

juli 2024

Vejledning til ansøgning om støtte til publicistiske magasiner i tilskudsåret 2024

I det følgende kan I finde vejledning til at udfylde ansøgningsskemaet til Magasinpuljen 2024, som findes på Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside.

Nummereringen nedenfor refererer til rækkefølgen af de enkelte faneblade i ansøgningsblanketten. Der er i alt otte faner. Hvert faneblad indeholder en række felter, der skal udfyldes. De første seks faner skal udfyldes af jer, mens de to sidste er kvitteringsoplysninger og en opsummering.

Bemærk, at kvittering for indsendelse af ansøgning skal downloades manuelt ved indsendelse af ansøgning. Det er således ikke muligt at få tilsendt kvitteringen på mail.

Har I spørgsmål til, eller oplever I problemer med at udfylde ansøgningsblanketten, kan I altid henvende jer til Mediekontoret i Slots- og Kulturstyrelsen på tlf. 33 73 33 28 eller på e-mail til mediestotte@slks.dk.

Fane 1: Oplysninger om ansøger (juridisk ansvarlig)

Oplys magasinets ejers/udgivers CVR-nr. samt Produktionsnummer/P-nr.

Når CVR-nr. er indtastet, henter blanketten automatisk de tilhørende adresseoplysninger. Tjek, om de stemmer overens med navn og adresseoplysninger på magasinets udgiver/ejer, og ret i felterne, hvis nødvendigt.

Fane 2: Kontaktoplysninger

Oplys ansøgningens kontaktperson samt kontaktpersonens telefonnummer og e-mailadresse.

Kontaktpersonen er den person hos udgiver/ejer, der har kendskab til ansøgningen, og som Slots- og Kulturstyrelsen kan rette henvendelse til i forbindelse med ansøgningen. Al korrespondance fra Slots- og Kulturstyrelsen og Medienævnet vedr. ansøgningen, herunder svar på ansøgningen, vil være stilet til kontaktpersonen og sendt til dennes e-mail.

Det er vigtigt, at den oplyste e-mailadresse er korrekt, og at I altid oplyser Slots- og Kulturstyrelsen om ændringer i e-mailadressen, da I ellers risikerer at gå glip af vigtig information vedrørende produktionsstøtten.

Fane 3: Generelle oplysninger om det publicistiske magasin

Angiv det publicistiske magasins navn.

Oplys navnet på det publicistiske magasin, der søges om tilskud til.

Vær opmærksom på, at der kun ydes tilskud til selvstændige magasiner.

Hvad forstås der ved at magasinet skal være et selvstændigt publicistisk magasin?

Med selvstændige magasiner menes også magasiner, der udkommer på flere platforme, men som i sin helhed fremstår som ét magasin. Ved vurderingen af, om et magasin er selvstændigt, lægger Medienævnet blandt andet vægt på, at:

- magasinet har en selvstændig chefredaktion,
- magasinets redaktionelle stof har en specifik og selvstændig værdi for magasinet,
- magasinet har et selvstændigt brand, og
- magasinet kan abonneres på særskilt.

Ingen af ovenstående parametre er dog i sig selv ekskluderende i forhold til, om der er tale om ét eller flere magasiner.

Hvis den konkrete vurdering af parametrene ikke peger på et entydigt resultat, men nogle taler for og andre imod at anse ansøgermagasinet som selvstændigt, lægger Medienævnet vægt på, om magasinet fremtræder frigjort fra udgiverens øvrige udgivelser.

Heri indgår bl.a. en vurdering af, om magasinet har selvstændigt navn, domænenavn og visuelt udtryk, og om der gennem magasinet kan købes abonnement til andre af udgiverens magasiner.

Det tages desuden i betragtning, hvordan magasinet fremtræder i struktur og layout, hvilke indgange der er til magasinet, om magasinet har et selvstændigt brand, og om et digitalt magasin i sit tekniske set up fremstår som et selvstændigt magasin, der er frigjort fra udgiverens øvrige domæner.

Angiv om magasinet i indeværende tilskudsår modtager anden mediestøtte.

Her skal I ved afkrydsning angive, om magasinet i indeværende tilskudsår modtager anden mediestøtte.

Magasiner, der ansøger om støtte fra Magasinpuljen, kan ikke samtidig modtage redaktionel produktionsstøtte, etableringsstøtte fra Innovationspuljen, støtte fra Ugeavispuljen eller Bladpuljen i henhold til henholdsvis lov om mediestøtte og lov om distributionstilskud til visse periodiske blade og tidsskrifter.

Angiv om magasinet har en ansvarshavende redaktør og navnet på denne.

Oplys, om magasinet har en ansvarshavende redaktør og i bekræftende fald, hvad navnet på denne er.

Angiv om magasinet på ansøgningstidspunktet er omfattet af Pressenævnets kompetence eller anmeldt hos Pressenævnet.

Her skal I ved afkrydsning angive, om magasinet er omfattet af Pressenævnets kompetence eller er anmeldt til Pressenævnet på ansøgningstidspunktet. Det er en betingelse for at få mediestøtte, at magasinet er omfattet af Pressenævnets kompetence.

Aviser, dagblade, ugeblade, distriktsblade, fagblade og andre danske periodiske skrifter, der udkommer på print, er automatisk omfattet af Pressenævnets kompetence.

Digitale og sociale medier, herunder mediers profiler på sociale medier, er kun omfattet af Pressenævnets kompetence, hvis de har anmeldt sig til Pressenævnet.

På Pressenævnets hjemmeside kan man se, om magasinet er anmeldt. Hvis det ikke er tilfældet, kan I anmelde det på hjemmesiden.

Angiv hvilken/hvilke platforme magasinet udkommer på.

Angiv alle de platforme magasinet udkommer på. Udkommer magasinet på en eller flere platforme, der ikke er nævnt i blanketten, vælges "Andet", og det oplyses i tekstfeltet, hvilke platforme, der er tale om.

Udkommer magasinet på mere end én platform, angiv da om indholdet på alle platforme overvejende er ens.

Såfremt magasinet udkommer på mere end én platform, skal I her angive, om indholdet er overvejende ens på alle platforme.

Indholdet behøver ikke at være identisk på tværs af platforme for at være overvejende ens. Med overvejende ens menes, at mængden og arten af redaktionelt stof på de forskellige platforme i al væsentlighed er ens, og om omfanget af selvstændigt journalistisk bearbejdet indhold også er overvejende ens på tværs af alle platforme.

Angiv hvilken platform, der er magasinets hovedplatform.

Her angives, hvilken platform der er magasinets hovedplatform.

Ved magasinets hovedplatform forstås den platform, som I anser som den væsentligste platform. Med væsentligste kan både forstås, at det er den platform, hvorpå et magasin når ud til flest læsere - og at det f.eks. er den platform, der indtægtsmæssigt anses for at være den vigtigste.

Er det publicistiske magasins hovedplatform digitalt, kan I desuden indsætte et link til det / de sites, den dækker over.

Fane 4: Yderligere oplysninger om det publicistiske magasin

Angiv antal udgaver/versioner pr. år.

Angiv, hvor ofte magasinet udkommer i en ny udgave.

Bemærk, at det er en betingelse for at opnå tilskud, at magasinet udkommer i ny udgave minimum 6 gange årligt.

Hvad forstås ved udkommer i ny udgave?

Ved 'udkommer i ny udgave' forstås en trykt udgivelse eller en digital version af magasinet, som stilles til rådighed for brugerne, og som indeholder mindst 10 nye artikler i form af redaktionelt stof, der adskiller sig fra tidligere publicerede artikler i magasinet.

Det vil eksempelvis sige, at en trykt udgave eller digital version med 8 nye artikler som udgangspunkt ikke vil kunne tælles med i opgørelsen af antal nye udgaver/versioner pr. år.

En trykt udgave eller digital version, som ikke indeholder mindst 10 nye artikler, kan dog alligevel tælles med som en ny udgave, hvis den sammen med den foregående og den efterfølgende udgave/version i gennemsnit har 10 eller flere nye artikler. Magasinet skal dog fortsat have 6 nye udgaver årligt.

Beskriv magasinets udgivelsesfrekvens.

Beskriv, hvad en udgave /version består af.

En ny udgave/version kan eksempelvis bestå af artikler, nyhedsbreve, videoer mv.

Angiv om magasinet er ejet helt eller delvist af offentlige institutioner eller af offentligt finansierede selskaber eller lignende.

Oplys her, hvorvidt magasinet er ejet helt eller delvist af offentlige institutioner eller af offentligt finansierede selskaber eller lignende.

Der kan ikke ydes støtte til medier, der ejes helt eller delvist af offentlige institutioner eller af offentligt finansierede selskaber, uanset ejerandelens størrelse.

Et selskab betragtes som offentligt finansieret, hvis den offentlige støtte udgør 50 procent eller mere af den samlede drift. Derimod indgår f.eks. udviklingsstøtte fra Medienævnet samt ekstraordinære projektilskud, der ikke er givet til drift, ikke i beregningen af procentandelen af den offentlige støtte.

Bestemmelsen er i øvrigt ikke udtømmende, og der kan dermed være andre finansieringsforhold, hvor det er åbenbart, at der er tale om en offentlig institution eller et offentligt finansieret selskab. Det er Medienævnet, der træffer afgørelsen i sådanne tilfælde.

Hvis der svares "Ja" til dette spørgsmål, skal magasinets ejerforhold beskrives nærmere inkl. procentangivelser af de forskellige ejerandele.

Angiv om magasinet alene er rettet mod eller kan det publicistiske magasin alene tilgås af bestemte erhvervs- og faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver, arbejdstager- eller brancheorganisationer, politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner m.v.

Her angives ved afkrydsning, om magasinet alene er rettet mod eller alene kan tilgås af bestemte erhvervs- og faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver, arbejdstager- eller brancheorganisationer, politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner mv.

Der kan ikke ydes støtte til magasiner, der alene er rettet mod eller alene kan tilgås af de ovenfor nævnte grupper.

Angiv om magasinets indhold i overvejende grad er automatisk genereret uden egentlig selvstændig redaktionel behandling.

Her skal I oplyse, om magasinets indhold i overvejende grad er automatisk genereret uden egentlig selvstændig redaktionel behandling. Det vil være tilfældet, hvis indholdet hovedsageligt eller i større grad end det øvrige indhold er automatisk genereret.

Såfremt I svarer ja til dette spørgsmål, skal I redegøre for, hvordan det automatisk genererede indhold udarbejdes.

Hvis magasinets indhold i overvejende grad er automatisk genereret uden selvstændig redaktionel behandling, kan magasinet ikke opnå tilskud.

Angiv om magasinet har anden interessefremmende karakter såsom lokale turisme- og erhvervsblade eller publikationer fra foreninger og organisationer.

Her angives, om magasinet har anden interessefremmende karakter såsom lokale turisme- og erhvervsblade eller publikationer fra foreninger og organisationer.

Hvis magasinet har anden interessefremmende karakter, kan magasinet ikke opnå tilskud.

Såfremt I svarer "Ja" til dette spørgsmål, skal den interessefremmende karakter beskrives.

Angiv om magasinets hovedformål er kommerciel reklame.

Her skal I angive, om det ansøgende magasins hovedformål er kommerciel reklame.

Hvis magasinets hovedformål er kommerciel reklame, kan magasinet ikke opnå tilskud.

Ved magasiner, hvis hovedformål er kommerciel reklame, forstås magasiner, hvor det publicistiske indhold har til formål at understøtte eller i sig selv er en del af markedsføring af forretninger, brands og/eller kommercielle begivenheder.

Angiv om der i magasinets redaktionelle stof er en direkte tilknytning til magasinets annoncer.

Her skal I oplyse, om der er en direkte tilknytning mellem magasinets redaktionelle stof og annoncer.

Et eksempel på en direkte tilknytning kan være, at et magasin indeholder en annonce for en ejendomsmægler og en artikel, som er positivt vinklet om selvsamme ejendomsmægler.

Såfremt der svares "Ja" til dette spørgsmål, skal tilknytningen mellem det redaktionelle stof og annoncer beskrives.

Bemærk, at magasiner, der svarer "Ja" til dette ikke er støtteberettigede til tilskud fra denne pulje.

Angiv antal lønnede redaktionelle årsværk.

Oplys antal lønnede redaktionelle årsværk på ansøgningstidspunktet.

I skal være opmærksom på, at betingelsen vedrørende 1,5 lønnede redaktionelle årsværk skal være opfyldt på ansøgningstidspunktet og i hele tilskudsperioden.

I opgørelsen af de redaktionelle årsværk indgår lønnede indholdsproducerende medarbejdere, herunder lønnede praktikanter samt redaktionelle ledere med kreativ redaktionel slutproduktion til det pågældende publicistiske magasin. Dette er f.eks. skrivende eller redigerende journalister, lokalredaktører, billedjournalister, pressefotografer, bladtegnere, researchere m.v. som arbejder med et medies redaktionelle stof.

Det er således kun den andel af en medarbejders tid, der udgøres af kreativ redaktionel slutproduktion, som kan indgå i opgørelsen. F.eks. for en chefredaktør, der også er administrerende direktør, medregnes den andel af arbejdstiden, som vedkommende bruger på kreativ redaktionel slutproduktion.

Et årsværk svarer til 1.924 timer. Antallet af lønnede redaktionelle årsværk beregnes ved at dividere det samlede antal arbejdstimer til medarbejdere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave med 1.924. Et redaktionelt årsværk kan bestå af flere medarbejdere.

Medienævnets praksis er, at den samme medarbejder ikke kan udgøre mere end ét lønnet redaktionelt årsværk.

Freelancemedarbejdere tæller ikke med ved opgørelsen af redaktionelle årsværk.

Angiv hvad magasinets samlede redaktionelle omkostninger var i det senest afsluttede regnskabsår.

Her skal I oplyse magasinets samlede redaktionelle omkostninger i kr. i det senest afsluttede regnskabsår.

De redaktionelle omkostninger skal opgøres efter ”*Vejledning om opgørelse af redaktionelle omkostninger til Magasinpuljen*”. Vejledningen kan hentes på styrelsens hjemmeside under afsnittet ”Hvad skal ansøgningen indeholde?” på siden for Magasinpuljen.

Bemærk, at beløbet, der angives i ansøgningsskemaet, skal være det samme, som fremgår af revisorerklæringen og i opgørelsesskema vedr. redaktionelle omkostninger til Magasinpuljen.

Bemærk desuden, at opgørelsen af redaktionelle omkostninger ikke er det samme som beregningen af redaktionelle årsværk.

Fane 5: Det publicistiske magasins indhold

Angiv hvor stor en del af magasinets samlede indhold, der er udgjort af skrevne nyheder med selvstændig værdi.

Angiv her, om andelen af skrevne nyheder med selvstændig værdi i magasinets samlede indhold udgør mindre end en tredjedel eller en tredjedel og derover.

Skrevne nyheder skal udgøre minimum én tredjedel og have en selvstændig værdi.

Skrevet nyhedsindhold med selvstændig værdi er nyhedsindhold, der er uafhængigt af magasinets øvrige indhold.

Skrevet indhold, der understøtter videoindslag, podcast m.v., f.eks. i form af transskribering, billedtekst, shownotes m.v., betragtes ikke som skrevet nyhedsindhold med selvstændig værdi.

Omvendt kan skrevet indhold, der baserer sig på videoindslag, podcast mv. og som indeholder ekstra elementer, der giver indholdet en anden funktion for brugeren, betragtes som nyhedsindhold med selvstændig værdi.

Angiv hvor mange procent af magasinets samlede indhold, der udgøres af redaktionelt stof i form af artikler m.v.

Angiv her, om andelen af redaktionelt stof i magasinets samlede indhold udgør 0-49 pct. eller 50-100 pct.

Det er et krav for at kunne opnå støtte fra denne pulje, at magasinet har et indhold, hvor mindst 50 pct. af det samlede indhold er redaktionelt stof i form af artikler m.v.

Andelen af redaktionelt stof opgøres som et gennemsnit over tre fortløbende udgivelser eller versioner af magasinet. Ved vurderingen af digitale mediers indhold sker opmålingen på baggrund af magasinets wireframes.

Hvad er redaktionelt stof?

Redaktionelt stof defineres som indhold, der ikke er annoncer. Dvs. at eksempelvis indholdsfortegnelse, magasinets titel, kolofon, sidehoved, logo og (især på web) henvisninger til øvrige artikler, navigationsfunktioner, listestof, billeder, nyhedsruller m.v. tæller med som redaktionelt indhold.

Bureaustof som integreres blandt magasinets øvrige nyheder, og som gengives uredigeret eller let redigeret, indgår i opgørelsen af redaktionelt indhold.

Linksamlinger, hvor der linkes til f.eks. andre medier i andre virksomheder, betragtes som redaktionelt indhold, hvis der ikke betales for at bringe linket.

Redaktionel omtale i form af anmeldelser mv. af et produkt eller lignende, der er stillet til rådighed for en journalist, og som ikke sker som led i en aftale om eksponering mellem magasinet og udbyderen af produktet, betragtes som redaktionelt stof. Dvs., at anmeldereksemplarer af f.eks. bøger, fremsendelse af koncert- og teaterbilletter, bøger, midlertidigt udlån af udstyr som f.eks. en prøvebil, deltagelse i rejser mv. ikke betragtes som betaling til den redaktionelle produktion, hvis det fremsendte alene danner grundlag for en redaktionel anmeldelse af de pågældende varer, og ydelser eller indholdet relaterer sig til en redaktionel opgave.

Hvad er annoncer?

Ved annoncer forstås traditionelle annoncer af kommerciel karakter og andet indhold, der bringes i andres interesse end magasinets og/eller for andres regning.

Medienævnet lægger i tvivlstilfælde bl.a. vægt på, om indholdet har rubrik og byline, om layoutet adskiller sig fra magasinets øvrige layout, og om emnet og henvisninger til konkrete produkter giver indtryk af, at der er tale om en annonce eller annoncørbetalt indhold.

Det er i tvivlstilfælde op til magasinet at godtgøre, at det pågældende indhold, skal opgøres som redaktionelt stof.

Hvad indgår ikke i opgørelsen og medtælles hverken som redaktionelt stof eller som annoncer?

Rene annoncetillæg, der er adskilt fra det redaktionelle indhold, vil ikke indgå i opgørelsen af redaktionelt stof. Dvs. at tillægget skal være tydeligt adskilt fra det redaktionelle indhold f.eks. med egne sidetal, særskilt layout og tydelig angivelse af, at der er tale om et annoncetillæg.

Hvordan udregnes procentandelen af redaktionelt stof?

Opmålingen af redaktionelt indhold i internetbaserede medier foretages ved at opgøre størrelsen af wireframens forskellige elementer, herunder redaktionelle og ikke-redaktionelle, procentmæssigt i forhold til den samlede wireframe. Det samme gør sig gældende for en printudgivelse, hvor det opgøres, hvor stor en arealmæssig del de forskellige elementer som eksempelvis artikler, annoncer etc. udgør af det samlede indhold.

Pop-up-vinduer og lignende indgår i opmålingen af indhold med den plads, der er afsat hertil i wireframen. Kan der ikke identificeres et område/plads i wireframen, indgår reklamen som udgangspunkt ikke i opmålingen. Såfremt et skrevet internetbaseret nyhedsmedie tillige har en mindre del, som omfatter levende billeder og lyd, vil pladsen i den pågældende ramme for en internetside kunne tælles med som redaktionelt indhold uanset længden af indslaget i minutter.

Hvis magasinets hovedplatform er audiovisuel og/eller lydbaseret, og det primære indhold derfor består af levende billeder, lyd, mv., vil opmålingen ske i tid, som herefter vil blive omregnet til andele. Dvs. for f.eks. podcast vil opmålingen tage udgangspunkt i dens fulde længde.

Medienævnet foretager vurderingen af, hvorvidt magasinet opfylder kriteriet, på baggrund af den samlede andel af redaktionelt indhold i de undersøgte udgaver/versioner.

Angiv hvor stor en del af det redaktionelle indhold, der har politisk, samfundsrelateret eller kulturel karakter.

Her oplyses, om mindre end en tredjedel eller en tredjedel eller derover af magasinet's redaktionelle indhold har politisk, samfundsrelateret eller kulturel karakter.

Det er et krav, at det publicistiske magasin har et indhold, hvor mindst en tredjedel af det redaktionelle stof har samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter.

Hvad forstås ved hhv. samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter?

Ved et indhold af samfundsmæssig karakter forstås indhold, der i bred forstand tilsigter at give indblik i samfundets struktur og funktioner, herunder indhold om sundhedsforhold, samfundsøkonomi, arbejde, børn, unge m.v. Indhold med udgangspunkt i en personlig vinkel, interviews med samfundsrelevante personligheder m.v. kan medregnes.

Ved et indhold af politisk karakter forstås indhold, der i bred forstand omhandler politik og politiske forhold. Indhold med udgangspunkt i en personlig vinkel, interviews med politiske personligheder m.v. kan medregnes.

Ved et indhold af kulturel karakter forstås indhold, der i bred forstand omhandler kultur, kulturelle begivenheder og kulturelle anbefalinger, herunder indhold om sport, musik, litteratur, teater, film, serier, biblioteker, arkitektur, videnskab, historie m.v. samt anmeldelser heraf og omtale af kulturelle begivenheder m.v. Indhold med udgangspunkt i en personlig vinkel, interviews med kulturpersonligheder m.v. kan medregnes.

Hvordan opgøres det, om mindst en tredjedel af det redaktionelle stof har samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter?

Andelen udregnes ved at tælle, hvor mange ord i en udgave/version af magasinet, der har samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter (som defineret ovenfor) holdt op imod, hvor mange, der omhandler andre emner.

Angiv hvor stor en andel af magasinet's samlede indhold, der udgør selvstændigt journalistisk bearbejdet stof med henblik på offentliggørelse i magasinet.

Her oplyses, hvorvidt mængden af selvstændigt journalistisk bearbejdet stof i magasinet's samlede indhold er under en sjettedel, mellem en sjettedel og op til en tredjedel, eller en tredjedel eller mere.

Mindst en sjettedel af magasinet's samlede indhold skal være selvstændigt journalistisk bearbejdet indhold med henblik på offentliggørelse i det pågældende nyhedsmedie, herefter kaldet egenproduceret indhold.

Hvad forstås ved selvstændigt journalistisk bearbejdet stof?

Det egenproducerede indhold defineres som produktion, der er aftalt med magasinet, og som er initieret, igangsat, udført af eller for, publiceret i og betalt af magasinet. Eksempelvis vil redaktioners researchede artikler, artikler skrevet med afsæt i redigeret bureaustof samt artikler skrevet af freelancere, hvis de er bestilt m.v. af det enkelte medie alene til offentliggørelse i det pågældende medie, blive betragtet som egenproduceret.

Klumme, kommentarer, blogindlæg m.v. som leveres uden betaling kan tælles med som selvstændigt journalistisk bearbejdet stof, såfremt den pågældende bidragsyder er fast tilknyttet magasinet.

Partnerindhold betragtes som egenproduceret indhold, hvis det er produceret med henblik på offentliggørelse i det pågældende medie.

Stof fra fællesredaktioner kan ikke tælles med som egenproduceret indhold, medmindre der er tale om artikler, der er bestilt m.v. af det enkelte medie alene med henblik på offentliggørelse i det pågældende medie.

Redaktionel produktion i øvrigt, der bringes i flere af en koncerns magasiner inden for det samme nyhedsdøgn, kan ikke i nogen af magasinerne tælles med som egenproduceret indhold, medmindre:

- Nyheden er selvstændig journalistisk (om)bearbejdet til et andet magasins målgruppe, profil m.v., med nye vinkler, så den ikke fremstår som identisk eller let redigeret, hvorefter den kan medtælles fuld i begge magasiner.
- Nyheden uomtvisteligt er skrevet til det ene magasin, fx. ved at omhandle forhold i det ene magasins lokalområde, men også bringes i det andet magasin, hvorefter den kan tælles som original i det første magasin.

Ren gengivelse af bureaustof, let redigeret bureaustof, som f.eks. afskæring af afsnit eller ændring af billedstørrelse samt listestof, indkøbte tegneserier, debatindlæg m.m. betragtes derimod ikke som egenproduceret indhold, og kan dermed ikke indgå i opgørelsen.

Hvordan identificerer Medienævnet egenproduceret stof?

Ansøger skal være opmærksom på, at det egenproducerede stof i forbindelse med kontrol af magasinets egenproducerede indhold vil blive identificeret ved hjælp af artiklens byline eller mærke. Hvis artiklen ikke har en byline eller anden form for mærke, hvoraf det tydeligt fremgår hvem der er artiklens ophav, vil den ikke blive betragtet som egenproduceret.

Hvordan opgøres andelen af selvstændigt journalistisk bearbejdet stof af magasinets samlede indhold?

Andelen af egenproduceret indhold opgøres ved at tælle, hvor mange ord i en udgave/version af mediet, der er egenproducerede i forhold, hvor mange der ikke er.

Andelen af egenproduceret stof skal ses i forhold til nyhedsmediets samlede indhold. Det betyder, at forholdet mellem egenproduceret og ikke egenproduceret redaktionelt indhold beregnes på grundlag af antallet af ord, og at resultatet herefter sammenholdes med forholdet mellem redaktionelt indhold og ikke-redaktionelt indhold (annoncer) opgjort som areal.

Indhentning og lagring af indholdsdata fra Infomedia

Hvis ansøger erklærer sig indforstået med, at Slots- og Kulturstyrelsen indhenter og lagrer indholdsdata fra Infomedia, vil der som udgangspunkt blive indhentet en bestemt udgave/version af magasinet.

De indhentede data vil blive benyttet i forbindelse med sagsbehandlingen og i øvrigt danne grundlag for Medienævnets afgørelse.

Det indhentede data, der ligger til grund for Medienævnets afgørelse, vil efterfølgende blive lagret hos Slots- og Kulturstyrelsen. Dataene vil ikke blive brugt til andre formål.

Såfremt ansøger ikke ønsker, at Slots- og Kulturstyrelsen indhenter indholdsdata fra Infomedia, skal der samtidig med ansøgningen indsendes den seneste udgave/version af magasinet.

Trykte medier skal indsendes i pdf-format, mens internetbaserede medier skal indsendes i enten pdf-format, XML-format eller i en excel-fil med titler på alle artikler publiceret den pågældende dag/version, antal ord pr. artikel, angivelse af om artiklen er egenproduceret indhold jf. beskrivelsen ovenfor samt direkte link til hver enkelt artikel.

Indholdsdataet skal indsendes på følgende e-mailadresse: mediestotte@slks.dk

Husk at oplyse magasinets navn samt ansøgningsreference i e-mailen.

Fane 6: Bilag

På styrelsens hjemmeside under punktet "Hvad skal ansøgningen indeholde" på siden om Magasinpuljen, kan I finde skabeloner til at udarbejde bilagene.

I skal vedhæfte to bilag vedrørende mediets redaktionelle omkostninger. Hvis I søger om dispensation for medtælling af ulønnet arbejdskraft, skal der også vedhæftes et bilag for denne ansøgning.

Vær opmærksom på, at hvis der er en skabelon til et bilag, skal du benytte den.

Vær desuden opmærksom på, at magasinets redaktionelle omkostninger skal være udarbejdet som angivet i Vejledning om opgørelse af redaktionelle omkostninger til Magasinpuljen i 2024.

Følgende bilag skal vedhæftes ansøgningen:

- Opgørelsesskema vedrørende redaktionelle omkostninger til Magasinpuljen i 2024
- Revisorerklæring vedrørende magasinets redaktionelle omkostninger
- En evt. ansøgning om dispensation i forbindelse med medtælling af ulønnet arbejdskraft i opgørelsen af redaktionelle årsværk.

Fane 7 og 8: Kvitteringsoplysninger og opsummering

Tjek at alle de indtastede oplysninger er korrekte og indsend ansøgningen.

Vær opmærksom på, at når ansøgningsblanketten først er indsendt, er det ikke længere muligt at rette i ansøgningen.

Ikrafttræden

Vejledningen træder i kraft den 11. juli 2024.