsalgsomsætningen. Dette medfører, at prisstigninger øger værdien af ordningen, men til gengæld reduceres den på aggregeret niveau ved faldende avissalg.

Værdifastsættelse

Udvalget har forsøgt at opnå information om realværdien af 0-moms-ordningen, men som følge af, at der ikke var en komplet liste over 0-momsede publikationer tilgængelig, blev den af SKAT anvendte metode for værdifastsættelsen anvendt.

Udgangspunktet for værdifastsættelse er som oplyst af SKAT

Ifølge den danske momslov er dagblade og visse dagbladslignende publikationer alene omfattet af 0-satsen. Danmark er af Europa-Kommissionen bemyndiget til ved beregningen af grundlaget for egne momsindtægter at foretage en korrektion ud fra egnede oplysninger fra statistikken over forlagsvirksomhed.

På baggrund af denne statistik, som opgøres af Danmarks Statistik, er værdien af dagbladenes 0-moms opgjort til ca. 1 mia. kr. i 2010. Dette tal er efter aftale med Europa-Kommissionen opgjort som det umiddelbare statslige provenutab, hvilket betyder, at der ikke er taget højde for ændringer i forbrugeradfærd som følge af moms.

Til grund for beregning af denne værdi er fordelingen af dagbladenes indtægter fra henholdsvis annoncer og avissalg opgjort ud fra det seneste endelige nationalregnskab (2010).

Der findes ikke nogen samlet liste over dagblade med en momssats på nul. Derfor er produktionen af dagblade, som er underlagt 0-moms, i udgangspunktet afgrænset ud fra tre varenumre i varestatistikken. Dette tal for produktionen er opjusteret en anelse, fordi beregningsgrundlaget ikke fuldt ud dækker værdien af 0-moms, idet der er en række tidsskrifter, som med sikkerhed er momsfritaget, og som ikke er medtaget under de ovenfor nævnte varenumre.

Salgsværdien opgøres som produktionen af dagblade tillagt avancer. Den beregnede moms udgør 25 % af den del af salget, som går til endeligt forbrug – dvs. privat forbrug. Salg til virksomheder, som har fradrag for moms, skal derfor ikke medtages.

Opgørelsen forudsætter, at momsen overføres til de private forbrugere, som herved har den umiddelbare fordel af ordningen.

Værdien af 0-momsen udregnes med udgangspunkt i de 0-momsede virksomheders avissalg.

Momsværdien af aviser til nulsats (mio. kr.)*

	2006	2007	2008	2009	2010
Samlet momsgrundlag	1.270,4	1.197,7	1.190,1	1.039,0	976,9

Kilde: SKAT.

*Lønsumsafgiften er ikke fratrukket.

Værdien af ordningen er altså faldet med ca. 300 mio. kr. på 5 år og må forventes at falde yderligere, i takt med at oplaget falder, dog justeret for prisstigninger, som får værdien til at stige.

Udvalget har i den sammenhæng overvejet de forskellige muligheder for 0-moms-ordningen, når det ikke umiddelbart er muligt at inkludere flere medietyper under ordningen.

Muligheder i forhold til 0-moms-ordningen

De nedenfor beskrevne muligheder kan alle anvendes direkte i forhold til de i rapporten opstillede modeller.

0-momsen bevares

En bevarelse af 0-momsen vil bevirke uændrede konkurrencevilkår på markedet. Ordningen må antages konkret at bidrage til at holde priserne nede på dagblade, hvilket særligt må anses som en fordel i en situation, hvor oplaget for størstedelen af bladenes vedkommende er faldende.

En bevarelse af ordningen har dog den ulempe, at den over tid udhuler værdien af mediestøtten. Derfor diskuterede udvalget muligheden for at afvikle ordningen umiddelbart og dermed kapitalisere beløbet, så der ikke sker yderligere udhuling, hvilket beskrives nedenfor.

0-momsen afvikles og erstattes med differentieret momssats

En sådan model vil ligestille de forskellige medietyper og dermed sikre mere lige konkurrencevilkår på markedet. Imidlertid anses dette for vanskeligt gennemførligt, idet der ikke i Danmark er praksis for at indføre differentieret moms.

Udvalget har derfor overvejet alternative muligheder.

0-momsen afvikles og erstattes med 25 % moms

En afvikling af 0-moms-ordningen vil medføre mere lige konkurrenceforhold mellem de forskellige typer af publicistiske medier.

Afvikling af 0-moms-ordningen og dermed konvertering af værdien fra indirekte støtte over skatte- og afgiftssystem til en direkte støtte over finansloven kan endvidere bremse værdiudhulingen, som er en konsekvens af dagbladernes oplagsfald, jf. ovenfor.

Dermed ville det være muligt at lade midlerne indgå i eksempelvis produktionsstøtte-ordningen, så det kommer alle de støtteberettigede medier til gode, herunder også dagbladene.

En sådan model vil bevirke en række problemstillinger som følge af de mulige konsekvenser af at fjerne 0-momsen.

Priselasticitet, som er sammenhængen mellem prisen på en bestemt vare og efterspørgslen efter denne, er i denne henseende en væsentlig parameter, men på nuværende tidspunkt eksisterer der ikke realberegninger af priselasticitet med udgangspunkt i elasticiteten på det danske marked, her særligt prisstrukturen og indvirkningen af antallet af substitutionsmuligheder på kort og mellemlangt sigt. Selv med den type af beregninger er der langt fra sikkerhed for, at tallene vil være i overensstemmelse med den faktiske virkning.

Under alle omstændigheder vurderer udvalget, at eventuelle ændringer i givet fald bør indføres gradvist. Udvalget har derfor drøftet en model med en neutralisering af 0-momsen, hvor værdien samtidig gradvist kapitaliseres direkte ved at forhøje lønsumsafgiften.

Neutralisering af fordelene ved 0-moms

En gradvis neutralisering af 0-moms-ordningen vil reducere den konkurrenceforvridende effekt i forhold til andre trykte medier og de IP-baserede medier. En måde, det kan ske på, er ved en langsom opregulering af lønsumsafgiften til 25 %, som foreslået i mediestøtteudredningen, hvilket over tid vil udjævne effekten af 0-momsen. Det, der taler for denne løsning, er, at værdien af 0-momsen bliver udhulet over tid, og det vil derfor være en fordel at få fastholdt niveauet for mediestøtte inden for en overskuelig fremtid, og samtidig vil det reducere konkurrenceforvridningen på markedet.

Midlerne indbetalt til øget lønsumsafgift kan overgå til den redaktionelle produktionsstøttepulje med justerede lofter med det formål delvist at kompensere dagbladene for deres tab. Dertil kommer muligheden for en overgangsordning, hvor størstedelen tilfalder dagbladene, men gradvist overgår til også at støtte andre medier fra produktionsstøttepuljen.

Fordelen ved dette er, at ordningen konverteres til direkte midler, som indgår i statsbudgettet via lønsumsafgiften, og som umiddelbart kan anvendes til eksempelvis øget produktionsstøtte. Samtidig kan begge dele ske gradvist, så dagbladene bliver ramt med en forholdsvis begrænset procentandel årligt.

Sammenfatning af problemstillinger i forbindelse med ændringer hhv. bevarelse af ordningen

Som det fremgår af ovennævnte tabel, vil værdien af 0-momsen reduceres over tid, og alene siden 2006 er den reduceret med omkring 300 mio. kr. Derfor kunne man overveje at bremse udhulingen og konvertere ordningen til direkte midler, hvilket kan ske ved at opjustere lønsumsafgiften. Dette vil efter en periode kunne anvendes til at fastlægge et rimeligt benchmark for støtteniveauet, så mediestøtten ikke udhules yderligere. Dette vil samtidig bevirke, at den konkurrenceforvridende effekt på markedet vil blive fjernet, hvis støtten fordeles blandt for eksempel alle de støtteværdige medier under produktionsstøtteordningen. Dermed vil der på sigt etableres en ligeværdig situation mellem de forskellige typer af medier, og det vil stoppe udhulingen af mediestøtten. Omvendt kan der ligeledes argumenteres for, at konkurrenceforvridningen vil begrænses løbende som konsekvens af, at værdien forringes over tid.

Ændringer af 0-momsen har den ulempe, at det er vanskeligt at forudsige effekten på prisen for forbrugerne – den såkaldte priselasticitet. Prisen på aviser må i dag anses som forholdsvis elastisk, da aviserne, til trods for vigtigheden af disse i demokratisk henseende, ikke er noget, alle mener de har behov for. Samtidig er antallet af substitutionsmuligheder online øget, hvilket medvirker til at indikere en høj elasticitetsgrad. Problemstillingen i den sammenhæng er, at der er meget begrænset viden til rådighed om priselasticiteten på danske dagblade. Priserne er forholdsvis høje, og der mangler studier af, hvordan pris-sætningsadfærden påvirker omsætningen og udbuddet af antal eksemplarer på det danske marked. Dertil kommer, at langtidseffekten af ændringen er endnu mere vanskelig at forudsige, som følge af at ikke alle avis købere vil reagere med det samme, men først skal have identificeret substitutionsmuligheder. Hertil kommer muligheden for, at nye substitutionsmuligheder vil opstå.

For dagbladene og andre trykte medier er dette en særlig problemstilling, da generel nyhedsproduktion forudsætter høje faste omkostninger, hvor produktet, i form af avisen med nyhedsproduktion, har en meget begrænset levetid på typisk en dag. Udgiverne har samtidig ikke samme mulighed som producenterne af mere traditionelle varer, da trykningen af +1 eksemplar ikke gør den store forskel i produktionsprisen. Væsentligst er i den sammenhæng distribution og produktion. Kendskabet til sammenhængen mellem pris og efterspørgsel er meget mangelfuldt for dagbladenes vedkommende, og der eksisterer alene ældre udenlandske studier, som ikke umiddelbart kan anvendes ved vurderingen af sammenhængen mellem pris og efterspørgsel på det danske marked med den nuværende prisstruktur og de tilgængelige substitutionsmuligheder.

Fordelen ved opjusteringen af lønsumsafgiften er således, at det bliver den reelle værdi af ordningen, der konverteres til direkte midler, frem for en værdi udregnet på baggrund af en række mere eller mindre usikre forudsætninger.

Det må derfor anbefales, at konsekvenserne ved ændringerne i givet fald undersøges nærmere, herunder hvorvidt ændringen vil virke direkte i modstrid med formålet med mediestøtte i en situation, hvor dagbladene er under pres, og hvorvidt manglende ændringer vil forhindre udviklingen af nye medier på nye platforme. Konkrete undersøgelser af forbrugernes adfærd ved prisændringer i forhold til den konkrete situation på det danske marked er derfor nødvendige for at sikre, at ændringen ikke har utilsigtede konsekvenser.

Udvalget har derfor på det foreliggende grundlag valgt ikke at kalkulere med en ændring af ordningen. I stedet henstilles til, at der i givet fald foretages de nødvendige undersøgelser af 0-momsen, der kan medvirke til at belyse fordele og ulemper ved en ændring med udgangspunkt i situationen på det danske marked, for så vidt at muligheden for kapitalisering følges yderligere.

11. Finansiering og allokering

I Danmark støttes såvel elektroniske som trykte medier. Mediestøtten består af licensmidlerne, der anvendes til at finansiere public service-virksomhederne DR og TV 2 Regionerne samt til støtte af en række andre mediepolitiske formål. Støtte ydes derudover til dagblade og dagbladslignende publikationer gennem finansloven og via 0-momsen, der er en indirekte støtte gennem skatte- og afgiftssystemet. Herudover støttes ideelle blade.

Den samlede direkte og indirekte mediestøtte var i 2011 følgende:

Radio og tv (DR, TV 2 Regionerne, FM4, PS-Puljen mv.)	4.135,00 mio. kr.
Moms udregnet på baggrund af licensprovenu 2010	1.012,6 mio. kr.
Ideelle blade	43,6 mio. kr.
Distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer	359,4 mio. kr.
Projektstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer	6,0 mio. kr.
0-moms (2010)*	976,9 mio. kr.
I alt	6.533,50 mio. kr.

*Værdien er ikke fratrukket lønsumsafgift.

Moms (ca. 1.012,6 mio. kr.) udregnet på baggrund af licensprovenu 2010 er medtaget, da licensmidlerne overført til DR og TV 2 sker med tillæg af moms, så de momspligtige institutioner ikke stilles ringere i forbindelse med indkøb og således kan fratække moms. Tillæg af moms sker alene til DR og TV 2 Regionerne og ikke til de andre formål støttet af licensmidlerne.

I tillæg til ovenstående kommer Dagbladsnævnets formue på 58,8 mio. kr., som er overført ved lov fra Dagspressens Finansieringsinstitut i 2006 til brug for økonomisk støtte til dagblade og dagbladslignende publikationer, som er egnede til at fremme et alsidigt udbud af nyheder og analyser af betydning for den offentlige debat i et demokratisk samfund. Det nævnte beløb er en del af de opsparede midler i finansieringsinstituttet. Ved ophævelsen af finansieringsinstituttet til fordel for dagbladsnævnetsordningen blev den oprindelige formue efter aftale fordelt mellem Dagbladsnævnet og Danske Dagblades Forening i et forhold, som beregnedes til så vidt muligt at afspejle den del af opsparingen, som hhv. staten og dagbladene havde bidraget med. Dagbladsnævnets andel udgør derfor nu statens andel og danner en grundkapital, der bør fastholdes til brug for saneringsstøtte for livstruede dagblade. Danske Dagblades Forenings andel er anvendt til fælles formål for dagbladene efter en aftale mellem Kulturministeriet og foreningen.

Udvalget har i sit udgangspunkt ikke anset licensmidlerne som fredede, men har, med få undtagelser i den platformneutrale model, valgt ikke at inddrage disse som finansieringskilde til andre mediestøtteformål. Ligeledes har udvalget ikke anset 0-momsen som værende fredet, men har valgt ikke at kalkulere med en kapitalisering af værdien af 0-momsen til andre mediestøtteformål, jf. i øvrigt diskussionen i kap. 10. Udvalget har således valgt at tage udgangspunkt i den nuværende støtte til de trykte medier i form af henholdsvis distributionsstøtten til dagblade og dagbladslignende publikationer samt projektstøtten til dagblade og dagbladslignende publikationer.

I kommissoriet for Mediestøtteudvalget er det anført, at udvalgets forslag skal holdes inden for den eksisterende ramme for mediestøtten. Udvalget har overholdt denne præmis, og modellerne kan finansieres inden for den definerede økonomiske ramme.

Som følge af, at regeringen og Dansk Folkeparti i maj 2010 indgik Aftale om genopretning af dansk økonomi, blev Dagbladsnævnets bevilling sat ned med 8 mio. kr. i 2011. Udvalget foreslår, at denne bevilling i en ny mediestøtteordning tilbageføres til den normale størrelse (siden 1984) på 14,0 mio. kr. Modellernes gennemførelse afhænger imidlertid ikke heraf.

Den indirekte støtte i form af 0-moms på salget af dagblade og dagbladslignende publikationer opgjort som tabt provenu for staten er anslået til ca. 976,9 mio. kr. i 2010, jf. oplysninger fra SKAT. Værdien af ordningen er reduceret med ca. 300 mio. kr. siden 2006, jf. kap. 10, og værdien af den indirekte støtte må formodes i de kommende år at blive reduceret yderligere som følge af dagbladenes reducerede oplagstal.

I bilag 2 findes yderligere detaljering og forklaringer.

Denne økonomiske ramme er anvendt som udgangspunkt for udvalgets forslag til fordeling af midlerne til de enkelte ordninger. Udgangspunktet er dermed, at de nye ordninger er finansieret med udgangspunkt i den eksisterende økonomiske ramme for mediestøtte, og at der ikke tilføres yderligere midler. Modellerne er således fuldt finansierede.

11.1 Platformspecifik model

Radio og tv

Midlerne fordeles som nu jf. mediepolitisk aftale for 2011-14.

Ideelle blade

Puljen på 43,6 mio. kr. bevares, og midlerne fordeles som nu med 38,1 mio. kr. til hovedordningen og 5,5 mio. kr. i ekstra tilskud til små blade, der distribuerer færre end 5.000 eksemplarer.

De redaktionelle produktionsstøtteordninger

De midler, der er til rådighed i produktionsstøtteordningerne, er 359,4 mio. kr. fra distributionsstøtteordningerne. Disse midler fordeles i form af produktionsstøtte til dagblade samt dagbladslignende specialmedier, produktionsstøtte IP-baserede medier samt midler til innovationspuljen.

Midlerne fordeles mellem hovedordningen med 307,9 mio. kr. og supplementpuljen med 34,2 mio. kr. med ejerskabskriterium. Derudover er der 11,3 mio. kr. ufordelte midler til særlig berørte medier, hvoraf 6,9 mio. kr. anvendes til kompensation af små lokalt forankrede dagblade, 1,2 mio. kr. til kompensation af dagbladslignende publikationer samt 3,17 mio. kr. til at styrke innovationspuljen. Uden ejerskabskriterium fordeles puljerne med 316,67 mio. kr. til hovedordningen og 36,73 mio. kr. til supplementsordningen, jf. bilag 4a og 4b med beregningseksempler.

Innovationspuljen

Dagbladsnævnets midler overgår til innovationspuljen inkl. formuen. Derudover overføres der ekstra 6,0 mio. kr. til innovationspuljen fra den nuværende distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer, så beløbet øges til 12 mio. kr. Dertil kommer eventuelt ufordelte midler fra den redaktionelle produktionsstøtteordning.

Udvalget foreslår jf. ovenfor, at innovationspuljen i øvrigt tilføres de 8 mio. kr., som dagbladsnævnets bevilling blev sat ned med i 2011,

11.2 Delvist platformneutral model

Radio og tv

Midlerne fordeles som nu, jf. mediepolitisk aftale for 2011-14.

Ideelle blade

Puljen på 43,6 mio. kr. bevares, og midlerne fordeles som nu med 38,1 mio. kr. til hovedordningen og 5,5 mio. kr. i ekstra tilskud til små blade, der distribuerer færre end 5.000 eksemplarer.

Den redaktionelle produktionsstøtteordning

Puljerne forbliver stabile, forstået således at midlerne anvendt til distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer overgår til produktionsstøtteordningerne, dog overføres 6 mio. kr. til innovationspuljen.

Midlerne fordeles mellem hovedordningen med 307,9 mio. kr. og supplementspuljen med 34,2 mio. kr. med ejerskabskriterium. Derudover er der 11,3 mio. kr. ufordelte midler til særlig berørte medier, hvoraf 6,9 mio. kr. anvendes til kompensation af små lokalt forankrede dagblade, 1,2 mio. kr. til kompensation af dagbladslignende publikationer samt 3,17 mio. kr. til at styrke innovationspuljen. Uden ejerskabskriterium fordeles puljerne med 316,67 mio. kr. til hovedordningen og 36,73 mio. kr. til supplementsordningen, jf. bilag 4a og 4b med beregningseksempler.

Innovationspuljen

Dagbladsnævnets midler overgår til innovationspuljen inkl. formuen. Derudover overføres der ekstra 6,0 mio. kr. til innovationspuljen fra den nuværende distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer, så beløbet øges til 12 mio. kr. Dertil kommer eventuelt ufordelte midler fra den redaktionelle produktionsstøtteordning.

Udvalget foreslår jf. ovenfor, at innovationspuljen i øvrigt tilføres de 8 mio. kr., som dagbladsnævnets bevilling blev sat ned med i 2011,

11.3 Platformneutral model

DR og TV 2 Regionerne

De licensmidler, der i dag udbetales til DR og TV 2 Regionerne, udgør 3.906,4 mio. kr. Disse midler reserveres fortsat til DR og TV 2 Regionerne.

De redaktionelle produktionsstøtteordninger

De midler, der er til rådighed i produktionsstøtteordningerne, udgør 359,4 mio. kr. fra distributionsstøtteordningerne, 45,8 mio. kr. fra licensmidlerne fra lokalradio- og -tv-puljen samt 43,6 mio. kr. fra distributionstilskud til ideelle blade. Af disse midler fordeles 89,4 mio. kr. til ikke-kommercielle formål.

Innovationspuljen

Dagbladsnævnets midler overgår til innovationspuljen inkl. formuen. Derudover overføres der ekstra 6,0 mio. kr. til innovationspuljen fra den nuværende distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer, så beløbet øges til 12 mio. kr. Det samme gør Public Service-Puljen på 37,5 mio. kr. Innovationspuljen er hermed årligt på 49,5 mio. kr., hvortil kommer Dagbladsnævnets formue på 58,8 mio. kr. Dertil kommer eventuelt ufordelte midler fra den redaktionelle produktionsstøtteordning.

Udvalget foreslår jf. ovenfor, at innovationspuljen i øvrigt tilføres de 8 mio. kr., som dagbladsnævnets bevilling blev sat ned med i 2011.

12. Tidsmæssig ramme for implementering af ændringer i mediestøtten

Udvalgets modeller for den fremtidige offentlige mediestøtte lægger op til ændringer i lovgivningen og de fordelingsmæssige principper i varierende grad.

Den platformspecifikke model kræver mindst omlægning, medens den platformneutrale kræver mest.

I forhold til overvejelserne om en tidsmæssig ramme for implementering af ændringerne er der såvel hensynet til aktørerne på markedet, der skal have lejlighed til at indrette sig på de nye vilkår, som rent praktiske hensyn i forhold til gennemførelse af høring, behandling af lovforslag i Folketinget, notifikation hos Europa-Kommissionen m.v.

Der vurderes ikke at være bindinger i eksisterende politiske aftaler, der har betydning for beslutningen om, hvornår en ændring af den mediestøtte, som vil være konsekvensen af to af modellerne – den platformspecifikke og den delvist platformneutrale – kan gennemføres. Den økonomiske ramme for denne mediestøtte fastsættes årligt i finansloven. Den platformneutrale model omfatter midler fra Public Service-Puljen, der er omfattet af det mediepolitiske forlig.

Udvalget har drøftet muligheden for at gennemføre omlægningerne i mediestøtten i to faser: Projektstøtte, der ydes i form af etablerings-, omstillings- og udviklings- samt saneringsstøtte, kan eventuelt indføres i første fase. I anden fase omlægges distributionsstøtten til produktionsstøtte.

Fordelen herved kunne være, at man relativt hurtigt kunne få åbnet op for, at IP-medier (herunder projekter, hvor IP-medier indgår) og andre nye støttemodtagere kan opnå støtte i en ny ordning, og at udvikling i branchen i overensstemmelse med den teknologiske og forbrugermæssige udvikling således støttes, uden at det i denne fase har større omfordelingsmæssige konsekvenser.

Omlægning af distributionsstøtten til produktionsstøtte har flere omfordelingsmæssige konsekvenser, hvorfor branchen muligvis har behov for lidt længere tid til at indrette sig på nye vilkår. Det gælder eventuelle økonomiske konsekvenser og også mere praktiske forhold omkring ansøgning, indberetning og dokumentation m.v. En implementering i to faser kunne tilgodese dette behov.

En yderligere fordel kunne være, at medier, der kan forudse at få behov for omstilling og udvikling som konsekvens af omlægningen fra distributionsstøtte til produktionsstøtte, vil kunne opnå støtte hertil via projektpuljerne i en første fase, inden omlægningen af distributionsstøtten sker i anden fase.

Heroverfor står ønsket om også relativt hurtigt at få omlagt distributionsstøtten, så også IP-medier, yderligere fagblade m.v. kan få del heri.

Endelig kan der argumenteres for, at det vil være hensigtsmæssigt med en samlet behandling i Folketinget og i Europa-Kommissionen. Det hindrer imidlertid ikke forskudt ikrafttræden af henholdsvis projekttøtten og produktionsstøtten.

13. Administration og tilsyn

For at sikre sig, at støttemidlerne går til det i lovgivningen definerede, er det nødvendigt at administrere midlerne og føre tilsyn med støttemodtagerne på en forsvarlig måde. Udvalget har lagt vægt på, at en ny mediestøtteordning ikke skal medføre øget administration – hverken for myndighederne eller støttemodtagerne.

13.1 Medienævn

Det foreslås i forlængelse heraf, at administrationen af støttemidlerne varetages af et uafhængigt nævn med bred faglig kompetence inden for medieområdet. Nævnet har til opgave dels at fordele støttemidlerne, dels at føre tilsyn med, at midlerne anvendes på forsvarlig vis. Under den platformspecifikke og delvist platformneutrale model foreslår udvalget, at Radio- og tv-nævnet fortsat administrerer og fører tilsyn med støtten til radio og tv, med undtagelse af Public Service-Puljen, der forvaltes af Det Danske Filminstitut, mens et medienævn administrerer distributions-, produktions- og udviklingsstøtten til trykte medier og IP-baserede medier. Ved den platformneutrale model forestiller udvalget sig, at støtten til ikke-kommerciel radio og ikke-kommercielt tv forvaltes i medienævnet, mens Radio- og tv-nævnet fortsat behandler reklamesager og fører tilsyn med DR, TV 2 Regionerne, FM4, FM5, FM6 mv.

Et medienævn under den platformspecifikke og delvist platformneutrale model kunne sammensættes på følgende måde:

- En formand, der har bredt anerkendt ekspertise i juridiske forhold og indsigt i informationsvirksomhed. Formanden beskikkes direkte af kulturministeren.
- Et medlem, der har bredt anerkendt ekspertise i driftsøkonomiske forhold. Medlemmet beskikkes direkte af kulturministeren.
- Et medlem, der har bredt anerkendt ekspertise i mediernes demokratiske funktion. Medlemmet beskikkes direkte af kulturministeren.
- Et medlem, der har bredt anerkendt ekspertise i mediernes teknologiske udvikling. Medlemmet beskikkes direkte af kulturministeren.
- Et medlem, der har særlig indsigt i medier, og som beskikkes efter indstilling fra Dansk Journalistforbund.
- Et medlem, der har særlig indsigt i publikationsvirksomhed, og som beskikkes efter indstilling fra Danske Dagblades Forening.
- Et medlem, der har særlig indsigt i publikationsvirksomhed, og som beskikkes efter indstilling fra Danske Specialmedier.
- Et medlem, der har særlig indsigt i publicistiske internetmedier, og som beskikkes efter indstilling fra Digitale Publicister og Foreningen af Danske Interaktive Medier i forening.

Radio- og tv-nævnet foreslås videreført som i sin nuværende form:

Syv medlemmer udpeget af kulturministeren, herunder en formand, som skal være jurist. De medlemmer, som er udpeget af kulturministeren, skal repræsentere juridisk, økonomisk/administrativ, erhvervsmæssig og mediemæssig/kulturel sagkundskab. Derudover består nævnet af et medlem udpeget af Samarbejdsforum for danske Lytter- og Seerorganisationer.

Under den platformneutrale model, hvor støtten til lokalradio og -tv lægges ind under medienævnet, vil medienævnet blive suppleret med tre medlemmer, således at der ud over de ovenfor nævnte medlemmer beskikkes:

- Et medlem med særlig indsigt i elektroniske medier, som beskikkes efter indstilling fra Samarbejdsforum for danske Lytter- og Seerorganisationer.
- Et medlem med særlig indsigt i kommerciel radio og kommercielt tv, som beskikkes efter indstilling fra Radioerne – Publicistiske radio- og tv-stationer.
- Et medlem med særlig indsigt i ikke-kommerciel radio og ikke-kommercielt tv, som beskikkes efter indstilling fra SAML (Sammenslutningen Af Medier i Lokalsamfundet) og DILEM (Danske Idébaserede og Lokale Elektroniske Medier) i forening.

Det kan overvejes, om medienævnet med fordel kan indrettes således, at der udpeges et overordnet nævn, som har den endelige beslutningskompetence, samt en række underudvalg relateret til de enkelte støtteordninger, som indstiller beslutningsforslag til det overordnede nævn.

Nævnene bistås af et relevant fagligt sekretariat, der varetager administrationen, herunder tilsynet, og som har rapporteringspligt over for nævnet.

Ingen af nævnets medlemmer må være repræsentanter for eller ansatte i eller have væsentlige personlige, herunder økonomiske, interesser i enkelte medievirksomheder. Udvalget foreslås nedsat for fire år ad gangen.

13.2 Administration og tilsyn

DR og TV 2 Regionerne samt de ikke-kommercielle radio- og tv-stationer

Administrationen af og tilsynet med radio og tv varetages i dag af Radio- og tv-nævnet med undtagelse af Public Service-Puljen. Finansieringen af DR og TV 2 Regionerne reguleres af public service-kontrakter med årlige public service-redegørelser. Derudover bevilger nævnet støtte til ikke-kommercielle radio- og tv-stationer og fører tilsyn med, at de overholder lovens bestemmelser. Den nuværende form for administration og tilsyn foreslås videreført, dog ikke, hvis man vælger den platformneutrale model, hvor støtten til ikke-kommerciel radio og ikke-kommercielt tv overgår til medienævnet.

Public Service-Puljen

Public Service-Puljen administreres i dag af Det Danske Filminstitut, som fordeler støtten på baggrund af konkrete ansøgninger. Den nuværende administration af puljen foreslås videreført under den platformspecifikke og delvist platformneutrale model, mens Public Service-Puljen afskaffes under den platformneutrale model, hvor midlerne overføres til innovationspuljen og administreres af medienævnet.

Trykte medier og IP-baserede medier

Produktionsstøtten indrettes i alle tre modeller med en årlig ansøgningsrunde, men efter et kontraktmæssigt tilmeldingsprincip, hvor ansøger er fast registret som årlig modtager med et bestemt tilsagn om produktionsstøtte, der årligt reguleres i forhold til ansøgers redaktionelle indsats opgjort som defineret med revisorpåtegning.

Således er det efter første godkendte ansøgning alene i tilfælde af nye ansøgere eller ved ændringer hos de allerede eksisterende støttemodtagere, at der skal indgives ansøgning igen. Ordningen er dermed flerårig. Misligholdelse af betingelserne for at opnå støtte vil bevirke:

- At ansøger kan udelukkes fra at modtage støtte i et år
- At ansøger ved grov overtrædelse, forstået som en negativ afvigelse på op til 5 %, kan blive udsat for en bod
- At ansøger ved systematisk overtrædelse, forstået som gentagne overtrædelser, kan blive udsat for en bod.

Dokumentationsansvaret for overholdelse påhviler ansøger, men dokumentationen vil blive udsat for statsligt tilsyn.

Udvalget foreslår, at kontrollen af, hvorvidt støttemodtagerne opfylder kriterierne, foretages således, at administrationsinstansen i forbindelse med støttemodtagernes dokumentation af sidste års redaktionelle omkostninger udvælger en række støttemodtagere, som ligger nær grænsen for at opfylde kravene relateret til det redaktionelle indhold. Disse får stillet krav om at dokumentere andelen af redaktionelt stof og andelen af egenproduceret stof samt at dokumentere, at det redaktionelle stof primært behandler politik og samfund.

Dokumentationen for de trykte medier og digitale medier foretages i forhold til to af administrationsinstansen udvalgte bagudrettede udgaver. For at opmålingen skal give mening, er det altafgørende, at der udarbejdes en instruks, således at den foretages

ensartet de forskellige publikationer imellem, herunder at der er helt klare regler for, hvordan IP-mediernes andele af redaktionelt stof m.v. opgøres. Der henvises til afsnit 7.4.1. Dokumentationen skal være revisorpåtegnet, og opfylder støttemodtagerne ikke kriterierne, pålægges de økonomiske sanktioner, eksempelvis tilbagebetaling eller bod.

De ideelle blade har en særlig dedikeret pulje i både den platformspecifikke og den delvist platformneutrale model. Ansøgningsproceduren foreslås ændret i forhold til den nuværende ordning, således at tilsagnet tildeles for tre år ad gangen med en årlig termin for indgivelse af forventet antal distribuerede eksemplarer i det kommende tilskudsår. Tilskudsmodtagerne skal årligt dokumentere antallet af distribuerede eksemplarer og sidetal i den tilskudsberettigede publikation samt indgive oplysning om de samlede afholdte udgifter til distribution af publikationen, hvorefter tilskuddet reguleres. Det vil sige, at den nuværende dokumentation foreslås videreført. Under den platformneutrale model omlægges distributionsstøtten til produktionsstøtte, hvor kontrollen i stedet vil omfatte produktionsomkostningerne.

Støtte fra innovationspuljen i form af henholdsvis etablerings-, omstillings-, udviklings- og saneringsstøtte foreslås tildelt på baggrund af konkrete ansøgninger, der kan indgives til medienævnet fire gange om året. Dog vil saneringsstøtten kunne søges løbende. Hvorvidt støtten er blevet anvendt forsvarligt, vil bero på en vurdering fra medienævnet, som efter projektets udløb fra støttemodtageren skal modtage en evaluering af projektets effekt samt et regnskab over, hvorledes støtten er blevet anvendt.

Udvalget opfordrer til, at der efter en årrække foretages en generel revision af støtteordningerne, hvor der tages højde for erfaringerne med administrationen og tilsynet samt for den fortsatte udvikling i brugeradfærden, på mediemarkedet, i teknologiudviklingen og i forhold til internationaliseringen. For eksempel kunne man efter to år gennemføre en uafhængig, forskningsbaseret evaluering af ordningens effekter med udgangspunkt i mediestøttens demokratiske formål.

18. november 2010

Bilag 1: Kommissorium for Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte

Kulturministeren nedsætter et udvalg, som skal udarbejde et grundlag for regeringens stillingtagen til den offentlige mediestøtte.

Baggrund

Mediemarkedet er under hastig forandring som følge af den teknologiske udvikling med stadig øget mediekonvergens – dvs. sammensmeltningen af medierne - og ændringer i brugeradfærd samt skærpet national og international konkurrence og øgede koncentrations-tendenser horisontalt og vertikalt.

Udredningen af den offentlige mediestøtte, som blev offentliggjort oktober 2009 samt udredningens midtvejsrapport har kortlagt den eksisterende mediestøtte, analyseret udviklingen på mediemarkedet på kort og mellemlangt sigt (5-10 år) samt udviklet tre forskellige scenarier for en fremtidig mediestøtte med overvejelser om ændringsmuligheder. Udredningens scenarier og forslag har imidlertid ikke en karakter, så de umiddelbart kan omsættes i politisk handling.

Givet den hastige udvikling på medieområdet, herunder udviklingen af nye medier samt sammensmeltning af medierne og udvikling af medievirksomheder med publicistisk indhold på flere medieplatforme (aviser, radio, tv, internet mv.), skal udvalget forholde sig til, at medier i stadig større grad må betragtes som ét integreret system, og at støtte til én type publicistiske medier kan påvirke konkurrenceforholdene for andre typer af medier.

Det er en udfordring at tage stilling til, i hvilket omfang mediestøtten kan bidrage til nødvendig udvikling, fornyelse og rationalisering i branchen.

Der nedsættes derfor et undersøgende udvalg, der skal arbejde videre med at udvikle mulige modeller for en fremtidig mediestøtte.

Udvalgets opgaver

Udvalget skal afdække hvilke centrale parametre, som f.eks. teknologiudvikling, forbrugeradfærd, internationalisering m.v., der bør indgå i overvejelsen om eventuel justering i mediestøtten.

Med udgangspunkt i disse centrale parametre - og evt. opdaterede faktuelle undersøgelser af udviklingen på parametrene - undersøger udvalget mulige modeller for en fremtidig mediestøtte. Udvalget forventes i sine overvejelser at inddrage et spektrum gående fra støttekoncepter, der har fokus på de enkelte medieplatforme, til støtteprogrammer på tværs af medieplatforme samt varianter her imellem, f.eks. med gradvist videreudviklede elementer af disse støttekoncepter. Modellerne skal hver især være sammenhængende og forholde sig til alle medietyper med public service-indhold og/eller publicistisk indhold.

Udvalget skal desuden forholde sig til konsekvenserne af at bevare status quo.

I undersøgelserne bør indgå analyser af modellernes fordele og ulemper set fra de forskellige parters vinkel.

Udvalget skal afgive en rapport, men ikke komme med indstillinger.

Forudsætninger

Udvalget skal lægge følgende til grund for arbejdet:

Mediestøtten skal kunne bidrage til at sikre et mangfoldigt, alsidigt udbud af høj kvalitet til alle borgere i Danmark af formidling af viden og kultur samt væsentlig samfundsinformation og debat af betydning for et demokratisk samfund.

Udvalgets forslag skal holdes inden for den eksisterende ramme for mediestøtten.

Vurderinger og forslag vedrørende den indirekte støtte i form af 0-moms skal have fuld opmærksomhed på EU-mæssige bindinger.

DR skal også i fremtiden være en stor licensfinansieret public service-virksomhed.

Det skal lægges til grund, at undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, ophæves.

Udvalgets analyser og modeller skal udarbejdes under hensyn til EU's regler om statsstøtte.

I sit arbejde kan udvalget indhente ekstern ekspertbistand – herunder fra andre relevante lande, hvis det skønnes nødvendigt for at gennemføre opdraget.

Udvalget kan nedsætte underudvalg.

Udvalget skal afholde en offentlig høring om emnerne, så brugerinteressernes synspunkter kan indgå i overvejelserne.

Udvalget skal afgive sin rapport til kulturministeren senest 1. oktober 2011.

Udvalgets sammensætning

I udvalget deltager:

Formand: Ekstern formand

En repræsentant indstillet af Dansk Journalistforbund

En repræsentant indstillet af Danske Dagblades Forening

En repræsentant indstillet af Danske Specialmedier

En repræsentant indstillet af Radioerne - Publicistiske radio- og tv-stationer

En repræsentant indstillet af Foreningen af Danske interaktive Medier

En repræsentant indstillet af Digitale Publicister

En repræsentant indstillet af DR

En repræsentant indstillet af de regionale TV-2 virksomheder

Medieforsker Ida Willig, adjunkt Roskilde Universitet

En nordisk medieforsker

Udvalget sekretariatsbetjenes af Kulturministeriet ved Direktør Jens Thorhauge, Styrelsen for Bibliotek og Medier.

Bilag 2: Den økonomiske ramme for mediestøtten og andre medierelaterede formål

Sagsfremstilling

Af kommissoriet for Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte fremgår det, at udvalgets forslag skal holdes inden for den eksisterende ramme for mediestøtten. Den økonomiske ramme i 2007, 2010 og 2011 fremgår af nedenstående skema. Midlerne er dels afsat i finansloven, dels finansieret via licensen.⁴⁴ 2007 indgår i skemaet, fordi udgangspunktet for mediestøtteudredningen var, at alle scenarier skulle tage udgangspunkt i den samlede støtte for 2007.

⁴⁴ Tidsskriftsstøtten er dog finansieret af tips- og lottomidler.

MEDIESTØTTE (MIO. KR.)					
		2007	2010	2011	
Trykte medier	Direkte støtte ⁴⁵	Bladpuljen	41,0	43,6	43,6
		Distributionstilskud	34,7	37,0	37,0
		Ekstra tilskud til blade med færre end 3.000 distribuerede eksemplarer ⁴⁶	5,3	5,5	5,5
		Efterregulering af fejl og klager	1,0	1,1	1,1
		Ugeavispuljen	9,9	10,2	10,2
		Distributionstilskud	9,3	9,6	9,6
		Efterregulering af fejl og klager	0,6	0,6	0,6
		Dagbladspuljen	339,5	349,2	349,2
		Hovedordningen	290,5	317,3	324,2
		Supplementsordningen	15,7	16,1	16,1
		Overgangsordningen ⁴⁷	31,3	13,7	6,8
		Efterregulering af fejl og klager	2,0	2,1	2,1
		Dagbladsnævnet	13,2	14,0	6,0 ⁴⁸
		Tidsskriftsstøtte	2,6	2,5	-
	Indirekte støtte	0-moms⁴⁹	1.197,7⁵⁰	976,9⁵¹	976,9⁵²
		Dispensation fra konkurrenceloven⁷ (fastprissystem for salg af aviser og magasiner i løssalg)	-	-	-
		Dispensation fra forbrugerftaleloven⁵³ (telefonsalg)	-	-	-
Elektroniske medier	Samlet anslået licensprovenu⁵⁴	3.750,0	3.980,0	4.135,0	
	Moms af licens	949,5	1.012,6 ⁵⁵	1.012,6 ⁵⁶	
	DR	3.268,1	3.490,3	3.445,7	
	TV 2 Regionerne	408,5	428,4	460,7	
	Lokalradio og -tv	50,8	50,8	45,8	
	Mediesekretariatet/Styrelsen for Bibliotek og Medier	5,2	4,2	6,0	
	Mediestatistikprojektet	0,8	0,7	0,7	
	Det Danske Filminstitut	-	-	25,0	

⁴⁵ Hverken den særlige støtte til bl.a. publikationer i grænselandet eller støtten til videnskabelige tidsskrifter indgår i tabellen, da de gives ud fra helt andre hensyn.

⁴⁶ Aftale mellem regeringen og Dansk Folkeparti, der udløber med udgangen af 2011.

⁴⁷ **5-årig ordning, der ophører med udgangen af 2011. Midlerne overføres ifølge lovforarbejderne til hovedordningen.**

⁴⁸ Dagbladsnævnet har derudover en formue på 58,8 mio. kr. Det blev ved lovens vedtagelse forudsat, at Dagbladsnævnet årligt får tilført midler fra finansloven svarende til de årlige tilskud til Dagspressens Finansieringsinstitut – dvs. 14 mio. kr., jf. lovforlaget bemærkninger til § 19.

⁴⁹ 0-moms på salget af dagblade og visse dagbladslignende publikationer er opgjort som tabt provenu for staten, dvs. det beløb, som staten umiddelbart ville få, hvis publikationerne var pålagt en standardmomssats på 25 %. Beløbet er ikke fratrukket en lønsumsafgift på 2,5 %. Udregningerne tager ikke højde for 0-momsens indvirkning på udgavernes prissætningsadfærd og dennes indvirkning på efterspørgslen efter publikationen, som kan variere fra publikation til publikation. Dette bevirker, at værdien af 0-momsen overvurderes vurderet fra et driftsøkonomisk perspektiv. Imidlertid afhænger dette af det kombinerede tab af abonnements- og annonceindtægter for de enkelte dagblade ved ændring af ordningen.

⁵⁰ Beløbet er oplyst af SKAT og følger opgørelsesmetoden, jf. rapportens kap. 10.

⁵¹ Beløbet er oplyst af SKAT og følger opgørelsesmetoden, jf. rapportens kap. 10.

⁵² Beløbet er sat til det samme som i 2010, da opgørelsen for 2011 ikke afsluttes før 2012.

⁵³ Kan ikke kvantificeres på en meningsfuld måde, hvorfor konsekvenserne af dispensation fra konkurrence- og forbrugerftaleloven ikke er medregnet.

⁵⁴ **Momsen fra licensmidlerne er ikke inkluderet, og driftstilskuddet til FM4 er et maksimumbeløb. Samtidig er DR tildelt et beløb til drift af P2 frem til november 2011, som ligeledes ikke er inkluderet.**

⁵⁵ Udregningen af moms er for 2010 baseret på licensprovenu, da tallet ikke længere optræder i DR's licensregnskab.

⁵⁶ Tallet er overført fra 2010, da licensregnskabet for 2011 ikke opgøres før 2012.

Station Next	5,6	5,6	5,6
Public Service-Puljen	75,0 ¹⁰	0	37,5 ⁵⁷
Driftstilskud til FM4 – øvre ramme	-	-	100,0
Markedstest af nye DR-initiativer	-	-	8,0
Udredning om fremtidig mediestøtte	1,0	-	-
Analogt stop, information mv.	10,0	-	-
I alt	6.303,4	6.389,00⁹	6.527,50⁹

⁵⁷ Public Service-Puljen blev oprettet som en pulje på 75 mio. til uddeling i medieforligsperioden fra 2007-2010. Beløbet blev øget med yderligere 20 mio. i 2009. Uddeling fra puljen fandt ikke sted før 2008. Tallet er således ikke direkte sammenligneligt med de 37,5 mio., puljen indeholder årligt i medieforligsperioden 2011-2014, der er udtryk for en opnormering af puljen svarende til totalt 150 mio. kr. i forligsperioden.

Bilag 3a: Instruks vedr. indberetning af redaktionelle omkostninger

Hovedordningen for den redaktionelle produktionsstøtte tilfalder medier på grundlag af *gennemsnittet* af deres redaktionelle omkostninger gennem *det seneste regnskabsår* inden kalenderårsskiftet.

Alle omkostninger gælder såvel trykte som digitale medier og skal fordeles på titler.

Omkostninger, der kan medregnes			
Nr.	Omkostning	Præcisering	Økonomisk omfang
1	Løn til indholdsmedarbejdere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave	<p>Indholdsproducerende medarbejdere i fast ansættelse under overenskomst eller på tilsvarende vilkår</p> <p>Løbende ansættelse Tidsbestemt ansættelse Praktikantansættelse Heltid Deltid</p> <p>Medarbejdere med selvstændig kreativ redaktionel slutproduktion kan være: Skrivende journalister Redigerende journalister Lokalredaktører Billedjournalister Pressefotografer Videofotografer Bladtegnere Nyhedsgrafikere Researchere Community-redaktører Content developere Infodataredaktører</p> <p><i>Eksempler på medarbejdergrupper, som ikke medtages:</i> Redaktionelle kontrollere Korrekturlæsere Sekretærer Grafikere</p>	<p>Løn inkl. genetillæg, stedtillæg, andre pengeudbetalinger og pension Feriepenge</p> <p><i>Eksempler på omkostninger, som ikke medtages</i> Sociale omkostninger Firmabil Andre incentives Private forsikringsordninger (sundhedsforsikring etc.) Dækning af bolig Aftrædelsesgodtgørelse Omkostninger i øvrigt som f.eks. rejseomkostninger, kontorhold etc.</p> <p>Obs.: Den samme løn kan kun medtages ét sted.</p>
2	Gage til redaktionelle ledere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave	<p>Chefredaktører Redaktionschefer Billedchefer Redaktionelle gruppechefer Områderedaktører Webchefer</p> <p>For chefredaktører, der også er adm. direktører, medregnes 50 % af gagen mv.</p>	Se 1
3	Freelancehonorarer for redaktionel slutproduktion	<p>Freelancere: Journalister Fotografer Bladtegnere Kommentatorer Kronikører og andre honorarbetalte debattører Betalte bloggere med blog i mediet</p>	<p>Rent tekst- og billedhonorar Ikke honorar for produktion afsat til flere medier (regel: kun betaling 'første gang') Ikke omkostninger i øvrigt som f.eks. rejseomkostninger, kontorhold etc.</p>
4	Videresalg	Videresalg til medier i eller uden for koncernen	Indtægter fra videresalg modregnes i den samlede opgørelse over redaktionelle omkostninger
5	Fordeling af omkostninger ved løbende produktion inden for samme koncern til flere medier inden for samme koncern	Fællesredaktioner, f.eks. en sportsredaktion, der er fælles for to medier inden for samme koncern.	Omkostningerne fordeles i forhold til summen af de mediespecifikke redaktionelle omkostninger opgjort i henhold til punkt 1-3
6	Fordeling af omkostninger ved ad hoc -produktion til flere medier inden for eller uden for koncernen	F.eks. dækning af en speciel begivenhed, der dækkes af et af medierne inden for koncernen, men som en enkeltstående begivenhed leveres til andre	Omkostningerne medtages kun i leverandørmediets opgørelse
7	Konsolidering	Ansøger skal indgive årsregnskab med redaktionelle omkostninger adskilt fra ikke-redaktionelle omkostninger	

Bilag 3b: Instruks vedr. indberetning af redaktionelle årsværk

Hovedordningen for den redaktionelle produktionsstøtte tilfalder medier på grundlag af antallet af redaktionelle årsværk ved udgangen af det seneste regnskabsår.

Til brug for beregning heraf skal mediet opgive antallet af redaktionelle årsværk og redaktionelle omkostninger.

Antal redaktionelle årsværk omfatter de funktioner, som er beskrevet i pkt. 1 og 2 nedenfor (deltidsansatte omregnes til fuldtid). Det er antallet ved afslutningen af det seneste kalenderår, som skal indberettes.

Tilsvarende indberettes de redaktionelle omkostninger beskrevet i pkt. 1 og 2 nedenunder for det seneste regnskabsår.

Der skal desuden adskilt indberettes de redaktionelle omkostninger til freelancere i det seneste regnskabsår, jf. pkt. 3 nedenfor, og omfanget af videresalg, jf. pkt. 4.

Desuden opgives udgifter til fælles produktioner, jf. pkt. 5 og 6.

Alle årsværk og omkostninger gælder såvel trykte som digitale medier og skal fordeles på titler.

Beregning af antal redaktionelle årsværk for et støtteberettiget medie:

Mediet indberetter jf. instruks følgende:

- A. Antal ansatte redaktionelle årsværk
- B. Redaktionelle omkostninger i forhold til ansatte medarbejdere
- C. Samlede freelancehonorarer for redaktionel slutproduktion
- D. Indtægter fra videresalg
- E. Evt. omkostninger ved løbende produktion inden for samme koncern til flere medier inden for eller uden for samme koncern.

De redaktionelle omkostninger pr. ansat årsværk beregnes ved at dividere B med A.

Antal redaktionelle freelanceårsværk beregnes ved at dividere det samlede freelancehonorar med de redaktionelle omkostninger pr. ansat årsværk.

Derved fremkommer det samlede antal redaktionelle årsværk.

Mediets samlede redaktionelle omkostninger beregnes (A + C).

Det beregnes, hvor stor en procentdel indtægterne fra videresalg udgør af de samlede redaktionelle omkostninger.

Antal redaktionelle årsværk reduceres med procentdelen, videresalget udgør af de samlede redaktionelle omkostninger.

Tilsvarende sker der en reduktion i antal redaktionelle årsværk, hvis mediet har omkostninger ved løbende produktion inden for samme koncern til flere medier inden for samme koncern.

Eksempel:

Medie X indberetter i henhold til instruksen følgende oplysninger:

- A. 20 ansatte redaktionelle årsværk
- B. Redaktionelle omkostninger på 10 millioner kr.
- C. Freelancehonorarer på 2 millioner kr.
- D. Viderealgindtægter på 1,2 millioner kr.

De redaktionelle omkostninger pr. årsværk er 500.000 kr.

Antal freelancere omregnet til årsværk er 4.

Samlet antal redaktionelle årsværk er 24.

De samlede redaktionelle omkostninger inkl. freelancehonorarer er 12 millioner kr.

Viderealgindtægter udgør 10 procent af de samlede redaktionelle udgifter.

Derfor reduceres det samlede antal redaktionelle årsværk med 10 procent, så mediets støtte beregnes med udgangspunkt i 21,6 redaktionelle årsværk.

Omkostninger, der kan medregnes			
Nr.	Omkostning	Præcisering	Økonomisk omfang
1	Løn til indholdsmedarbejdere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave	<p>Indholdsproducerende medarbejdere i fast ansættelse under overenskomst eller på tilsvarende vilkår</p> <p>Løbende ansættelse Tidsbestemt ansættelse Praktikantansættelse Heltid Deltid</p> <p>Medarbejdere med selvstændig kreativ redaktionel slutproduktion kan være: Skrivende journalister Redigerende journalister Lokalredaktører Billedjournalister Pressefotografer Videofotografer Bladtegnere Nyhedsgrafikere Researchere Community-redaktører Content developere Infodataredaktører</p> <p><i>Eksempler på medarbejdergrupper, som ikke medtages:</i> Redaktionelle controllere Korrekturlæsere Sekretærer Grafikere</p>	<p>Løn inkl. genetillæg, stedtillæg, andre pengeudbetalinger og pension Feriepenge</p> <p><i>Eksempler på omkostninger, som ikke medtages</i> Sociale omkostninger Firmabil Andre incentives Private forsikringsordninger (sundhedsforsikring etc.) Dækning af bolig Aftrædelsesgodtgørelse Omkostninger i øvrigt som f.eks. rejseomkostninger, kontorhold etc.</p> <p>Obs.: Den samme løn kan kun medtages ét sted.</p>
2	Gage til redaktionelle ledere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave	<p>Chefredaktører Redaktionschefer Billedchefer Redaktionelle gruppechefer Områderedaktører Webchefer</p> <p>For chefredaktører, der også er adm. direktører, medregnes 50 % af gagen mv.</p>	Se 1
3	Freelancehonorarer for redaktionel slutproduktion	<p>Freelancere: Journalister Fotografer Bladtegnere Kommentatører Kronikører og andre honorarbetalte debattører Betalte bloggere med blog i mediet</p>	<p>Rent tekst- og billedhonorar Ikke honorar for produktion afsat til flere medier (regel: kun betaling 'første gang') Ikke omkostninger i øvrigt som f.eks. rejseomkostninger, kontorhold etc.</p>
4	Videresalg	Videresalg til medier i eller uden for koncernen	Indtægter fra videresalg modregnes i den samlede opgørelse over redaktionelle omkostninger
5	Fordeling af omkostninger ved løbende produktion inden for samme koncern til flere medier inden for samme koncern	Fællesredaktioner, f.eks. en sportsredaktion, der er fælles for to medier inden for samme koncern.	Omkostningerne fordeles i forhold til summen af de mediespecifikke redaktionelle omkostninger opgjort i henhold til punkt 1-3
6	Fordeling af omkostninger ved ad hoc -produktion til flere medier inden for eller uden for koncernen	F.eks. dækning af en speciel begivenhed, der dækkes af et af medierne inden for koncernen, men som en enkeltstående begivenhed leveres til andre	Omkostningerne medtages kun i leverandørmidiets opgørelse
7	Konsolidering	Ansøger skal indgive årsregnskab med redaktionelle omkostninger adskilt fra ikke-redaktionelle omkostninger.	

Bilag 4a: Konsekvensudregninger for hovedordningen – med ejerskabskriterium⁵⁸

Sagsfremstilling

Nedenfor præsenteres resultaterne af de konsekvensudregninger, der er foretaget af udvalget med henblik på afklaring af omfordelingen af støttemidler.

I beregningerne inkluderes både de nuværende støttede medier og de medier, der, baseret på oplysninger fra henholdsvis Danske Specialmedier og Danske Dagblades Forening, af udvalget vurderes at ville være omfattet af kriterierne for at modtage støtte.

Enkelte medier, der vurderes at ligge i et grænseområde, er medtaget med henblik på at gøre beregningerne så realistiske som muligt i forhold til en mulig fremtidig omfordeling.

Udvalget bemærker, at medierne vil kunne undergå udvikling, og nye medier kan komme til, hvilket vil ændre på forudsætningerne for beregningen. Beregningen er således udtryk for et øjebliksbillede på tidspunktet for redaktionens lukning.

Beregningerne tager udgangspunkt i fastsættelse af et kriterium om en redaktionel størrelse på mindst fem, et ejerskabskriterium og et kriterium om, at den redaktionelle indsats udregnes på baggrund af redaktionelle omkostninger, selvom disse to forhold i rapporten gøres til genstand for diskussion.

Konsekvensberegningerne er foretaget med udgangspunkt i seneste regnskabsår, som er rammeåret for Mediestøtteudvalget, men det forudsættes, at tallene PL-reguleres fortløbende med henblik på at sikre tidssvarende benchmark for udregningerne.

Data for de redaktionelle udgifter er rapporteret for størstedelen af støtteberettigede titlers vedkommende som de beregnede redaktionelle udgifter i 2011, baseret på Instruks vedrørende indberetning af redaktionelle omkostninger (bilag 3). Udregningerne er baseret på de af udvalget rapporterede oplysninger om de støtteberettigede medier. I de tilfælde, hvor der ikke har været bedre estimater tilgængelige, er der anvendt estimerede redaktionelle udgifter, og hvor dette har været vanskeligt, er der anslået 450.000 kr. per omregnet redaktionel medarbejder.

De anvendte tal for distributionsstøtte er ligeledes den foreløbige støtte i 2011 baseret på de støtteberettigedes indberetninger om distribution. Tallene er udtryk for realistiske estimater af henholdsvis redaktionelle udgifter og distributionsstøtte.

Beregningerne søger således at afspejle en realistisk forventning om den reelle omfordeling, som udvalgets modeller vil medføre i hovedordningen, med udgangspunkt i det afsatte beløb på 353,4 mio. kr. Puljens størrelse er således fastsat med udgangspunkt i de nuværende Dagbladspuljen og Ugeavispuljen og tilhørende supplementsordning, men er fratrukket 6 mio. kr., som overføres til innovationspuljen.

⁵⁸ Med ejerskabskriterium forstås at:

- Politiske partier og offentlige institutioner ikke må være medejere af publikationen.
- Samt at arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer ikke må have bestemmende indflydelse over publikationen, defineret som ejerskab til mere end 50 % af publikationen".

Udregningen har følgende dele:

1. Ingen udgiver kan modtage mere end 20 % af den samlede støttepulje. Denne begrænsning har betegnelsen udgiverloft.
 - a. Udgiverloftet på 20 % er i udregningerne fastsat til at udgøre 70.680.000,00 kr.
 - b. Udgiverloftet gælder hovedordning såvel som supplementsordningen.
 - c. Udgiverloftet bevirker en forholdsmæssig fordeling af midlerne, så hver enkelt af udgiverens titler opnår samme støtteprocent af udgiverens samlede redaktionelle omkostninger, men under hensyntagen til de andre lofter.
2. Ingen titel kan modtage mere end 20 mio. kr. af den samlede støttepulje. Denne begrænsning har betegnelsen titelloft.
 - a. Titelloftet gælder hovedordningen.
 - b. Overskydende midler fordeles forholdsmæssigt fra de enkelte titler i forhold til andelen af redaktionelle omkostninger til de titler, der ikke har nået titelloftet.
3. Ingen titel i hovedordningen kan få støtte til dækning af mere end 35 % af deres redaktionelle omkostninger
 - a. Reglen bevirker, at ordningen ikke umiddelbart medfører lønpres. Overskydende midler fra de medier, der opnår mere i støtte, omfordeles forholdsmæssigt til de andre.
 - b. 35%-reglen gælder ikke i supplementsordningen, hvor udmålingsgrundlaget, som beskrevet i rapporten, er gældende i stedet.
4. De tre ovenstående lofter gælder samlet og skal alle være opfyldt i forhold til den beregnede støtte på baggrund af de enkelte titlers samlede redaktionelle udgifter.
5. Derefter indføres en "110%-regel for udgivere": Ingen udgiver kan modtage mere end 10 % mere i støtte end i det senest opgjorte år for den nuværende distributionsstøtteordning.
 - a. Reglen bevirker, at der omfordeles støtte forholdsmæssigt fra de store landsdækkende dagblade med stor redaktionel kapacitet til de mindre landsdækkende og lokale dagblade.
 - b. Omfordelingen af 110%-reglen fungerer som kompensationsordning inden for de nuværende støttede medier. Det forventes, at benchmark beløbet 110%-reglen baseres på bliver PL-reguleret.
 - c. Nye støttede medier uden udgiverrelation til de eksisterende medier bliver ikke udsat for begrænsningerne som følge af 110%-reglen.
 - d. Ingen enkelt titel kan i hovedordningen opnå en større støtte end 20 mio. kr.
 - e. Ingen udgiver kan opnå en støtte, der er større end 20 % af den samlede ramme for hovedordning og supplementspulje.
 - f. Ingen titel kan opnå en kompensationsgrad, der er højere end 35 % af de samlede redaktionelle udgifter.
 - g. Eventuelt overskydende midler som følge af omfordelingen bliver overført til supplementspuljen med henblik på anvendelse til medier, der bliver særligt berørt af omfordelingerne, i forhold til:
 - i. Mindre dagbladslignende publikationer, der qua deres udgivelsesform rammes særlig hårdt af 110%-omfordelingen, og hvor støttebeløbet ikke står mål med deres totale redaktionelle udgifter for tilsvarende medier. Støtteprocenten skal være lig med eller mindre end 10 % af

deres redaktionelle udgifter, for at kriterierne er opfyldt. Disse medier kan opnå en maksimal støtte svarende til støtteprocenten inden implementering af 110-%-loftet, men støtten fordeles forholdsmæssigt, hvis der ikke er tilstrækkeligt med midler til fuldstændig kompensation.

- ii. Små lokalt forankrede dagblade, der opnår mindre støtte end under den nuværende ordning, kan som følge af betydningen af disse lokale medier for lokalsamfundet opnå en maksimalstøtte svarende til 110-%-reglen fordelt forholdsmæssigt, hvis der ikke er tilstrækkeligt med midler til fuldstændig kompensation.
- iii. Hvis formålene under i og ii fuldt ud kompenseres, og der fortsat er ufordelte midler, overføres disse til innovationspuljen, så de kommer branchen til gode samlet set.

Beregningerne er baseret på de i den økonomiske ramme fastsatte 353,4 mio. kr. Faldende støttebeløb berører de betalte dagblade forskelligt, og ved væsentlige ændringer vil det ramme de mindre dagblade, der er seksdagesaviser, og som har begrænset løssalg, og som dermed ikke har de dertilhørende øgede redaktionelle udgifter til den syvende dag – typisk søndagsudgaverne. De lokale dagblade af denne type rammes af modelkonstruktionen, da balancen mellem de betalte dagblade etableres ved at omfordele fra de store, der støttemæssigt begrænses af titelloftet på 20 mio. kr. Derudover sker der en omfordeling via 110-%-loftet. Begge lofter omfordeler til de mindre lokale dagblade. Ændringer i omfordelingsbeløbet vil dermed også begrænse omfordelingen fra de store til de mindre, lokale blade med naturligt begrænsede redaktionelle udgifter som følge af de små, lokale markeders begrænsede rentabilitet. Derfor vil eventuelt ufordelte midler komme medier til gode, der opfylder de i punkt 5 nævnte forhold.

Omfordeling af støtte (i mio. kr.) i forhold til hoved- og supplementsordningen for redaktionel produktionsstøtte med ejerskabskriterium

HOVEDORDNING	307,9	<p>307.914.161,70 kr. fordeles.</p> <p>Arbejderen, Ingeniøren og Danske Kommuner udgår som følge af ejerskabsforhold.</p> <p>Samsø Posten udgår, som følge af at avisen ikke opfylder kriterierne.</p> <p>Udenlandske blade udgår som støtteberettigede, som konsekvens af at det er redaktionel produktion og ikke distribution, der støttes.</p>
Supplementsordning	34,2	<p>34.185.214,40 kr. fordeles.</p> <p>30.185.214,40 kr. anvendes til at kompensere de trykte medier Information og Kristeligt Dagblad i forhold til deres nuværende distributionsstøtte.</p> <p>De støtteberettigede trykte medier kompenseres således, at de bibeholder det nuværende beløb i form af distributionsstøtte.</p>
		<p>4 mio. kr. overgår til støtteværdige fritstående IP-baserede mediers supplementspulje.</p>
Overførsel af ufordelte midler til supplementsordning for særlig berørte medier	11,3	<p>11.300.623,90 kr. er ufordelt og føres derfor over til supplementspuljen for særligt berørte medier.</p>
		<p>Af disse midler anvendes 6.919.635,60 kr. som kompensation af de små, lokalt forankrede dagblade. Bladene Sjællandske, Frederiksborg Amtsavis og DAGBLADET modtager i alt en øget støtte på 5.477.406,30 kr., inden 110%-loftet rammes. Bladet Helsingør Dagblad modtager en øget støtte på 1.442.229,30 kr., inden 110%-loftet rammes.</p>
		<p>Af disse midler anvendes 1.206.164,88 kr. til at kompensere avisen Kommunen (560.432,31 kr.) og Computerworld (645.732,58 kr.) med øget støtte som følge af, at 110%-reglen bevirker, at kompensationen af deres redaktionelle udgifter er mindre end 10 %. Kompensationen er maksimalt 27,42 % af deres redaktionelle udgifter, svarende til de andre dagbladslignende publikationer i udregningen.</p>
		<p>De resterende midler, 3.174.823,42 kr., overføres til innovationspuljen.</p>
Samlet støtte	353,4	

Nedenfor præsenteres tabellen med konsekvensudregninger:

Konsekvensudregning for produktionsstøtteordningen						
	Redaktionel produktionsstøtte	Distributionsstøtte	Difference inden supplement	Supplementsordning	Ny samlet støtte	Difference efter supplement
Betalte dagblade						
<i>Berlingske Media</i>	70.680.000,00	66.703.462,00	3.976.538,00	+/- 0	70.680.000,00	3.976.538,00
B.T.	<u>19.794.692,11</u>	<u>18.969.295,00</u>	825.397	+/- 0	19.794.692,11	825.397
Berlingske	20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705
Dagbladet Ringkøbing-Skjern	2.308.788,32	1.924.953,00	383.835	+/- 0	2.308.788,32	383.835
Randers Amts Avis	2.136.706,41	4.969.177,00	-2.832.471	+/- 0	2.136.706,41	-2.832.471
Århus Stiftstidende	7.374.629,06	13.039.686,00	-5.665.057	+/- 0	7.374.629,06	-5.665.057
Dagbladet Holstebro-Struer/Lemvig Folkeblad ⁵⁹	3.055.983,03	2.621.562,00	434.421	+/- 0	3.055.983,03	434.421
Viborg Stifts Folkeblad	2.549.641,53	2.015.426,00	534.216	+/- 0	2.549.641,53	534.216
Weekendavisen	6.618.244,42	3.434.346,00	3.183.898	+/- 0	6.618.244,42	3.183.898
Urban ⁶⁰	3.292.595,41	-	3.292.595	+/- 0	3.292.595,41	3.292.595
ErhvervsBladet ⁶¹	1.711.694,69	740.018,00	971.677	+/- 0	1.711.694,69	971.677
Berlingske Nyhedsmagasinet	1.837.025,02	19.704,00	1.817.321	+/- 0	1.837.025,02	1.817.321
Medieselskabet Nordvestsjælland	4.509.246,50	4.099.315,00	409.931,50	+/- 0	4.509.246,50	409.931,50

⁵⁹ Dagbladet Holstebro-Struer og Lemvig Folkeblad er to titler, men er her opgjort som én.

⁶⁰ Urban modtager ikke støtte fra den nuværende distributionsstøtteordning, men er medtaget, som følge af at dagbladet forventes at ville forsøge at opfylde kravene i den nye ordning.

⁶¹ Berlingske Nyhedsmagasinet og Erhvervsbladet er tillæg til Berlingske, men anses som selvstændige titler, bl.a. som følge af, at den redaktionelle egenproduktion ligeledes anvendes online.

Nordvestnyt ⁶²	Holbæk Amts Venstreblad	2.399.267,04	4.099.315,00	-1.700.047,96	+/- 0	2.399.267,04	-1.700.047,96
	Kalundborg Folkeblad	2.109.979,46	-	<u>2.109.979,46</u>	+/- 0	2.109.979,46	2.109.979,46
JP/Politikens Hus		53.762.406,50	48.874.915,00	4.887.491,50	+/- 0	53.762.406,50	4.887.491,50
Ekstra Bladet		13.762.406,50	10.936.325,00	2.826.081,50	+/- 0	13.762.406,50	2.826.081,50
Jyllands-Posten		20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705,00
Politiken		20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705,00
Fynske Medier		26.439.878,30	24.036.253,00	2.403.625,30	+/- 0	26.439.878,30	2.403.625,30
Fyens Stiftstidende		18.872.631,90	15.474.951,00	3.397.680,90	+/- 0	18.872.631,90	3.397.680,90
Fyns Amts Avis		7.567.246,40	8.561.302,00	-994.055,60	+/- 0	7.567.246,40	-994.055,60
Sjællandske Medier		22.396.850,00	25.340.233,00	-2.943.383,00	5.477.406,30	27.874.256,30	2.534.023,30
Sjællandske ⁶³		7.798.000,00	9.865.282,00	-2.067.282,00	3.053.810,20	10.851.810,20	986.528,20
Frederiksborg Amts Avis ⁶⁴		6.876.100,00	7.737.475,50	-861.375,50	1.635.123,05	8.511.223,05	773.747,55
DAGBLADET ⁶⁵		7.722.750,00	7.737.475,50	-14.725,50	788.473,05	8.511.223,05	773.747,55
DAGBLADET / Frederiksborg Amts Avis ⁶⁶		14.598.850,00	15.474.951,00	-876.101,00	2.423.596,10	17.022.446,10	1.547.495,10

⁶² Udvalget er opmærksomt på, at Holbæk Amts Venstreblad og Kalundborg Folkeblad er fusioneret til én avis: Nordvestnyt. Avisen vil i forhold til den redaktionelle produktionsstøtte skulle ansøge som én titel.

⁶³ Sjællandske er reelt to titler: Sjællandske Næstved og Sjællandske Slagelse.

⁶⁴ DAGBLADET og Frederiksborg Amts Avis har siden 1992 været én avis i Dansk Oplagskontrols opgørelser og ansøger derfor som én titel i relation til nuværende distributionstilskud.

⁶⁵ DAGBLADET er reelt tre titler: Dagbladet Ringsted, Dagbladet Køge og Dagbladet Roskilde.

<u>Jyske Medier</u> ⁶⁷	7.848.603,40	7.135.094,00	713.509,40	+/- 0	7.848.603,40	713.509,40
Horsens Folkeblad	3.576.849,10	3.251.681,00	325.168,10	+/- 0	3.576.849,10	325.168,10
Vejle Amts Folkeblad	4.271.754,30	3.883.413,00	388.341,30	+/- 0	4.271.754,30	388.341,30
Arbejderen ⁶⁸	-	1.743.525,00	-1.743.525,00	+/- 0	-1.743.525,00	-1.743.525,00
Der Nordschleswiger	2.159.833,50	1.963.485,00	196.348,50	+/- 0	2.159.833,50	196.348,50
Information	10.656.800,00	25.527.289,00	-14.870.489,00	14.870.489,00	25.527.289,00	+/- 0
Kristeligt Dagblad	12.182.210,60	27.496.936,00	-15.314.725,40	15.314.725,40	27.496.936,00	+/- 0
Samsø Posten ⁶⁹	-	1.282.916,46	-1.282.916,46	+/- 0	-1.282.916,46	-1.282.916,46
Bornholms Tidende	2.772.502,70	2.520.457,00	252.045,70	+/- 0	2.772.502,70	252.045,70
Børsen	20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705,00
Helsingør Dagblad	2.222.325,00	3.331.413,00	-1.109.088,00	1.442.229,30	3.664.554,30	333.141,30
Herning Folkeblad	3.196.030,20	2.905.482,00	290.548,20	+/- 0	3.196.030,20	290.548,20
JydskeVestkysten	17.022.446,10	15.474.951,00	1.547.495,10	+/- 0	17.022.446,10	1.547.495,10

⁶⁶ Frederiksborg Amts Avis og DAGBLADET modtager deres distributionstilskud som en samlet titel, jf. note vi ovenfor. I forhold til den redaktionelle produktionsstøtteordning vil aviserne imidlertid skulle indsende ansøgninger separat for de enkelte titler med selvstændige redaktioner; derfor er titlerne opdelt i henholdsvis DAGBLADET og Frederiksborg Amts Avis. For at illustrere konsekvensen ved ændring af støtteordningen er DAGBLADETs og Frederiksborg Amts Avis' samlede redaktionelle produktionsstøtte fratrukket deres samlede nuværende produktionsstøtte for dermed at vise differencen på en rimelig måde. DAGBLADET anses i den sammenhæng som værende en ny titel, men er fortsat underlagt 110%-loftet for udgivere, der har opnået støtte gennem den nuværende produktionsstøtteordning.

⁶⁷ Udvalget er opmærksomt på, at Horsens Folkeblad og Vejle Amts Folkeblad er fusioneret, men da bladene forbliver selvstændige titler, vil de i hovedordningen skulle ansøge om støtte individuelt. Koncernen har navnet Jyske Medier.

⁶⁸ Arbejderen udgår som følge af bladets politiske ejerskabsforhold.

⁶⁹ Samsø Posten udgår af ordningen, som følge af at avisen ikke opfylder kriterierne om et kritisk redaktionelt miljø.

Lolland-Falsters Folketidende	4.961.833,80	4.510.758,00	451.075,80	+/- 0	4.961.833,80	451.075,80
Midtjyllands Avis	3.158.659,90	2.871.509,00	287.150,90	+/- 0	3.158.659,90	287.150,90
Morsø Folkeblad	1.303.503,30	1.185.003,00	118.500,30	+/- 0	1.303.503,30	118.500,30
Nordjyske Medier	17.022.446,10	15.474.951,00	1.547.495,10	+/- 0	17.022.446,10	1.547.495,10
Skive Folkeblad	2.747.618,50	2.497.835,00	249.783,50	+/- 0	2.747.618,50	249.783,50
Flensborg Avis	982.334,10	893.031,00	89.303,10	+/- 0	982.334,10	89.303,10
Gratis dagblade						
MetroXpress A/S	10.500.000,00	37.938.590,00	-27.438.590,00	+/- 0	10.500.000,00	-27.438.590,00
24timer	5.250.000,00	18.969.295,00	-13.719.295,00	+/- 0	5.250.000,00	-13.719.295,00
MetroXpress	5.250.000,00	18.969.295,00	-13.719.295,00	+/- 0	5.250.000,00	-13.719.295,00
Urban ⁷⁰	Se under Berlingske Media					
Rene netmedier						
Altinget.dk	1.330.038,40	-	1.330.038,40	1.019.961,60	2.350.000,00	2.350.000,00
Avisen.dk	1.288.533,10	-	1.288.533,10	1.137.163,40	2.425.696,50	2.425.696,50
Dknyt	488.757,33	-	488.757,33	+/- 0	488.757,33	488.757,33
Økonomisk Ugebrev ⁷¹	559.278,20	-	559.278,20	+/- 0	559.278,20	559.278,20

⁷⁰ Urban er en gratisavis, men er placeret sammen med de resterende af Berlingske Medias titler.

⁷¹ Økonomisk Ugebrev opfylder ikke på nuværende tidspunkt kriteriet om fem redaktionelle årsværk, men det forventes, at ugebrevet vil kunne udvikle sig, så det opfylder kriteriet; derfor er det indregnet.

Bilag 4b: Konsekvensudregninger for hovedordningen – uden ejerskabskriterium⁷³

Sagsfremstilling

Nedenfor præsenteres resultaterne af de konsekvensudregninger, der er foretaget af udvalget med henblik på afklaring af omfordelingen af støttemidler.

I beregningerne inkluderes både de nuværende støttede medier og de medier, der, baseret på oplysninger fra henholdsvis Danske Specialmedier og Danske Dagblades Forening, af udvalget vurderes at ville være omfattet af kriterierne for at modtage støtte.

Enkelte medier, der vurderes at ligge i et grænseområde, er medtaget med henblik på at gøre beregningerne så realistiske som muligt i forhold til en mulig fremtidig omfordeling.

Udvalget bemærker, at medierne vil kunne undergå udvikling, og nye medier kan komme til, hvilket vil ændre på forudsætningerne for beregningen. Beregningen er således udtryk for et øjebliksbillede på tidspunktet for redaktionens lukning.

Beregningerne tager udgangspunkt i fastsættelse af kriterier om en redaktionel størrelse på fem og om, at den redaktionelle indsats udregnes på baggrund af redaktionelle omkostninger, selvom disse to forhold i rapporten gøres til genstand for diskussion.

Konsekvensberegningerne er foretaget med udgangspunkt i seneste regnskabsår, som er rammeåret for Mediestøtteudvalget, men det forudsættes, at tallene PL-reguleres fortløbende med henblik på at sikre tidssvarende benchmark for udregningerne.

Data for de redaktionelle udgifter er rapporteret for størstedelen af støtteberettigede titlers vedkommende som de beregnede redaktionelle udgifter i 2011, baseret på Instruks vedrørende indberetning af redaktionelle omkostninger (bilag 3). Udregningerne er baseret på de af udvalget rapporterede oplysninger om de støtteberettigede medier. I de tilfælde, hvor der ikke har været bedre estimater tilgængelige, er der anvendt estimerede redaktionelle udgifter, og hvor dette har været vanskeligt, er der anslået 450.000 kr. per omregnet redaktionel medarbejder.

De anvendte tal for distributionsstøtte er ligeledes den foreløbige støtte i 2011 baseret på de støtteberettigedes indberetninger om distribution. Tallene er udtryk for realistiske estimater af henholdsvis redaktionelle udgifter og distributionsstøtte.

Beregningerne søger således at afspejle en realistisk forventning om den reelle omfordeling, som udvalgets modeller vil medføre i hovedordningen, med udgangspunkt i det afsatte beløb på 353,4 mio. kr. Puljens størrelse er således fastsat med udgangspunkt i de nuværende Dagbladspuljen og Ugeavispuljen

⁷³ Uden ejerskabskriterium stilles alene krav om at:

- Politiske partier og offentlige institutioner ikke må være medejere af publikationen.

og tilhørende supplementsordning, men er fratrukket 6 mio. kr., som overføres til innovationspuljen.

Udregningen har følgende dele:

6. Ingen udgiver kan modtage mere end 20 % af den samlede støttepulje. Denne begrænsning har betegnelsen udgiverloft.
 - a. Udgiverloftet på 20 % er i udregningerne fastsat til at udgøre 70.680.000,00 kr.
 - b. Udgiverloftet gælder hovedordning såvel som supplementsordningen.
 - c. Udgiverloftet bevirker en forholdsmæssig fordeling af midlerne, så hver enkelt af udgiverens titler opnår samme støtteprocent af udgiverens samlede redaktionelle omkostninger, men under hensyntagen til de andre lofter.

7. Ingen titel kan modtage mere end 20 mio. kr. af den samlede støttepulje. Denne begrænsning har betegnelsen titelloft.
 - a. Titelloftet gælder hovedordningen.
 - b. Overskydende midler fordeles forholdsmæssigt fra de enkelte titler i forhold til andelen af redaktionelle omkostninger til de titler, der ikke har nået titelloftet.

8. Ingen titel i hovedordningen kan få støtte til dækning af mere end 35 % af deres redaktionelle omkostninger
 - a. Reglen bevirker, at ordningen ikke umiddelbart medfører lønpres. Overskydende midler fra de medier, der opnår mere i støtte, omfordeles forholdsmæssigt til de andre.
 - b. 35%-reglen gælder ikke i supplementsordningen, hvor udmålingsgrundlaget, som beskrevet i rapporten, er gældende i stedet.

9. De tre ovenstående lofter gælder samlet og skal alle være opfyldt i forhold til den beregnede støtte på baggrund af de enkelte titlers samlede redaktionelle udgifter.

10. Derefter indføres en "110%-regel for udgivere": Ingen udgiver kan modtage mere end 10 % mere i støtte end i det senest opgjorte år for den nuværende distributionsstøtteordning.
 - a. Reglen bevirker, at der omfordeles støtte forholdsmæssigt fra de store landsdækkende dagblade med stor redaktionel kapacitet til de mindre landsdækkende og lokale dagblade.
 - b. Omfordelingen af 110%-reglen fungerer som kompensationsordning inden for de nuværende støttede medier. Det forventes, at benchmark beløbet 110%-reglen baseres på bliver PL-reguleret.
 - c. Nye støttede medier uden udgiverrelation til de eksisterende medier bliver ikke udsat for begrænsningerne som følge af 110%-reglen.

- d. Ingen enkelt titel kan opnå en større støtte end 20 mio. kr.
- e. Ingen udgiver kan opnå en støtte, der er større end 20 % af den samlede ramme for hovedordning og supplementspulje.
- f. Ingen titel kan i hovedordningen opnå en kompensationsgrad, der er højere end 35 % af de samlede redaktionelle udgifter.
- g. Eventuelt overskydende midler som følge af omfordelingen bliver overført til supplementspuljen med henblik på anvendelse til medier, der bliver særligt berørt af omfordelingerne, i forhold til:
 - i. Mindre dagbladslignende publikationer, der qua deres udgivelsesform rammes særlig hårdt af 110%-omfordelingen, og hvor støttebeløbet ikke står mål med deres totale redaktionelle udgifter for tilsvarende medier. Støtteprocenten skal være lig med eller mindre end 10 % af deres redaktionelle udgifter, for at kriterierne er opfyldt. Disse medier kan opnå en maksimal støtte svarende til støtteprocenten inden implementering af 110%-loftet, men støtten fordeles forholdsmæssigt, hvis der ikke er tilstrækkeligt med midler til fuldstændig kompensation.
 - ii. Små lokalt forankrede dagblade, der opnår mindre støtte end under den nuværende ordning, kan som følge af betydningen af disse lokale medier for lokalsamfundet opnå en maksimalstøtte svarende til 110%-reglen fordelt forholdsmæssigt, hvis der ikke er tilstrækkeligt med midler til fuldstændig kompensation.
 - iii. Hvis formålene under i og ii fuldt ud kompenseres, og der fortsat er ufordelte midler, overføres disse til innovationspuljen, så de kommer branchen til gode samlet set.

Beregningerne er baseret på de i den økonomiske ramme fastsatte 353,4 mio. kr. Faldende støttebeløb berører de betalte dagblade forskelligt, og ved væsentlige ændringer vil det ramme de mindre dagblade, der er seksdagesaviser, og som har begrænset løssalg, og som dermed ikke har de dertilhørende øgede redaktionelle udgifter til den syvende dag – typisk søndagsudgaverne. De lokale dagblade af denne type rammes af modelkonstruktionen, da balancen mellem de betalte dagblade etableres ved at omfordele fra de store, der støttemæssigt begrænses af titelloftet på 20 mio. kr. Derudover sker der en omfordeling via 110%-loftet. Begge lofter omfordeler til de mindre lokale dagblade. Ændringer i omfordelingsbeløbet vil dermed også begrænse omfordelingen fra de store til de mindre, lokale blade med naturligt begrænsede redaktionelle udgifter som følge af de små, lokale markeders begrænsede rentabilitet. Derfor vil eventuelt ufordelte midler komme medier til gode, der opfylder de i punkt 5 nævnte forhold.

Omfordeling af støtte (i mio. kr.) i forhold til hoved- og supplementsordningen for redaktionel produktionsstøtte uden ejerskabskriterium

Hovedordning	316,67	<p>316.673.074 kr. fordeles i hovedordningen.</p> <p>Arbejderen og Danske Kommuner udgår som følge af ejerskabsforhold.</p> <p>Samsø Posten udgår som følge af, at avisen ikke opfylder kriterierne.</p> <p>Udenlandske blade udgår som støtteberettigede, som konsekvens af at det er redaktionel produktion og ikke distribution, der støttes.</p>
Supplementsordning	36,73	<p>36.726.926 kr. fordeles i supplementsordningen.</p> <p>32.726.926,41 kr. anvendes til at kompensere de trykte medier Information og Kristeligt Dagblad i forhold til deres nuværende distributionsstøtte.</p> <p>De støtteberettigede trykte medier kompenseres således, at de bibeholder det nuværende beløb for distributionsstøtte.</p>
		<p>4 mio. kr. overgår til støtteværdige fritstående IP-baserede mediers supplementspulje.</p>
		<p>0,00 kr. overføres til særligt berørte medier, da alle midler er fordelt, og der er således ikke overskydende midler til særlige formål.</p>
Samlet støtte	353,4	

Nedenfor præsenteres tabellen med konsekvensudregninger:

Konsekvensudregning for produktionsstøtteordningen						
	Redaktionel produktionsstøtte	Distributionsstøtte	Difference inden supplement	Supplementsordning	Ny samlet støtte	Difference efter supplement
<i>Betalte dagblade</i>						
<i>Berlingske Media</i>	70.680.000,00	66.703.462,00	3.976.538,00	+/- 0	70.680.000,00	3.976.538,00
<i>B.T.</i>	<u>19.794.692,11</u>	<u>18.969.295,00</u>	825.397	+/- 0	19.794.692,11	825.397
<i>Berlingske</i>	<u>20.000.000,00</u>	<u>18.969.295,00</u>	1.030.705	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705
<i>Dagbladet Ringkøbing-Skjern</i>	<u>2.308.788,32</u>	<u>1.924.953,00</u>	383.835	+/- 0	2.308.788,32	383.835
<i>Randers Amts Avis</i>	<u>2.136.706,41</u>	<u>4.969.177,00</u>	-2.832.471	+/- 0	2.136.706,41	-2.832.471
<i>Århus Stiftstidende</i>	<u>7.374.629,06</u>	<u>13.039.686,00</u>	-5.665.057	+/- 0	7.374.629,06	-5.665.057
<i>Dagbladet Holstebro-Struer/Lemvig Folkeblad74</i>	<u>3.055.983,03</u>	<u>2.621.562,00</u>	434.421	+/- 0	3.055.983,03	434.421
<i>Viborg Stifts Folkeblad</i>	<u>2.549.641,53</u>	<u>2.015.426,00</u>	534.216	+/- 0	2.549.641,53	534.216
<i>Weekendavisen</i>	<u>6.618.244,42</u>	<u>3.434.346,00</u>	3.183.898	+/- 0	6.618.244,42	3.183.898
<i>Urban75</i>	<u>3.292.595,41</u>		3.292.595	+/- 0	3.292.595,41	3.292.595
<i>ErhvervsBladet76</i>	<u>1.711.694,69</u>	<u>740.018,00</u>	971.677	+/- 0	1.711.694,69	971.677
<i>Berlingske Nyhedsmagasinet</i>	<u>1.837.025,02</u>	<u>19.704,00</u>	1.817.321	+/- 0	1.837.025,02	1.817.321
<i>Medieselskabet Nordvestsjælland</i>	4.509.246,50	4.099.315,00	409.931,50	+/- 0	4.509.246,50	409.931,50

74 **Dagbladet Holstebro-Struer og Lemvig Folkeblad er to titler, men er her opgjort som én.**

75 Urban modtager ikke støtte fra den nuværende produktionsstøtteordning, men er medtaget, som følge af at dagbladet forventes at ville forsøge at opfylde kravene i den nye ordning.

76 Berlingske Nyhedsmagasinet og Erhvervsbladet er tillæg til Berlingske, men anses som selvstændige titler, bl.a. som følge af, at den redaktionelle egenproduktion ligeledes anvendes online.

Nordvestnyt ⁷⁷	Holbæk Amts Venstreblad	2.399.267,04	4.099.315,00	-1.700.047,96	+/- 0	2.399.267,04	-1.700.047,96
	Kalundborg Folkeblad	2.109.979,46	-	2.109.979,46	+/- 0	2.109.979,46	2.109.979,46
	JP/Politikens Hus	53.762.406,50	48.874.915,00	4.887.491,50	+/- 0	53.762.406,50	4.887.491,50
	Ekstra Bladet	13.762.406,50	10.936.325,00	2.826.081,50	+/- 0	13.762.406,50	2.826.081,50
	Jyllands-Posten	20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705,00
	Politiken	20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	+/- 0	20.000.000,00	1.030.705,00
	Fynske Medier	26.439.878,30	24.036.253,00	2.403.625,30	+/- 0	26.439.878,30	2.403.625,30
	Fyens Stiftstidende	18.872.631,90	15.474.951,00	3.397.680,90	+/- 0	18.872.631,90	3.397.680,90
	Fyns Amts Avis	7.567.246,40	8.561.302,00	-994.055,60	+/- 0	7.567.246,40	-994.055,60
	Sjællandske Medier	19.904.345,24	25.340.233,00	-5.435.887,76	+/- 0	19.904.345,24	-5.435.887,76
	Sjællandske ⁷⁸	6.930.174,74	9.865.282,00	-2.935.107,26	+/- 0	6.930.174,74	-2.935.107,26
	Frederiksborg Amts Avis ⁷⁹	6.110.871,32	7.737.475,50	-1.626.604,18	+/- 0	6.110.871,32	-1.626.604,18
	DAGBLADET ⁸⁰	6.863.299,18	7.737.475,50	-874.176,32	+/- 0	6.863.299,18	-874.176,32

⁷⁷ Udvalget er opmærksomt på, at Holbæk Amts Venstreblad og Kalundborg Folkeblad er fusioneret til én avis: Nordvestnyt. Avisen vil i forhold til den redaktionelle produktionsstøtte skulle ansøge som én titel.

⁷⁸ Sjællandske er reelt to titler: Sjællandske Næstved og Sjællandske Slagelse.

⁷⁹ DAGBLADET og Frederiksborg Amts Avis har siden 1992 været én avis i Dansk Oplagskontrols opgørelser og ansøger derfor som én titel i relation til nuværende distributionstilskud.

⁸⁰ DAGBLADET er reelt tre titler: Dagbladet Ringsted, Dagbladet Køge og Dagbladet Roskilde.

DAGBLADET/Frederiksborg Amts Avis⁸¹	12.974.170,50	15.474.951,00	- 2.500.780,50	<u>+/- 0</u>	12.974.170,50	- 2.500.780,50
Jyske Medier⁸²	7.848.603,40	7.135.094,00	713.509,40	+/- 0	7.848.603,40	713.509,40
Horsens Folkeblad	3.576.849,10	3.251.681,00	325.168,10	<u>+/- 0</u>	3.576.849,10	325.168,10
Vejle Amts Folkeblad	4.271.754,30	3.883.413,00	388.341,30	<u>+/- 0</u>	4.271.754,30	388.341,30
Arbejderen⁸³	-	1.743.525,00	-1.743.525,00	<u>+/- 0</u>	-1.743.525,00	-1.743.525,00
Der Nordschleswiger	2.159.833,50	1.963.485,00	196.348,50	<u>+/- 0</u>	2.159.833,50	196.348,50
Information	9.470.824,08	25.527.289,00	-16.056.464,92	16.056.464,92	25.527.289,00	+/- 0
Kristeligt Dagblad	10.826.474,51	27.496.936,00	-16.670.461,49	16.670.461,49	27.496.936,00	+/- 0
Samsø Posten⁸⁴	-	1.282.916,46	-1.282.916,46	<u>+/- 0</u>	-1.282.916,46	-1.282.916,46
Bornholms Tidende	2.772.502,70	2.520.457,00	252.045,70	<u>+/- 0</u>	2.772.502,70	252.045,70
Børsen	20.000.000,00	18.969.295,00	1.030.705,00	<u>+/- 0</u>	20.000.000,00	1.030.705,00
Helsingør Dagblad	1.975.006,49	3.331.413,00	-1.356.406,51	<u>+/- 0</u>	1.975.006,49	-1.356.406,51

⁸¹ Frederiksborg Amts Avis og DAGBLADET modtager deres distributionstilskud som en samlet titel, jf. note vi ovenfor. I forhold til den redaktionelle produktionsstøtteordning vil aviserne imidlertid skulle indsende ansøgninger separat for de enkelte titler med selvstændige redaktioner; derfor er titlerne opdelt i henholdsvis DAGBLADET og Frederiksborg Amts Avis. For at illustrere konsekvensen ved ændring af støtteordningen er DAGBLADETs og Frederiksborg Amts Avis samlede redaktionelle produktionsstøtte fratrukket deres samlede nuværende produktionsstøtte for dermed at vise differencen på en rimelig måde. DAGBLADET anses i den sammenhæng som værende en ny titel, men er fortsat underlagt 110-%-loftet for udgivere, der har opnået støtte gennem den nuværende produktionsstøtteordning.

⁸² Udvalget er opmærksomt på, at Horsens Folkeblad og Vejle Amts Folkeblad er fusioneret, men da bladene forbliver selvstændige titler, vil de i hovedordningen skulle ansøge om støtte individuelt. Koncernen har navnet Jyske Medier.

⁸³ Arbejderen udgår som følge af bladets politiske ejerskabsforhold.

⁸⁴ Samsø Posten udgår af ordningen, som følge af at avisen ikke opfylder kriterierne om et kritisk redaktionelt miljø.

Herning Folkeblad	3.196.030,20	2.905.482,00	290.548,20	+/- 0	3.196.030,20	290.548,20
JydskeVestkysten	17.022.446,10	15.474.951,00	1.547.495,10	+/- 0	17.022.446,10	1.547.495,10
Lolland-Falsters Folketidende	4.961.833,80	4.510.758,00	451.075,80	+/- 0	4.961.833,80	451.075,80
Midtjyllands Avis	3.158.659,90	2.871.509,00	287.150,90	+/- 0	3.158.659,90	287.150,90
Morsø Folkeblad	1.303.503,30	1.185.003,00	118.500,30	+/- 0	1.303.503,30	118.500,30
Nordjyske Medier	17.022.446,10	15.474.951,00	1.547.495,10	+/- 0	17.022.446,10	1.547.495,10
Skive Folkeblad	2.726.674,73	2.497.835,00	228.839,73	+/- 0	2.726.674,73	228.839,73
Flensborg Avis	982.334,10	893.031,00	89.303,10	+/- 0	982.334,10	89.303,10
<u>Gratis dagblade</u>						
MetroXpress A/S	9.331.474,07	37.938.590,00	-28.607.115,93	+/- 0	9.331.474,07	-28.607.115,93
24timer	4.665.737,03	18.969.295,00	-14.303.557,97	+/- 0	4.665.737,03	-14.303.557,97
MetroXpress	4.665.737,03	18.969.295,00	-14.303.557,97	+/- 0	4.665.737,03	-14.303.557,97
Urban ⁸⁵	Se under Berlingske Media					
<u>Rene netmedier</u>						
Altinget.dk	1.100.986,92	-	1.100.986,92	1.249.013,08	2.350.000,00	2.350.000,00
Avisen.dk	1.066.629,43	-	1.066.629,43	1.359.067,07	2.425.696,50	2.425.696,50
Ugebrevet A4	1.830.744,59	-	1.830.744,59	+/- 0	1.830.744,59	1.830.744,59

⁸⁵ Urban er en gratisavis, men er placeret sammen med de resterende af Berlingske Medias titler.

Dknyt	404.586,38	-	404.586,38	+/- 0	404.586,38	404.586,38
Økonomisk Ugebrev ⁸⁶	462.962,56	-	462.962,56	+/- 0	462.962,56	462.962,56
Dagbladslignende						
Ugebladet Mandag Morgen	1.588.597,02	-	1.588.597,02	+/- 0	1.588.597,02	1.588.597,02
Computerworld	278.501,30	253.183,00	25.318,30	+/- 0	278.501,30	25.318,30
Mediehuset Ingeniøren	4.546.452,90	4.133.139,00	413.313,90	+/- 0	4.546.452,90	413.313,90
The Copenhagen Post	311.049,14	783.261,00	-472.211,86	+/- 0	311.049,14	-472.211,86
Udfordringen	442.055,90	401.869,00	40.186,90	+/- 0	442.055,90	40.186,90
Zaman	201.318,70	183.017,00	18.301,70	+/- 0	201.318,70	18.301,70
Kommunen	187.239,80	170.218,00	17.021,80	+/- 0	187.239,80	17.021,80
Fagblade						
Licitationen	1.248.183,37	-	1.248.183,37	+/- 0	1.248.183,37	1.248.183,37
Jern og Maskinindustrien	748.910,02	-	748.910,02	+/- 0	748.910,02	748.910,02
Dagens Medicin	1.598.658,06	-	1.598.658,06	+/- 0	1.598.658,06	1.598.658,06
Sygeplejersken	1.860.532,37	-	1.860.532,37	+/- 0	1.860.532,37	1.860.532,37
Landbrugsavisen	2.358.385,74	-	2.358.385,74	+/- 0	2.358.385,74	2.358.385,74
Danske Kommuner	-	249.717,53	-249.717,53	+/- 0	-249.717,53	-249.717,53
DI Business	408.496,38	-	408.496,38	+/- 0	408.496,38	408.496,38

⁸⁶ Økonomisk Ugebrev opfylder ikke på nuværende tidspunkt kriteriet om fem redaktionelle årsværk, men det forventes, at ugebladet vil kunne udvikle sig, så det opfylder kriteriet; derfor er det indregnet.

Agenda ⁸⁷	408.496,38	-	408.496,38	+/- 0	408.496,38	408.496,38
Fagbladet 3F	2.042.481,88	-	2.042.481,88	+/- 0	2.042.481,88	2.042.481,88
Fagbladet Folkeskolen	1.327.613,22	-	1.327.613,22	+/- 0	1.327.613,22	1.327.613,22
Fagbladet FOA	1.633.985,50	-	1.633.985,50	+/- 0	1.633.985,50	1.633.985,50
Dansk Handelsblad	561.682,52	-	561.682,52	+/- 0	561.682,52	561.682,52
Udenlandske dagblade m.v. ⁸⁸	-	1.342.551,00	-1.342.551,00	+/- 0	-1.342.551,00	-1.342.551,00

⁸⁷ DA's nyhedsbrev Agenda opfylder ikke på nuværende tidspunkt kriteriet om fem redaktionelle årsværk, men det forventes, at bladet vil kunne udvikle sig, så det opfylder kriteriet; derfor er det indregnet.

⁸⁸ Udenlandske blade udgår som følge af overgangen fra distributionsstøtte til redaktionel produktionsstøtte.

Analyse af konsekvenserne af at ophæve undtagelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris

Resumé

Analysen redegør for den nuværende ordning med faste priser og det tilhørende distributions- og retursystem i branchen for aviser og blade. Myndighedernes hidtidige vurdering af de positive effekter af fastprisordningen danner afsæt for en gennemgang af de konsekvenser, udvalget vurderer ophævelsen af de faste priser vil kunne have på en række parametre: pris, antal udsalgssteder, detailhandlen, titelmangfoldighed, miljø og samfundsmæssige, demokratiske hensyn. Analysen konkluderer, at det må forventes at have en negativ effekt på alle parametre at indføre frie priser på markedet for aviser og blade. Det anbefales derfor, at ordningen med faste priser fastholdes.

1. Indledning

I forbindelse med arbejdet i regeringens Vækstforum blev et forslag om ophævelse af en undtagelse i konkurrenceloven, der giver udgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, inkluderet i regeringens forslag til konkurrencepakke.

I regeringens aftale med Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Kristendemokraterne af 11. april 2011 om konkurrencepakken fremgår det om forslaget:

"Mulighederne for at ophæve undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, undersøges. Undersøgelsen skal ses i sammenhæng med Mediestøtteudvalgets arbejde, der afsluttes senest 1. oktober 2011."

Mediestøtteudvalget er herefter af Kulturministeriet blevet anmodet om at stå for en undersøgelse af "mulighederne for at ophæve undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris".

Der har været anvendt forskellige betegnelser for det forhold, at bladudgiverne kan bestemme, hvilken pris deres aviser, blade og magasiner sælges til i løssalg i detailhandelen. Det juridiske udtryk er *bindende videresalgspris*, men betegnelsen *faste priser* anvendes i denne sammenhæng for det samme forhold. Det modsatte er i denne forbindelse betegnelsen *frie priser*.

Mediestøtteudvalget har analyseret mulige konsekvenser af ophævelsen af fastpris-systemet på baggrund af indsamlede oplysninger samt en række høringsvar indkommet ved udvalgets skriftlige henholdsvis mundtlige høring.

Ordningen har eksisteret i hvert fald siden 1948, hvorfor en egentlig empirisk undersøgelse af en situation uden faste priser i dansk kontekst forekommer vanskeligt gennemførlig.

Analysen har været forelagt Konkurrence- og forbrugerstyrelsen, der har haft en række kritiske bemærkninger, som har været forelagt udvalget, men ikke har givet anledning til ændringer i udvalgets anbefaling.

2. Vækstforums forslag

Regeringen nedsatte i september 2009 Vækstforum, der fik til opgave at bidrage til at analysere og søge svar på morgendagens udfordringer og ruste dansk økonomi til fornyet vækst. Vækstforum var sammensat af erhvervsledere, forskere og andre med erfaring inden for forhold, der har betydning for Danmarks vækstmuligheder og konkurrenceevne.

Vækstforum behandlede bl.a. forslag til initiativer vedrørende øget privat og offentlig konkurrence. Et af initiativerne var fri prisdannelse på løssalg af aviser og magasiner. Forslaget går ud på at ophæve undtagelsen i konkurrenceloven, der giver udgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris.

Forslaget blev begrundet med, at undtagelsen i praksis forhindrer priskonkurrence i detailsalget, og at en ophævelse af undtagelsen vil give mulighed for konkurrence på løssalgspriserne for aviser, magasiner og ugeblade og dermed lavere forbrugerpriser.

Det blev anført i materialet til Vækstforum, at forslaget skal vurderes i forhold til evt. konsekvenser i form af en reducere af antallet af udsalgssteder, herunder hensynet til den politiske meningsdannelse og kulturelle hensyn, samt at forslaget skal ses i sammenhæng med et udvalg, der nedsættes under Kulturministeriet som opfølgning på mediestøtteudredningen.

3. Bladenes fastprissystem

Københavnske Dagblades Samråd (KDS) og Dansk Magasinpresses Udgiverforening (DMU) har indgået en overenskomst, som regulerer nedsættelsen af Bladudgivernes Forhandler-Nævn (BFN).

Forhandlernævnet beskæftiger sig med vilkårene for løssalg af dag- og ugeblade samt magasiner. Forhandlere skal underskrive de i overenskomsten fastsatte forretningsbetingelser, som bl.a. indeholder bestemmelser om leveringer, bindende videresalgspriser og om returnering af ikke-solgte eksemplarer. Om bindende videresalgspriser bestemmes det i overenskomsten:

§ 4. Forhandleren skal overholde de af udgiverne fastsatte salgspriser. Det er dog tilladt forhandlerne at yde dividende eller rabat i form af rabatmærker på salgspriserne, men kun for så vidt dividende eller rabatydelse gives på den altovervejende del af vareudvalget i den pågældende forretning samt på alle blade.

Andre centrale bestemmelser er § 2 om returret:

§ 2. Udgiverne eller disses distributionsfirmaer har ret til at ændre de løbende leveringer og til på eget initiativ at udsende skønnede oplag af nye publikationer. På ikke bestilte leveringer er der fri retur.

I afsnit III aftales endvidere:

Enhver, der ønsker at forhandle blade, kan ved henvendelse til Bladudgivernes Forhandler Nævn, en udgiver eller et distributionsfirma opnå ret til at modtage levering, f.s.v. han accepterer de fælles forretningsbetingelser (...),

4. Konkurrencemyndighedernes afgørelser

Aviser, blade og magasiner har haft bindende videresalgspriser, siden det daværende Monopoltilsyn i 1948 traf en afgørelse, der gav BFN dispensation fra monopolloven, således at bladudgiverne bl.a. kunne opretholde faste priser på løssalg af aviser og blade.

Konkurrencerådet behandlede herefter sagen den 30. maj 1990, og her blev den gamle dispensation fra 1948 forlænget.

Konkurrencelovens § 6, stk. 1, forbyder virksomheder at indgå aftaler, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen, f.eks. ved (litra 7) at fastsætte bindende videresalgspriser eller på anden måde søge at få en eller flere handelspartnere til ikke at fravige vejledende salgspriser.

Konkurrencelovens § 8, stk. 1 giver mulighed for dispensation fra forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler, idet forbuddet i § 6, stk. 1, ikke finder anvendelse for aftaler mellem virksomheder m.v., hvis aftalen:

1. Bidrager til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen af varer eller tjenesteydelser eller fremmer den tekniske eller økonomiske udvikling
2. Sikrer forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved
3. Ikke pålægger virksomhederne begrænsninger, som er unødvendige for at nå disse mål
4. Ikke giver virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer eller tjenesteydelser.

Konkurrencerådet traf den 26. maj 1999 en afgørelse, hvor rådet behandlede den ovenfor omtalte overenskomst for forhandling af dagblade og magasiner, som BFN havde anmeldt med anmodning om dispensation fra konkurrenceloven.

I afgørelsen anfører Konkurrencerådet:

“Forretningsbetingelserne indeholder i § 4 bestemmelser om bindende videresalgspriser. Denne bestemmelse har Konkurrencerådet ved afgørelse af 30. maj 1990 godkendt. Afgørelsen er omtalt i Dokumentation 1990 s. 122-127. Konkurrencerådet begrundede sin beslutning om at tillade bindende videresalgspriser for aviser og magasiner med, at der er tale om produkter med kort levetid, branchens særlige distributions-/retursystem samt for dagbladenes vedkommende hensynet til den politiske meningsdannelse og kulturelle hensyn. Den nuværende konkurrencelov indeholder et udtrykkeligt forbud mod bindende videresalgspriser, men godkendelsen er i henhold til den nuværende konkurrencelovs § 27, stk. 2, 2. pkt., opretholdt, indtil Konkurrencerådet måtte træffe afgørelse om at tilbagekalde godkendelsen.

Anmeldelsen af BFN's overenskomst betyder derfor ikke, at rådet skal tage stilling til de bindende videresalgspriser nu. Spørgsmålet om håndhævelsen af bindende videresalgspriser vil formentlig også blive aktuelt for bøger inden for den nærmeste fremtid, og styrelsen finder, at en eventuel vurdering af fastprissystemet også for aviser og magasiner bør afvente vurderingen på bogområdet.”

Med sin afgørelse af 29. maj 1999 gav Konkurrencerådet i henhold til § 8, stk. 1 BFNs overenskomst med tilhørende forretningsbetingelser fritagelse fra forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1. Fritagelsen omhandlede dog ikke en eksklusivbestemmelse og en sanktionsbestemmelse.

Fra Konkurrencerådets afgørelse af 26. maj 1999 kan særligt fremhæves følgende vurderinger vedrørende BFN:

”§ 8, stk. 1, nr. 1

Det er styrelsens opfattelse, at BFN bidrager til at styrke effektiviteten i distributionen af dag-, ugeblade og magasiner. Effektivitetsgevinsten høstes af forhandlere, men også i et vist omfang af udgiverne.

Forhandleren kan nøjes med at henvende sig ét sted. Udgiverne – herunder nye udgivere – kan gøre brug af BFN's forhandlerfortegnelser og på denne måde få kontakt til forhandlere i hele landet.

Betingelsen i § 8, stk. 1, nr. 1, er derfor opfyldt.

§ 8, stk. 1, nr. 2

Det er styrelsens opfattelse, at forbrugerne sikres en rimelig andel af fordelene ved den virksomhed, der foregår i BFN. BFN sikrer, at der er et meget tæt net af forhandlere eller, at produkterne kan forhandles i et stort antal butikker.

Effekten på forbrugerpriserne er usikker. Forbrugerpriserne bestemmes af udgiverne, da det jo er et fastprissystem. Konkurrencebetingelserne er forskellige for dagblade, ugeblade og magasiner. For ugebladenes vedkommende er konkurrenceforholdene præget af ganske få, store virksomheder. Dette kan have ført til høje priser, men med den seneste udvikling (dvs. efter lanceringen af "Her og Nu" og "Kig Ind") er der ikke grund til at antage, at der ikke er effektiv priskonkurrence.

Samlet vurderer styrelsen, at betingelsen i § 8, stk. 1, nr. 2, er opfyldt.”

Videre anføres det i afgørelsen:

”§ 8, stk. 1, nr. 4

Konkurrencen på markedet for løssalg af dagblade, ugeblade og magasiner udspilles primært på parametre som bladernes indhold, præsentation, pris, holdning m.v. Den enkelte forhandler spiller en rolle ved sin beliggenhed, øvrige vareudvalg, præsentation af bladene og service. Under hensyn hertil er det styrelsens vurdering, at overenskomsten ikke giver udgiverne mulighed for at udelukke konkurrencen på de relevante markeder.”

Konkurrencerådet behandlede igen BFNs overenskomst den 27. november 2002, hvor Konkurrencerådet godkendte, at Konkurrencestyrelsen afholdt en møderække med bladudgiverne om avancer m.v. Det konkluderedes, at der ikke var sket væsentlige ændringer siden 1999. Denne afgørelse, der er delt i to, forholder sig heller ikke specifikt til fastprissystemet, men forlænger BFN-overenskomsten frem til 31. december 2007. Konkurrencestyrelsen understregede imidlertid, at fastprissystemet som helhed eller delelementer i systemet naturligvis vil kunne blive genstand for fornyet konkurrenceretlig vurdering, f.eks. hvis der kommer henvendelser fra bladbranchen eller detailhandelen, der gør en sådan revurdering påkrævet.

Den 3. december 2007 indsendte BFN en meddelelse til Konkurrencestyrelsen om, at det ved en såkaldt selvevaluering i BFN var fundet, at de oprindelige betingelser fortsat var opfyldte. På daværende tidspunkt var lovgivningen ændret, og det var nu tilstrækkeligt

med selvevaluering, idet der ikke længere skulle søges løbende udsættelser. Selvevalueringen gav ikke anledning til bemærkninger fra Konkurrencestyrelsen.

5. Prisivirkning

Ifølge Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (KF) viser erfaringer fra andre områder, at liberalisering og en øget konkurrence kan føre til større udbud og lavere priser for forbrugerne. Styrelsen sammenligner i denne forbindelse med bogmarkedet, hvor der er sket en gradvis liberalisering siden 2001.

KF henviser til sin undersøgelse "Et nyt bogmarked", der er offentliggjort i Konkurrenceredegørelsen 2010. Styrelsens konklusion er, at der fra 2001 til 2007 har været tendens til en stigning i bogsalg, forbrugerne har fået lettere adgang til at købe bøger, variationen i udbuddet er øget, og priserne er fastholdt eller muligvis sænket.⁸⁹

Hertil kan det bemærkes, at der ikke eksisterer en valid prisstatistik⁹⁰, men Danmarks Statistik udarbejder en statistik med bogpriser som en del af forbrugerprisindekset, dog er der en række begrænsninger i denne statistik. Den indikerer imidlertid, at den relative bogpris har været stort set uændret fra 1993 til 2009.⁹¹ KF har til undersøgelsen i Konkurrenceredegørelsen 2010 fået foretaget 1.000 telefoninterview, hvor 40 % af respondenterne er enige i, at prisen på de bøger, de typisk læser, er faldet inden for de seneste 3-5 år, mens 28 % er uenige.⁹² Halvdelen vurderer, at priserne på bestsellere er faldet, og to ud af tre forbrugere er enige i, at de oftere ser gode tilbud. KF drager på baggrund heraf og af udtalelser fra aktører i branchen den slutning, at supermarkedernes og internetboghandlernes indtræden på bogmarkedet synes at have betydet en stærkere konkurrence og lavere priser på specielt bestsellere i forhold til andre varer og tjenester. Endvidere vurderer KF, at indskrænkninger i fastprissystemet har betydet, at den økonomiske levetid for en bog er blevet kortere. KF anfører imidlertid, at en opgørelse af den generelle prisudvikling på bøger er vanskelig, og det er ikke muligt at drage entydige konklusioner om prisudviklingen siden 2001.⁹³

Bogbranchen har påpeget, at priserne muligvis er faldet på det samlede niveau, hvilket kan tilskrives faldet i priserne på bestsellerlitteraturen pga. supermarkedernes brug af disse bøger som tilbudsvare, men at prisen på de mere kvalitetsbetonede bøger i samme periode er steget, hvilket vækker bekymring om den smalle litteraturs fremtidige vilkår.

Mediestøtteudvalget bemærker, at udviklingen på bogmarkedet ikke kan siges ensidigt at påvise, at alene afskaffelsen af fastprissystemet har haft den ovennævnte effekt. KF anfører selv i sin redegørelse, at en af forklaringerne på et stigende salg af bøger kan findes i tilgangen af nye typer af salgskanaler, da det fra 2001 blev muligt for andre end boghandlerne at sælge bøger.⁹⁴ På bogmarkedet må det således antages, at ophævelsen af eneretten for salg af bøger har haft en mindst lige så afgørende betydning for udviklingen som indskrænkninger i fastprissystemet.

Mediestøtteudvalget finder endvidere, at forskellene mellem bogmarkedet og markedet for aviser og blade er store. Der har ikke været eneforhandlingsaftaler på avis- og

⁸⁹ Konkurrenceredegørelsen 2010, s. 82.

⁹⁰ Styrelsen for Bibliotek og Medier: Rapport fra bogudvalget 2007-2008, s. 17.

⁹¹ Konkurrenceredegørelsen 2010, fig. 4.7, s. 99.

⁹² Konkurrenceredegørelsen 2010, s. 87 og s. 99.

⁹³ Konkurrenceredegørelsen 2010, s. 101.

⁹⁴ Konkurrenceredegørelsen 2010, s. 82.

bladmarkedet. Aviser og blade ligger i udgangspunktet på et væsentlig lavere prisniveau end bøger, og den økonomiske levetid er meget kort – for dagblade kun en dag.

Udvalget bemærker videre, at de faste priser indtil videre ikke har medført ens prisdannelse på aviserne. Langt de fleste dagblade har forskellige løssalgspriser. Det samme gælder magasiner.

Det er endvidere bladudgivernes og detailhandelens forventning⁹⁵, at ophævelse af de faste priser ikke nødvendigvis vil give billigere aviser for kunderne, da priskonkurrencen vil have svært ved at slå igennem, på grund af at der er knyttet en række fordele til fastprissystemet som fri returret, senere fakturering og mulighed for oplagsdisponering, der derved også fjernes, hvilket giver øgede omkostninger.

Store supermarkedskæder har dog på grund af stor volumen mulighed for at forhandle sig til rabatter (såkaldt købermagt), der kan videregives til forbrugerne, hvis de f.eks. vælger at benytte udgivelserne som tilbudsvarer.

Det må forventes, at hvis der sker et fald i løssalgspriserne, kan det eventuelt lede til øget salg af aviser, magasiner og ugeblade. Det må dog også forventes, at små forhandlere ikke kan få del i de samme rabataftaler som supermarkedskæder og dermed ikke kan sætte prisen ned.

Udvalget konkluderer, at det ikke i dag er muligt at forudsige virkningen på priserne af en fri prisdannelse i løssalg på prissætningen af aviser og blade generelt.

6. Konsekvenser for antallet af udsalgssteder

Baggrunden for den nuværende undtagelse har været branchens særlige distributions- og retursystem, hvor forhandlerne kan returnere usolgte eksemplarer. Fastprissystemet er således forbundet med den frie returret for ikke-solgte eksemplarer. Uden denne returret vil det være vanskeligt at opretholde salg hos mindre forhandlere.

Ifølge Danske Dagblades Forening bidrager faste priser til, at der kan opretholdes et vidtforgrenet forhandlernet, også i udkantssområder, idet forhandlerne får leveret aviser og blade til salg inden åbningstid overalt i landet til ensartede priser. Overenskomsten i BFN indebærer bl.a. en leveringsforpligtelse. Dette betyder, at også små udsalgssteder i tyndt befolkede områder får leveret, selvom det ikke er rentabelt for udgiver i forhold til transportomkostningerne.

BFN leverer således dagligt aviser til 6.500 forhandlere, lige mange i Øst- og Vestdanmark.⁹⁶

De Samvirkende Købmænd fremhæver i deres høringskrivelse, at de faste priser medfører, at langt de fleste forhandlere fører et meget stort sortiment af aviser, ugeblade og magasiner, og at netop det brede sortiment er medvirkende til at sikre en bred distribution, fordi de mange blade tilsammen skaber større omsætning.

Udvalget gør opmærksom på, at en ophævelse af undtagelsen ikke samtidig indebærer en automatisk ophævelse fra lovgivers side af dette system, og udgiverne kan have et incitament til fortsat at opretholde leveringsforpligtelserne og den frie returret som en konkurrenceparameter.

⁹⁵ DSK's høringsvar til Mediestøtteudvalget af 24. marts 2011. Brev fra DDF til statsministeren af 22. november 2010.

⁹⁶ Kilde: Danske Dagblades Forening: Brev fra DDF til statsministeren af 22. november 2010.

Det må imidlertid forventes, at udgiverne vil afskaffe dele af disse forpligtelser, når de ikke samtidig kan håndhæve bindende videresalgspriser. Det må derfor også forventes, at udsalgssteder forbundet med store transportomkostninger og små leverancer ikke i samme omfang vil kunne udbyde de samme aviser og magasiner ved frie løssalgspriser som i dag. Udvalget er derfor af den opfattelse, at den geografiske spredning således bliver mindre ved en ophævelse af de faste priser.

7. Konsekvenser for detailhandelen

De samvirkende Købmænd, der repræsenterer 1500 dagligvarebutikker, fremhæver i deres høringssvar, at hvis de større udsalgssteder i byerne, der kun har en meget beskeden del af deres omsætning og indtjening fra salget af aviser og blade, frit kan fastsætte prisen på disse varer og benytter denne ret til at nedsætte prisen for at tiltrække flere kunder, vil en større del af bladsalget flytte til disse butikker på bekostning af mindre kiosker, købmænd og brugere i byernes boligområder eller landdistrikterne. Det vil sige nærbutikker, som er meget afhængige af aviser og blade og den kundestrøm, som salget af disse produkter skaber. Frie løssalgspriser vil altså med en vis sandsynlighed kunne risikere at underminere grundlaget for mange mindre nærbutikker.

Ifølge De Samvirkende Købmænd er løssalg af såvel dagblade som ugeblade af overordentlig stor betydning for dagligvarehandelen – og især for de mindre butikker i boligområderne og i landdistrikter. For butikkerne er det ikke kun den omsætning og indtjening, som aviser og blade i sig selv medfører. For butikkerne genererer salget af disse produkter et mersalg af andre varer af større værdi, som er helt afgørende for mange af de mindre butikkers overlevelse. Næsten halvdelen af avisløberne kommer for også at købe andre varer end avisen, og omkring halvdelen heraf undlader at købe avis eller forlader butikken, hvis de ikke kan få deres foretrukne avis.⁹⁷

Det er desuden af stor betydning for såvel store som små forhandlere, at de kan returnere de aviser og magasiner, som ikke bliver solgt, uden økonomisk belastning. Uden faste priser ændres forudsætningerne væsentligt for retursystemet, og det vil sandsynligvis ikke blive opretholdt.

Den frie returret af usolgte aviser og blade for forhandleren bidrager likviditetsmæssigt positivt til driften, da forhandleren først skal afregne det solgte, når returaviserne er indsamlet, og faktureringen kan ske. Afhængigt af publikationens udgivelsesfrekvens sker dette enten ugentligt eller månedsvis.

Det er udvalgets overbevisning, at hensynet til de små forhandlere, og dermed til den landsdækkende distribution af såvel aviser og blade, som er væsentlig for befolkningen i udkantsområderne, bør veje tungt. Udvalget finder, at en afskaffelse af de faste priser på aviser og blade – ud over at medføre færre butikker med bladsalg – også kan risikere at føre til færre dagligvareudsalgssteder til stor skade for forbrugerne og for de små samfund, der mister den sidste butik.

⁹⁷ Kilde: De Samvirkende Købmænd.

8. Konsekvenser for mangfoldigheden af titler

En ophævelse af faste priser kan som anført føre til, at aviser, ugeblade og magasiner bliver brugt som slagtilbud af detailhandlen. De mest populære publikationer vil selvsagt være mest attraktive som markedsføringsværktøjer for detailhandelen, og det må forventes, at dette kan føre til, at smalle titler efterspørges endnu mindre og derfor ophører med at eksistere.

Dette vil i kombination med stærke supermarkeds kæders mulighed for rabatter, som de mindre udsalgssteder ikke kan få, sandsynligvis kunne føre til, at titeludbuddet i mange mindre udsalgssteder samtidig begrænses.

Store butikskæders forhandlingsposition vil samtidig kunne presse udgiverne på indtjeningen, hvilket også kan resultere i, at mindre blade og magasiner lukkes. Muligvis kan enkelte lokale dagblade, der i forvejen er økonomisk pressede, få det sidste skub ud af markedet.

Ekstra Bladets og B.T.s løssalg er over henholdsvis 89 % og 64 % af hverdagsoplaget. De landsdækkende dagblade har et løssalg, der gennemsnitligt udgør 8 % af det samlede oplag, med en variation fra slet ingen solgte (Licitationen) til 13 % af oplaget (Berlingske Tidende). De lokale og regionale dagblade har et løssalg på under 5 % – herudover sælges dagblade primært i abonnement.⁹⁸

For alle ugebladsgrupper (familieblade, dameblade og billedugeblade) udgør løssalget ca. 95 % af det ugentlige bladsalg. For månedsbladene udgør løssalget ikke samme procentsatser, og det svinger meget afhængigt af bladets emneområde. Eksempelvis udgør løssalget for de månedlige dame-/modeblade ca. 60 %, og for boligblade ca. 50 %, mens løssalget af de tekniske specialmagasiner er på ca. 25 %.

Konsekvenserne af frie priser på løssalget vil derfor sandsynligvis for de fleste dagblade ikke have en afgørende virkning på de enkelte dagblades overlevelse og dermed heller ikke en væsentlig indflydelse på mangfoldigheden af dagbladstitler, medmindre supermarkedernes løssalgspriser bliver lavere end bladhusenes abonnementspriser. Et abonnement er alt andet lige et væsentligt større aktiv for et bladhus end løssalg. For Ekstra Bladet og B.T. samt magasiner og ugeblade vil frie priser imidlertid kunne have væsentlig negativ effekt alene affødt af det forhold, at antallet af udsalgssteder vil blive reduceret, hvormed eksponeringen af aviser og ugeblade og magasiner over for potentielle kunder reduceres.

Et faldende antal forhandlere i f.eks. udkantsområder vil dog kunne ramme lokale dagblade, der er afhængige af at være til salg og blive eksponeret i hele deres udgivelsesområde⁹⁹.

De fleste ugeaviser (såkaldte dagbladslignende publikationer) har også et meget lille løssalg, bortset fra Weekendavisen, hvor løssalget udgør ca. 10 %.¹⁰⁰

Alt i alt er det udvalgets opfattelse, at en ophævelse af de faste priser på løssalg kan have negativ indflydelse på antallet af titler på ugeblads- og magasinmarkedet, mens det må forventes, at dagbladenes antal ikke i nævneværdigt omfang vil blive påvirket af eventuelle priskrige på løssalg.

⁹⁸ Kilde: Dansk Oplagskontrol.

⁹⁹ Kilde: Danske Dagblades Forening.

¹⁰⁰ Dansk Oplagskontrol og Styrelsen for Bibliotek og Medier.

9. Konsekvenser for demokrati og kulturelle hensyn

Det er ud fra et demokratisk og kulturelt synspunkt vigtigt at sikre, at der er et bredt udvalg af aviser og blade overalt i landet.

Ovennævnte konsekvenser vil betyde, at borgernes adgang til køb af aviser og magasiner reduceres i f.eks. kiosker og små dagligvareforretninger. Det vil især have betydning for forbrugere i udkantsområder samt svage forbrugere uden bil i købstædernes boligområder, som vil få længere afstand til en butik, der sælger deres foretrukne avis eller ugeblad. Løssalg af aviser har en væsentlig funktion i forhold til at træde i stedet for abonnementsavisen, enten når læseren er væk fra sin bopæl – eller for læsere, der ikke har abonnement, men netop via løssalg får adgang til nyheder og oplysning med jævne mellemrum.

Disse forbrugere vil til en vis grad kunne substituere det printede nyhedsforbrug med IP-baserede medier, men en del af befolkningen er funktionelle it-analfabeter, og ugeblade og de fleste magasiner fås endnu ikke online.

Dansk Magasinpresses Udgiverforening (DMU) gør opmærksom på i sit høringssvar, at løssalg af aviser og magasiner spiller en væsentlig rolle for opretholdelsen af befolkningens læsefærdigheder¹⁰¹, og at faste priser på aviser, ugeblade og magasiner er tilladt i mange europæiske lande, netop af hensyn til befolkningens lige adgang til det demokratiske og kulturelle udbud.

Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser er flere forbrugere (4 %) begyndt at købe bøger efter liberaliseringen af bogmarkedet, og de nye forbrugere er i store træk kendetegnet ved at have lavere husstandsindkomst og et lavere uddannelsesnivea end befolkningen i gennemsnit.¹⁰²

De DMU-tilknyttede medier er dog allerede i dag hver måned i kontakt med 81 % af den voksne befolkning (60 % hver uge). Magasinerne spænder fra økonomi-, videnskabs- og teknologiblade til ugeblade med til dels folkeoplysende indhold inden for områder som bl.a. sundhed, medicin, fødevarer, underholdning og kultur. DMU fremhæver, at det brede udbud af magasiner bidrager til opretholdelse af svage befolkningsgruppers læseevner og vidensniveau. Eventuelt lavere priser på magasiner vil alt andet lige kunne føre til, at flere i især de svage befolkningsgrupper i bymæssig bebyggelse med et stort antal dagligvareforretninger vil kunne købe flere magasiner og dermed opnå større viden. Til gengæld bliver de samme befolkningsgrupper i tyndtbefolkede områder og områder uden et stort konkurrerende dagligvareudbud dårligere stillet.¹⁰³

Samlet er det udvalgets konklusion, at en afskaffelse af fastprissystemet med en vis sandsynlighed vil kunne få en skadelig virkning på demokratiet og hensynet til den politiske meningsdannelse og de kulturelle hensyn. Udvalget har i den forbindelse lagt vægt på hensynet til de små samfund, de tyndt befolkede områder, udkantsområder og købstædernes boligområder, og på at befolkningen i disse områder vil få ringere adgang til det brede medie- og kulturudbud end resten af landet.

¹⁰¹ Forskningsprojekt finansieret af DMU: Aktion Læsning.

¹⁰² Konkurrencredegørelsen 2010, s. 81, s. 107-109.

¹⁰³ Kilde: DMU's brev til kulturministeren af 30. november 2010.

10. Miljøvirkning

Retursystemet giver udgiverne en unik mulighed for dagligt at regulere oplagene og hermed optimere papir- og ressourceforbrug i forhold til forventet salg.

De returnerede aviser og blade bliver desuden genanvendt som fiberpulp til papkasser, æggebakker eller anden emballage¹⁰⁴.

Hvis retursystemet blev afskaffet, ville en betragtelig del af de usolgte aviser og blade sandsynligvis ende som almindeligt affald med udledning af CO₂ til følge. Returbehandlingen sker derimod gennem det eksisterende distributionssystem, og indsamling af returaviser øger dermed ikke udledningen af CO₂.

Udvalget gør opmærksom på, at en afskaffelse af fastprissystemet ikke nødvendigvis fører til en afskaffelse af retursystemet.

Alt i alt finder udvalget dog, at det er mest sandsynligt, at retursystemet også afskaffes, og at frie priser dermed også vil have en negativ indvirkning på miljøet.

11. En relateret problemstilling – Post Danmarks prisændringer

Et alternativ til løssalg af aviser, ugeblade og magasiner i udkantsområder er, at læserne i disse områder tegner abonnement på bladene og får dem leveret med Post Danmark, der er ene om at stå for distribution til enkelthusstande.

Post Danmark har gennem de seneste år ifølge Danske Specialmedier hævet portoen kraftigt for blade med et lille oplag distribueret med Post Danmark – senest pr. august i år, hvor portoen for blade med et oplag mellem 3000 og 5000 i gennemsnit steg med 20 procent. Da løssalgsblade kun har et lille antal abonnenter, bliver disse belastet med en stor distributionsomkostning. Det er derfor af stor betydning for aviser, ugeblade og magasiner at kunne sælge så stor en del af oplaget som muligt i løssalg for at undgå den høje distributionsomkostning.

¹⁰⁴ Oprindelig kilde: Danske Dagblades Forening. Gengivet i DSK's høringsvar.

12. Sammenfatning

Ordningen med faste priser på det danske marked for aviser, ugeblade og magasiner har eksisteret i over 60 år. De relevante myndigheder har senest i 1990 vurderet, at ordningen havde sådanne fordele, at den kunne undtages fra regler om forbud mod bindende videre-salgspriser m.v. i de skiftende konkurrencelovgivninger. Således har man lagt vægt på, at der er tale om produkter med kort levetid, for dagbladenes vedkommende på hensynet til den politiske meningsdannelse og kulturelle hensyn samt for både dagblades og magasi-ners vedkommende på sammenhængen med branchens særlige distributions- og retur-system, der vurderes at styrke effektiviteten i distributionen og giver fordele for forbru-gerne. De relevante myndigheder har ikke ved de efterfølgende behandlinger af overens-komsten valgt at gribe ind overfor de bindende videresalgspriser.

Udvalget finder ikke, at det umiddelbart er muligt at overføre erfaringer fra bogmarkedet til markedet for aviser og blade; dertil er forskellene for store. Der har ikke eksisteret eneforhandlingsaftaler på avis- og bladmarkedet, produkterne har en væsentligt kortere levetid end bøger og ligger i øvrigt på et meget lavere prisniveau. Erfaringerne fra bog-markedet er endvidere endnu ikke tilstrækkelige til, at de frie priser kan vurderes at have haft entydig positiv effekt, og det lader sig ikke forudse, hvilken effekt på prisdannelsen frie priser reelt ville have på avis- og bladmarkedet.

Til gengæld vurderer udvalget, at det kan forudses, at frie priser vil medføre ændringer i det tilknyttede distributions- og retursystem, idet det næppe vil være rentabelt at opret-holde i sin nuværende form. I dag leveres via systemet dagligt aviser til 6.500 forhandlere, lige mange i Øst- og Vestdanmark. En reduktion heraf vil medføre, at den geografiske spredning af nyheder og oplysning bliver mindre.

Det må forventes at få konsekvenser for de mindre detailhandlende og udsalgssteder i Udkantsdanmark. Frie priser med eventuel deraf følgende konkurrence, hvor store udsalgs-steder i byerne kan nedsætte prisen på aviser og blade, vil yderligere sætte de mindre udsalgssteder under pres – såvel i yderområder som i boligområder i byerne. Det er i den forbindelse væsentligt at have in mente, at det ikke alene er salget af de pågældende aviser og blade, de mindre og yderligt beliggende udsalgssteder mister – det er også den anden omsætning, som genereres, når kunden kommer for at købe sin avis eller et ma-gasin. Endelig bidrager retursystemet likviditetsmæssigt positivt til driften, idet forhand-leren først afregner ved returnering af usolgte eksemplarer ugentligt eller månedligt.

Frie priser med deraf følgende eventuel priskonkurrence kan have negative konsekvenser for antallet af titler og dermed mangfoldigheden på markedet for magasiner. Aviserne er mindre følsomme, for så vidt angår priskonkurrence på løssalget, da hovedparten sælges i abonnement med undtagelse af Ekstra Bladet og B.T. Samlet set vurderes mangfoldig-heden på dagbladsmarkedet således ikke i nævneværdig grad at blive påvirket af eventuel priskonkurrence. Dog er der et særligt hensyn at tage til de lokale dagblade, der er afhængige af at være til salg i hele deres udgivelsesområde, jf. ovenfor om risikoen for lukning af lokale udsalgssteder.

Endelig må hensynet til borgernes adgang til demokratisk og kulturel oplysning tages i betragtning. Færre udsalgssteder i nogle boligområder og i Udkantsdanmark betyder reduceret adgang til nyheder, oplysning og samfundsdebat samt magasinlæsestof, der også har en væsentlig funktion i forhold til dele af befolkningens læsefærdigheder. Udvalget vurderer således, at afskaffelse af de faste priser med en vis sandsynlighed vil kunne få en skadelig virkning på borgernes mulighed for at agere i det danske demokrati – særligt i tyndere befolkede områder og byernes boligområder.

Udvalget bemærker, at øget brug af abonnemeter, for at nå de pågældende befolkningsgrupper og dele af Danmark, ikke forekommer realistisk, idet portoen for distribution til enkelthusstande af blade med mindre oplag er relativt høj og senest er steget med 20 %.

Afslutningsvis peger udvalget på, at afskaffelse af de faste priser risikerer at få miljømæssige konsekvenser pga. sammenhængen med retursystemet.

Det anbefales derfor, at ordningen med faste priser fastholdes.

Bilag 6: Oversigt over oplægsholdere

Mediestøtteudvalget har i forbindelse med drøftelsen af den fremtidige offentlige mediestøtte haft følgende eksterne oplægsholdere til at give inspiration og yderligere indsigt i området:

- *Morten Kromann-Larsen, Director, TNS Gallup, og Carsten Andreasen, medieforsker, DR Medieforskning, om danskernes brug af medier generelt og på tværs af de forskellige medieplatforme.*
- *Trine Bille, Lektor, Copenhagen Business School, om danskernes medievaner ud fra et demografisk og et demokratisk perspektiv.*
- *Jonas Hemmingsen, administrerende direktør, Mediacom, om internationale tendenser, nye markedsmodeller, teknologier, finansieringsmuligheder og tendenser hvad angår annoncemarkedet fra 2010 til 2020.*
- *Christian Nissen, selvstændig konsulent, tidligere generaldirektør i DR og tidligere formand for EBU's digitale strategigruppe, med eksempler på, hvordan de licensfinansierede radio- og tv-stationer forholder sig til udviklingen.*
- *Lisbeth Knudsen, Koncernchef og Ansvarshavende chefredaktør, Berlingske Media, med eksempler på, hvordan en bladkoncern forholder sig til udviklingen.*
- *Kammeradvokaten Karsten Hagel-Sørensen om EU's statsstøtteregler.*
- *Anker Brink-Lund, professor, dr.phil., om den journalistiske fødekæde, herunder hvilke refleksioner der er blevet gjort under og efter udarbejdelsen af mediestøtteudredningen, samt en nærmere gennemgang af meriteringsscenariet i udredningen.*
- *Erik Nordahl Svendsen, selvstændig konsulent, om udvalgte mediestøtteordninger i andre lande.*
- *Morten Kromann-Larsen, Director, TNS Gallup, om danskernes brug af smartphones og tablets.*
- *Aslak Gottlieb, uddannelsesvejleder, Avisen i Undervisningen, om 12-19-åriges avisvaner.*
- *Kirsten Drotner, professor, dr.phil., Syddansk Universitet, om 13-23-årige danskeres brug af medier og museer og sammenhængen herimellem. Oplægget var målrettet medieforbruget.*
- *Kaspar D. Lindhardt, sekretariatsleder, Styrelsen for Bibliotek og Medier, om digital radiostrategi.*

Bilag 7: Høringen om den fremtidige offentlige mediestøtte

Mediestøtteudvalget sendte den 10. marts 2011 et høringsoplæg om den fremtidige offentlige mediestøtte ud til en række interessenter.

Udvalget opfordrede interessenterne til at fremkomme med synspunkter og idéer til udvikling af den danske mediestøtte, som kunne anvendes i udvalgets videre arbejde med modeller til brug for den kommende rapport om den offentlige mediestøtte, som udvalget skal fremlægge for kulturministeren senest den 1. oktober 2011.

Der blev afgivet 39 høringssvar.

Nedenfor oplistes høringsparterne. Høringssvarene kan ses på www.bibliotekogmedier.dk.

Interessenter med bemærkninger:

- Altinget.dk
- Avisen.dk
- Dagbladet Information og Kristeligt Dagblad
- Dansk Filmjournal
- DI
- Dansk Journalistforbund
- Dansk Magasinpresses Udgeverforening (DMU)
- Danske Dagblades Forening
- Danske Døves Landsforbund og Høreforeningen
- Danske Handicaporganisationer
- Danske Specialmedier
- Danske Videnskabs Redaktører (DVR)
- De Samvirkende Købmænd
- Den2radio
- Den Kristne Producent Komite
- Digitale Publicister
- Dknyt
- DR
- Egmont
- Favrskov NetTV
- Forbundet Kommunikation og Sprog
- Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM)
- Foreningen for Undersøgende Journalistik (FUJ)
- ISOBRO
- Lastbil Magasinet
- Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling
- Samarbejdsforum for danske Lytter- og Seerorganisationer (SLS)
- Sendesamvirket Kanal Østjylland
- TV 2 Regionerne
- TV 2/Danmark A/S.

Interessenter uden bemærkninger:

- Danmarks Vækstråd
- Erhvervs- og Selskabsstyrelsen
- Forbrugerombudsmanden
- Forbrugerrådet
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
- Radio- og tv-nævnet
- Socialministeriet
- Transportministeriet
- Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Høringslisten i alt:

- Akademikernes Centralorganisation
- Altinget.dk
- Avisen.dk
- Beskæftigelsesministeriet
- Bonnier Publications A/S
- Boxer TV A/S
- Brancheforum Digitale Medier (BDM)
- Branchen Forbruger Elektronik (BFE)
- Canal Digital Danmark A/S
- Copydan
- Danmarks Lokal-Tv Forening
- Danmarks Vækstråd
- Dansk Annoncørforening (DAF)
- Dansk Blindesamfund
- Dansk Erhverv
- Dansk Journalistforbund
- Dansk Magasinpresses Udgifterforening (DMU)
- Dansk Student Tv Forening
- Danske Dagblades Forening
- Danske Døves Landsforbund
- Danske Handicaporganisationer
- Danske Idébaserede Lokale Elektroniske Medier (DILEM)
- Danske Mediers Forum
- Danske Specialmedier
- De regionale TV-2 virksomheder
- De Samvirkende Købmænd
- Den Kristne Producent Komitee/Kristen Producentkomité (DKPK/KPK)
- Den2radio
- Det Centrale Handicapråd
- Det Danske Filminstitut (DFI)
- Det Ny Public Serviceråd
- DI
- Digitale Publicister
- Dknyt
- DR
- Erhvervs- og Selskabsstyrelsen
- Finansministeriet
- Forbrugerombudsmanden
- Forbrugerrådet
- Forenede Danske Antenneanlæg (FDA)
- Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM)

- Foreningen af Danske Kulturtidsskrifter
- Ugeaviserne
- Danske Videnskabs Redaktører (DVR)
- Gramex
- Høreforeningen
- ISOBRO
- IT- og Telestyrelsen
- IT-Branchen
- Justitsministeriet
- KODA
- KL
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
- Kulturministeriet
- Landsorganisationen i Danmark (LO)
- Ligestillingsafdelingen
- MetroXpress A/S
- Ministeriet for Flygtninge, Indvandrere og Integration
- Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling
- Modern Times Group A/S (MTG)
- Producentforeningen
- Radio- og tv-nævnet
- Radioerne – publicistiske radio- og tv-stationer
- Samarbejdsforum for danske Lytter- og Seerorganisationer (SLS Forum)
- Sammenslutningen af lokale radio- og tv-stationer i Danmark (SLRTV)
- Sammenslutningen Af Medier i Lokalsamfundet (SAML)
- SBS Radio A/S
- SBS TV A/S
- Skatteministeriet
- Socialministeriet
- Statsministeriet
- Stofa A/S
- TDC
- Telenor
- Telia
- Teracom A/S
- Transportministeriet
- TV 2/Danmark A/S
- Yousee A/S
- Økonomi- og Erhvervsministeriet
- Undervisningsministeriet
- 180Grader.dk
- 3 (Hi3G Denmark ApS).

Bilag 8: Oversigt over undersøgelser anvendt i udvalgsarbejdet

Mediestøtteudvalget har i forbindelse med drøftelsen af den fremtidige offentlige mediestøtte hentet inspiration fra en række undersøgelser. En del er angivet i kildehenvisninger i selve rapporten. Herudover har udvalget haft følgende undersøgelser til rådighed:

- Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte, 2009
- Medieudviklingen 2010, DR Medieforskning
- Public Media Around The World, Rodney Benson og Matthew Powers (2009)
- The Reconstruction of American Journalism – Leonard Downie, Jr. og Michael Schudson (2009)
- Den norske mediestøtte (2010)
- VAT Rates Applied in the Member States of the European Union (2011)
- Unge avislæsere, Marianne Bugge Zederkof og Aslak Gottlieb (2011)
- Unges medie- og museumsbrug: sammenhæng og perspektiver, Christian Kobbernagel, Kim Christian Schrøder og Kirsten Drotner (2011)
- Mobile Devices – en undersøgelse fra Index Danmark/TNS Gallup (2011)
- Demokrati og valgret 2010 – TNS Gallup/Dansk Ungdoms Fællesråd
- Towards a typology of cross-media news consumption: a qualitative-quantitative synthesis, Kim Christian Schrøder og Christian Kobbernagel (2010)
- Facebook giver unge politisk viden, udarbejdet af TNS Gallup for Dansk Ungdoms Fællesråd (2010)
- Medier og politik, udarbejdet af TNS Gallup for Dansk Ungdoms Fællesråd (2010).

Bilag 9: Oversigt over mediestøttemodelle

Kriterier for støtte	Platformsspecifik	Delvis platformsnøtral	Platformsnøtral				
Redaktionel støttestøtte: Adgangskriterier	Trykte medier ¹⁰⁵	Fællespulje for Trykte og IP-baserede medier	<table border="1"> <tr> <td>Fællespulje for alle medietyper</td> </tr> <tr> <td> <table border="1"> <tr> <td>Kommerciel</td> <td>Ikke kommerciel</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	Fællespulje for alle medietyper	<table border="1"> <tr> <td>Kommerciel</td> <td>Ikke kommerciel</td> </tr> </table>	Kommerciel	Ikke kommerciel
Fællespulje for alle medietyper							
<table border="1"> <tr> <td>Kommerciel</td> <td>Ikke kommerciel</td> </tr> </table>	Kommerciel	Ikke kommerciel					
Kommerciel	Ikke kommerciel						

¹⁰⁵ Gælder ikke ideelle blade.

	<p>Støtte kan alene søges til trykte medier</p> <p>Mediet skal have en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.</p> <p>Publikationen skal henvejes sig til en bred kreds af læsere og må ikke alene være rettet mod bestemte erhvervs- eller faggrupper, medlemmer af arbejds giver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, enkelte politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner.</p> <p>Mediet skal bedrive nyhedsformidling. Udgivelse af uafhængig journalistisk nyhedsformidling af egenproduceret redaktionelt indhold skal være det primære formål med støttemodtagerens virksomhed.</p> <p>Mediet skal være uafhængigt, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.1.</p> <p>Mediet skal periodisk, svarende til mindst 10 gange årligt, udbrede indholdet til offentligheden, hvor alle principielt kan opnå adgang til informationerne – eventuelt mod betaling.</p> <p>Redaktionen skal have en tilstrækkelig kritisk masse til at sikre et fagligt redaktionelt miljø, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.2.</p> <p>Mindst halvdelen af publikationens indhold skal være redaktionelt stof, det vil sige ikke annoncer, i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.</p> <p>Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske og samfundsrelaterede emner, jf. afsnit 6.3.2.1.</p> <p>Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være egenproduceret, idet det forudsættes, at egenproduktion bidrager til originalitet, jf. diskussionen under afsnit 6.3.2.1.</p> <p>Udgivelserne skal kunne leveres i hele landet til samme pris for samme publikation og på samme platform. Grønland og Færøerne er ikke omfattet.</p>	<p>De IP-baserede medier skal opfylde tilsvarende kriterier for støtte som dagblade og dagblads lignende publikationer. Derudover kan tilføjes: Støtten tildeles udelukkende IP-baserede medier.</p> <p>Der stilles krav om, at IP-baserede medier skal have en betydelig og regelmæssig egenproduktion af redaktionelt indhold.</p> <p>Ved bedømmelsen af, om et IP-baseret medie lever op til kravet om en betydelig egenproduktion, henvises til de under 7.3.1 anførte krav til dagblade og dagblads lignende publikationer, ifølge hvilke mindst halvdelen af indholdet skal være redaktionelt stof, og en tredjedel heraf skal være egenproduceret.</p> <p>Kravet må imidlertid vurderes ud fra de IP-baserede mediers særlige karakter.</p> <p>Kravet om andelen af egenproduceret indhold medfører behov for at fastlægge særlige opgørelses- og kontrolmetoder for IP-baserede medier, der under hensyntagen til deres vilkår sikrer opfyldelsen af indholdskravene. De støttede medier skal dokumentere den produktion, der er sket i forbindelse med en af kontrolinstansen udvalgt udgivelse. Dokumentationen vurderes i forhold til de anførte krav til dagblade og dagblads lignende publikationer, jf. afsnit 6.3.2.1.</p> <p>Kravet om regelmæssig publicering forstås som daglig, ugentlig eller som minimum månedlig publicering af nyt redaktionelt indhold. Der henvises i den forbindelse til det under 7.3.1.1. anførte krav til dagblade og dagblads lignende publikationer om minimum 10 årlige udgivelser.</p>	<p>Samme kriterier som ved platformsspecifik pulje for alle medietyper, der forenkler ansøgninger til tværmediale projekter på tværs af medietyper.</p> <p>Produktion af ikke-redaktionelt indhold støttes ikke gennem disse ordninger.</p> <p>Samme kriterier som ved platformsspecifik men i stedet for to separate puljer en fællespulje, der forenkler ansøgninger til tværmediale projekter indenfor tryk og IP-baseret</p>	<p>Adgangs- og udmålingskriterier afventer et eventuelt udvalgsarbejde.</p>
--	---	---	--	---

<p>Redaktionel produktions- støtte: Udmålingskrite- rier</p>	<p>Støtten uddeles med udgangspunkt i omfanget af den totale redaktionelle indsats anvendt til produktion af redaktionelt indhold. Støtten kan ikke udgøre et beløb, der er større end 35 % af beløbet anvendt til den totale redaktionelle indsats.</p> <p>Støtten kan på udgiverniveau ikke udgøre mere end 20 % af den samlede produktionsstøtte under hovedordningen og kan på titelniveau ikke udgøre mere end 20 mio. kr. årligt i total direkte mediestøtte.</p> <p>Støtten kan på udgiverniveau ikke overstige 110 % af distributionsstøtten i 2011. Niveaueet af distributionsstøtte i 2011 fungerer som benchmark for den maksimale støtte under produktionsstøtteordningen, jf. i øvrigt diskussionen under afsnit 6.3.5 om støtteløfter samt redegørelsen i bilag 4a og 4b.</p>			<p>Adgangs- og udmålingskriterier afventer et eventuelt udvalgsarbejde.</p>
<p>Produktions- støtte: Supplements- ordning adgangs- og indholds- kriterier</p>	<p>Trykte medier</p>	<p>IP-baserede medier</p>	<p>Samme kriterier som for den platformsspecifikke ordning fortsat med tre separate puljer</p>	<p>Ingen supplementsordning</p>

	<p>Berettigede skal opfylde betingelserne for at opnå støtte under hovedordningen.</p> <p>Støtte kan ydes til:</p> <p>a) Mindre, landsdækkende dagblade, hvis samlede oplag er under 40.000 eksemplarer dagligt.</p> <p>b) Små, lokalt forankrede dagblade, hvor hovedparten af det redaktionelle stof udgøres af omtale af lokale forhold og lokal debat, samt dagbladslignende publikationer. Dagbladet skal enten tildeles mindre støtte under hovedordningen, end bladet samlet fik i distributionsstøtte i det senest opgjorte år (PL-reguleret), eller være en dagbladslignende publikation, der tildeles støtte under hovedordningen, som udgør mindre end 10 % af den redaktionelle indsats.</p> <p>Mindst 75 % af publikationens indhold skal være redaktionelt stof i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.</p> <p>Mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal være egenproduceret</p>	<p>Berettigede skal opfylde betingelserne for at opnå støtte under hovedordningen.</p> <p>Ansøger skal være kommercielle, fritstående IP-medier, som opfylder adgangskravene for at få del i produktionsstøtten til IP-baserede medier.</p> <p>Udgiver må ikke få enten direkte eller indirekte støtte til et trykt medie.</p> <p>Mindst 75 % af publikationens indhold skal være redaktionelt stof i form af artikler med videre inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.</p> <p>Mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal være egenproduceret</p>		
--	---	---	--	--

Produktionsstøtte: Supplementordning udmålingskriterier	Trykte	IP-baserede		Ingen
	<p>a) Støtten udmåles i forhold til spændet mellem støtten under den nye ordning og støtten i det senest opgjorte år under distributionsstøtteordningen.</p> <p>Den samlede støtte fra hoved- og supplementordningen kan dog aldrig udgøre mere end 100 % af bladenes redaktionelle indsats.</p> <p>b) Modtagere af støtte under denne del af supplementordningen vil kunne få del i midlerne enten i forhold til nedgangen i deres tilskud sammenlignet med 2011 eller i forhold til spændet mellem støtteprocenten af den redaktionelle indsats og den gennemsnitlige støtteprocent i den sammenlignelige gruppe.</p> <p>Den samlede støtte fra hoved- og supplementordningen kan dog aldrig udgøre mere end 100 % af bladenes redaktionelle indsats.</p>	<p>Supplementordningen udmåles efter samme kriterier som i hovedordningen, dvs. på baggrund af den redaktionelle indsats. Den samlede støtte fra hoved- og supplementordningen kan dog aldrig udgøre mere end 50 % af den redaktionelle indsats.</p>	<p>Støtte udmåles på samme måde som for den platformsspecifikke model.</p>	<p>Ingen</p>

<p>Innovation: Etablering adgangs- kriterier</p>	<p>støtte kan alene søges til trykte medier.</p> <p>Ansøger skal indsende projektbeskrivelse, projektplan, finansieringsplan, herunder oplysninger om faktiske økonomiske forhold, budget samt en konkret markeds- og risikovurdering.</p> <p>Etableringsstøtte kan søges til opstart af nye selvstændige virksomheder (med eget CVR-nr.).</p> <p>Udgivelse af uafhængig journalistisk nyhedsformidling af originalt, egenproduceret redaktionelt indhold skal være det primære formål med støttemodtagerens virksomhed.</p> <p>Mediet skal planlægge at udbrede indholdet mindst 10 gange årligt, hvor det principielt er tilgængeligt for alle – eventuelt mod betaling.</p> <p>Eksisterende medievirksomheder kan ikke søge etableringsstøtte til nye medievirksomheder, hvis de ejer en majoritet af selskabet.</p> <p>Mediet skal inden for en kortere tidsperiode udpege en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er beføjet til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.</p> <p>Støtte kan alene tildeles kommercielle projekter.</p> <p>Ansøger skal have en driftsplan, der kan sandsynliggøre projektets levedygtighed også efter ophørt etableringsstøtte, samt redegøre for, at projektet opfylder formålet med og kriterierne for at få støtte.</p> <p>Etablering kan ikke støttes længere end i en 3-årig periode.</p> <p>Der skal være mindst 2 redaktionelle medarbejdere, inkl. den ansvarshavende redaktør, i projektperioden.</p> <p>Ansøger må gerne samarbejde med andre medievirksomheder, men disse må ikke have en majoritetsandel i projektet.</p>	<p>Samme kriterier som for trykte medier, med eneste undtagelse af, det alene er IP-baserede medier, der kan ansøge.</p>	<p>Samme kriterier som for platformsspecifik, men med en samlet fællespulje til alle medietyper</p>	<p>Samme kriterier som for platformsspecifik, men med en samlet fællespulje til alle medietyper</p>
---	--	--	---	---

<p>Innovation: Etablering udmålingskrite rier</p>	<p>Støtten skal uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i ansøgning om et konkret beløb.</p> <p>Ansøgning kan ske fire gange årligt. Eventuelle ubrugte midler overføres til næste ansøgningsrunde, og ansøgere, der ikke opnår støtte – i tilfælde af for mange ansøgninger til, at alle kan imødekommes – kan genansøge i det efterfølgende kvartal.</p> <p>Medienævnet har mulighed for at prioritere de indsendte ansøgninger, eksempelvis vurderet ud fra ansøgnernes økonomiske behov i form af overskudsgrad i kvartalsregnskaber fra seneste kvartal og samme kvartal i året før.</p> <p>Støtte tildeles til planlægning, forundersøgelse, fysisk etablering samt indledende driftstilskud. Størrelsen af støtten udmåles efter konkret vurdering af behov efter ansøgning om et konkret beløb.</p> <p>Forundersøgelserne kan støttes med op til 75 % af de faktisk afholdte nødvendige udgifter, mens fysisk etablering og driftstilskud kan støttes med mellem 40 % og 60 %, afhængigt af en konkret vurdering af udgiftsniveauet</p>	<p>Der etableres en særlig pulje til etablering af IP-baserede medier med samme kriterier som for trykte medier</p>	<p>Der etableres en fælles pulje til etablering af trykte og IP-baserede medier med samme kriterier som i den platformsspecifikke model</p>	<p>Der etableres en fælles pulje til etablering af alle medietyper med samme kriterier som i den platformsspecifikke model</p>
---	--	---	---	--

	<p>rettet mod børn og unge kan dog efter en konkret vurdering støttes med op til 75 % af alle de nævnte udgiftstyper.</p> <p>Etableringsstøtten kan ydes i form af eksempelvis kvartalsvise driftsbeløb for at begrænse statens risiko. Støttemodtagere skal årligt rapportere projektets fremgang i en redegørelse.</p>			
<p>Innovation: Udvikling og</p>	<p>Trykte medier</p>	<p>IP-baserede medier</p>		

<p>Omstilling adgangs- kriterier</p>	<p>Støtte kan alene søges til trykte medier, der opfylder adgangskriterierne i produktionsstøtteordningen (hovedordningen), dog skal bladet kun have mindst 2 redaktionelle medarbejdere, jf. nedenfor. Støtte kan ikke tildeles statsligt ejede eller offentligt finansierede institutioner. Ansøger skal indsende projektbeskrivelse, projektplan, finansieringsplan, herunder oplysninger om faktiske økonomiske forhold, budget samt en konkret markeds- og risikovurdering.</p> <p>Støtte kan søges til projekter, der har til formål at fastholde, forbedre eller udvikle spredning af redaktionelt indhold. Særligt støtteværdige er projekter, der retter sig mod grupper, det er vanskeligt at nå gennem den almindelige nyhedsformidling.</p> <p>Mediet skal have en ansvarshavende redaktør, forstået som den, der er befuldmægtiget til at træffe endelig afgørelse om mediets indhold og om, hvorvidt mediet skal følge professionelle og etiske normer for journalistik.</p> <p>Støtte tildeles alene kommercielle medievirksomheder.</p> <p>Projektet skal have en egenfinansiering på mindst 60 % for virksomheder, der ikke er i økonomiske vanskeligheder, og på mindst 25 % for virksomheder, der dokumenterbar er i økonomiske vanskeligheder. Med virksomheder menes den samlede økonomiske enhed i Danmark, som mediet indgår i – f.eks. koncerner. Egenfinansieringsniveauet kan tilpasses ved projekter af særlig interesse, herunder særligt projekter rettet mod børn og unge.</p>	<p>Der etableres en særlig pulje til udvikling og omstilling for IP-baserede medier. Derudover er det samme kriterier som for trykte medier.</p>	<p>Samme kriterier som for den platformsspecifikke model, med den undtagelse, at der er tale om en fællespulje til alle medletyper</p>	<p>Samme kriterier som for den platformsspecifikke model, med den undtagelse, at der er tale om en fællespulje til alle medletyper</p>
---	--	--	--	--

<p>Innovation: Udvikling og omstilling udmåling</p>	<p>Trykte medier</p>	<p>IP-baserede medier</p>	<p>Samme som for den platformsspecifikke model, med den undtagelse, at der er tale om en fællespulje til alle medietyper</p>
<p>Innovation: Sanering adgangskriterier</p>	<p>Støtten skal uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i ansøgning om et konkret beløb. Ansøgning kan ske fire gange årligt. Eventuelle ubrugte midler overføres til næste ansøgningsrunde, og ansøgere, der ikke opnår støtte – i tilfælde af for mange ansøgninger til, at alle kan imødekommes – kan genansøge i det efterfølgende kvartal. Medienævnet har mulighed for at prioritere de indsendte ansøgninger, eksempelvis vurderet ud fra ansøgnernes økonomiske behov i form af overskudsgrad i kvartalsregnskaber fra seneste kvartal og samme kvartal i året før. Saneringsstøtte kan alene tildeles kommercielle medier. Mediet skal opfylde adgangskriterierne for støtte fra hovedordningen. Saneringsstøtte kan tildeles efter specifik behovsvurdering i nævnet. Saneringsstøtten skal søges med begrundet beskrivelse af, hvorfor saneringsstøtte er nødvendig for at sikre mediets umiddelbare overlevelse, samt hvordan saneringsstøtten kan medvirke til, at mediet undgår lukning. Ansøgning indsendes med tidsplan samt overvejelse om muligheden for udviklings- og omstillingsstøtte til at sikre en mulig fremtidigt bæredygtig medievirksomhed. Saneringsstøtte kan alene tildeles ved akut behov.</p>	<p>Samme som for den platformsspecifikke model, med den undtagelse, at der er tale om en fællespulje til de trykte og IP-baserede medier</p>	<p>Samme som for den platformsspecifikke model, med den undtagelse, at der er tale om en fællespulje til alle medietyper</p>

<p>Innovation: Sanering udmålingskriterier</p>	<p>Støtten kan søges hele året.</p> <p>Støtten uddeles efter konkret faglig vurdering i et medienævn med udgangspunkt i en ansøgning.</p>
<p>Distribution af ideelle blade: Adgangskriterier</p>	<p>Adgangskriterier er fælles for platformsspecifik og delvis platformneutral model</p> <p>Publikationen skal udgives mindst to gange årligt.</p> <p>Publikationens indhold skal ligge inden for følgende emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almennyttige eller almenvelgørende emner • Humanitære organisationers virke • Undervisning og skoleforhold • Idræt • Kunst og kultur • Mijjøj • Religiøse emner. <p>Selvom bladets hovedindhold falder inden for et af ovennævnte emner, kan der ikke ydes tilskud, hvis bladet ligger inden for følgende kategorier:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blade udgivet af institutioner, organisationer, myndigheder eller virksomheder, hvis løbende drift overvejende (75 % og derover) finansieres af offentlige midler. • Ugeblade og magasiner, dvs. blade af enhver art, som udgives af professionelle forlag og udgiverne med et kommercielt formål, samt blade udgivet med henblik på markedsføring eller branding af virksomheder, produkter eller ydelser, medmindre der er tale om blade, der udsendes til indehavere af årskort, foreningsmedlemskort o.l., til kulturelle institutioner o.l. • Erhvervsfaglige blade, dvs. blade udgivet med henblik på en bestemt erhvervsfaggruppe eller udøvere af et bestemt erhverv eller for at informere om et bestemt erhverv, samt blade, som retter sig mod en bestemt interessegruppe, der har en væsentlig fælles interesse af økonomisk karakter, såsom grundejerforeninger og lejerforeninger. Publikationer, der udgives med henblik på rent faglig information inden for et bestemt erhverv uden at beskæftige sig med emner af fagpolitisk eller økonomisk karakter, kan dog modtage støtte. • Fagforeningsblade, dvs. blade udgivet af fagforeninger og faglige sammenslutninger, der har en væsentlig fælles interesse af økonomisk karakter. Publikationer, der udgives med henblik på rent faglig information inden for et bestemt erhverv uden at beskæftige sig med emner af fagpolitisk eller økonomisk karakter, kan dog modtage støtte. • Videnskabelige blade, dvs. blade udgivet af offentlige og private forskningsinstitutioner med henblik på at præsentere eller informere om disses forskning.

Nedlægges og overføres til produktionsstøttepulje for ikke-kommercielle medier

	<p>præsenterer eller informere om hobbyprægede aktiviteter, bortset fra egentlig idræt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politiske blade, dvs. blade udgivet af politiske partier, sammenslutninger og foreninger, herunder disses lokalforeninger. 	
<p>Distribution af ideelle blade: Udmålingskriterier</p>	<p>Tilskudsandelen udregnes i forhold til antallet af tilskudsberettigede eksemplarer.</p> <p>Et tilskudsberettiget eksemplar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribueres i trykt form i Danmark eller fra Danmark til Færøerne og Grønland. • Distribueres via forsendelse – dvs. via postvæsen eller anden distribution, som udgiver betaler for. Udgifterne til distributionen skal kunne dokumenteres. • Distribueres i abonnement eller til betalende medlemmer af foreninger, organisationer mv., idet der med betalende medlemmer forstås personer, der: <ul style="list-style-type: none"> • Er kontingentbetalere • Har doneret bidrag i form af værdigenstande, blod, organer, kollekt mv. • Har fadderskab • Leverer arbejdsydelse til foreningen. <p>Støtten kan ikke overstige udgifterne til distribution.</p> <p>Ved udmålingen af støtten bør der tages særligt hensyn til blade, der distribuerer under 5000 eksemplarer pr. nummer. Det sker ved, at en del af puljen reserveres til et ekstra tilskud til de små blade, der opfylder betingelserne under hovedpuljen.</p>	<p>Nedlægges og overføres til produktionsstøttepulje for ikke-kommercielle medier</p>