

ATLAS

København d. 7. januar, 2023

Høringssvar fra ATLAS Magasin vedrørende bekendtgørelse om mediestøtte og bekendtgørelse om produktionsstøtte til publicistiske magasiner.

ATLAS Magasin Aps udgiver både på tryk, web og lyd magasinet ATLAS og er således direkte påvirket af de to ovennævnte bekendtgørelser.

Generelle bemærkninger

ATLAS anser som udgangspunkt mediestøtten for at være konkurrenceforvridende og tilbageskuende, og indrettet således, at den i alt væsentligt tilgodeser gamle medier og dermed forhindrer en både økonomisk og demokratisk bæredygtig udvikling på medieområdet i Danmark. Statslig mediestøtte er altovejende et positivt tiltag uden hvilket medier i et lille sprogområde er aldeles prisgivne i nutidens digitale virkelighed, men en uhensigtsmæssig og ugenomtænkt metode til fordeling af midlerne, er til mere skade en gavn.

Vi anser samtidig loven for at være groft fejlforvaltet med alvorlige retsikkerhedsmæssige konsekvenser for danske medier til følge. Vi har adskillige gange gjort opmærksom på dette over for skiftende ministre, politikere og embedsværk og den nye lovgivning burde have været en anledning til en fundamental revurdering af, hvordan støtten uddeles i Danmark.

Mediestøtten burde uddeles efter et princip om, hvordan man får mest demokratisk ønskværdig publicisme for de midler, der uddeles. I dag er der i højere grad tale om branchestøtte end demokratistøtte. Det er desværre et faktum man ikke har taget hånd om i den nye mediestøttelov.

Vi vil samtidig gerne gøre opmærksom på, at vi takker for muligheden for at give et høringssvar, men gør det med en vis følelse af afmagt. Som hos resten af branchen, har vi ikke fornemmelsen af, at hverken embedsværket, politikerne eller ministeren lytter (og har ikke gjort det i alt for mange år) til de bekymringer vi sidder inde med.

Bemærkninger til bekendtgørelse om mediestøtte

§ 1.

Begrebet ”nyhedsmedier” vidner om en for snæver forståelse af, hvad demokratisk ønskværdig journalistik er. Det er en groft forfejlet indstilling, at nyheder er det vigtigste kriterie for journalistik. Mediestøtten bør derfor generelt rettes mod demokratisk ønskværdig journalistik.

§ 7

Supplementspuljen bør afskaffes, da den er stærkt konkurrenceforvridende og i publicistisk og demokratisk forstand ubegrundet.

§ 8

Medienævnet bør erstattes med en instans, der består af personer med beviselig viden og erfaring i at drive medier. Det er beskæmmende for professionelle medieaktører at skulle bedømmes af mennesker uden indsigt i medieverdenen. Vi mener her ligeledes, at det er værd at ihukomme det væsentlige antal støttemillioner, der er gået tabt ved at tildele mangelfuldt konceptuerede projekter generøse tilsagn gennem de sidste mange år. Ingen af disse har overlevet efter støtteperiodens ophør.

§ 22

Det er en eklatant fejl og groft konkurrenceforvridende, hvis modtagere af produktionsstøtte til publicistiske magasiner udelukkes fra at kunne søge projektstøtte og udviklingstøtte. Det vil såfremt skabe meget ulige forhold for muligheden for at udvikle medieprojekter, der baner vejen for andre med innovativt indhold. Vores jurister betvivler stærkt lovligheden af et sådan misforhold. På samme tid vil det på ingen måde være publicistisk eller demokratisk ønskværdigt at begrænse adgangen til puljen.

Bemærkninger til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

§ 4, 2

Kravet om 3 lønnede årsværk afspejler ikke dagens medievirkelighed og bør sættes ned til 1.

Stk. 3

Freelanceudgifter bør kunne medregnes. Freelancere er en helt afgørende og integreret del af at drive medie i dag og bør helt naturligt medregnes. I modsat fald understøtter man prekære arbejdsforhold og underbetaling af løst tilknyttede journalister.

Med venlig hilsen,



Kristoffer Granov

Chefredaktør ATLAS

kg@atlasmag.dk / 26818588

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K
Sendt elektronisk til mbj@kum.dk , jdc@kum.dk
København 9. januar 2024

Høringssvar vedrørende høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet

Berlingske Media A/S har med Kulturministeriets skrivelse af 8. december 2023 modtaget udkast til bekendtgørelse om mediestøtte, der indgår i en pakke af i alt tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, der er sendt i høring samtidig med frist for høringssvar den 9. januar 2024.

Berlingske Media vil med dette høringssvar fremkomme med bemærkninger til udkastet til bekendtgørelse om mediestøtte, der udmønter reglerne om redaktionel produktionsstøtte i lov om ændring af lov om mediestøtte (L 36), som blev vedtaget af Folketinget ved 3. behandling den 28. november 2023. Berlingske Media fremkommer ikke med bemærkninger til bekendtgørelserne om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser og publicistiske magasiner.

Berlingske Media

Berlingske Media ejer og driver medierne Berlingske, B.T., Weekendavisen og Euroinvestor. Derudover er Berlingske Media medejer af 24syv, Bornholms Tidende, Infomedia og DAO. Af Berlingske Medias udgivelser modtager Berlingske, B.T., Weekendavisen og Euroinvestor mediestøtte og vil derfor påvirkes direkte af udmøntningen af lov om ændring af lov om mediestøtte (L 36) gennem bekendtgørelsen om mediestøtte.



Generelle bemærkninger

Berlingske Media indgav hørings svar forud for fremsættelsen af lovforslaget om ændring af lov om mediestøtte, der blev vedtaget den 28. november 2023. I den forbindelse gav Berlingske Media udtryk for en række bekymringer, herunder at lovforslaget ikke levede op til grundlæggende betingelser for lovlig statsstøtte. Dette er fortsat Berlingske Medias opfattelse.

Dernæst gjorde Berlingske Media gældende, at reglerne om mediestøtte bør udformes på en forudsigelig måde og ikke bero på skønspregede og arbitrære vurderinger overladt til administrative beslutninger i Medienævnet. Lovforslaget om lov om ændring af lov om mediestøtte blev vedtaget, uden at der blev foretaget justeringer for at imødekomme de fremførte betænkeligheder.

Kulturministeriet har den 8. december 2023 sendt udkast til bekendtgørelse om mediestøtte i høring. Bekendtgørelsens grundlæggende funktion er, at den skal uddybe og præcisere reglerne i loven, herunder præcisere og klargøre kriterierne for at modtage redaktionel produktionsstøtte indenfor rammerne af de i loven fastsatte kriterier. På denne måde kunne og burde bekendtgørelsen bidrage til at afhjælpe en række af de problemstillinger om manglende klarhed, transparens og de usikre rammer for det skøn, som Medienævnet skal udøve ved afgørelse om tildeling af produktionsstøtte, der følger af udformningen af lov om ændring af lov om mediestøtte. Bekendtgørelsen kunne således afhjælpe manglerne i lov om mediestøtte om manglende transparens om hvem, der kan modtage mediestøtte, og hvor meget mediestøtte et nyhedsmedie er berettiget til, bl.a. som følge af de differentierede støttelofter.

Det foreliggende udkast til bekendtgørelsen bidrager desværre helt åbenlyst ikke til at uddybe eller præcisere reglerne i lov om ændring af lov om mediestøtte. Årsagen hertil er, at kriterierne i loven blot er videreført i bekendtgørelsen ordret og i fuldstændig uændret form. De kriterier, der indgår i helhedsvurderingen ved en beslutning om redaktionel produktionsstøtte, er altså blot gentaget fra lovteksten uden bidrag til præcisering. Det bemærkes særligt, at lovens § 3 a, stk. 3, nr. 1-5 omhandlende vurdering af, om et nyhedsmedie kan karakteriseres som lokalt eller regionalt, er videreført i uændret form i bekendtgørelsens § 6, stk. 3, nr. 1-5. I de nævnte nr. 1-5 indeholdes en



række kriterier, som i vidt omfang beror på subjektive og skønsprægede vurderinger, herunder særligt ved brugen af vendinger og ord som "en væsentlig andel", "jævnligt" og "afspejler", der ikke understøttes af konkrete bidrag til fastlæggelse af forståelsen heraf.

Det er således fortsat efter bekendtgørelsen overladt til Medienævnet at foretage skønsprægede helhedsvurderinger af, om et nyhedsmedie er støtteberettiget, og særligt om et nyhedsmedie er berettiget til øget mediestøtte i kraft af at være et lokalt eller regionalt nyhedsmedie i henhold til bekendtgørelsens § 6. Ved at videreføre tildelingskriterierne i ordret og uændret form vil Medienævnets beslutninger om mediestøtte fortsat blive truffet "på grundlag af en skønsmæssig helhedsvurdering ud fra en række nærmere angivne parametre ...", jfr. de almindelige bemærkninger, pkt. 2.1 til lovforslaget til lov om ændring af lov om mediestøtte. Udkastet til bekendtgørelsen er således genstand for præcis samme retsikkerhed om betingelserne for mediestøtte, som fremgår af lov om ændring af lov om mediestøtte.

Ved det foreliggende udkast til bekendtgørelse om mediestøttes manglende uddybning og præcisering af kriterierne for mediestøtte, vil kredsen af modtagere af mediestøtte og tildelingskriterierne stadig i meget vidt omfang blive fastlagt gennem Medienævnets praksis. Man kan derved fortsat frygte, at usikkerheden herom søges afklaret gennem klage- og retssager, hvilket hverken er i mediernes, myndighedernes eller samfundets interesse. Dette er både for retssikkerheden, mediernes økonomiske stilling og for Medienævnet stærkt utilfredsstillende.

I forlængelse heraf henvises til, at Medienævnet selv har udtalt stor betænkelighed ved lovens udformning, som nu blot foreslås videreført uændret i bekendtgørelse om mediestøtte. Medienævnet udtalte i sit høringssvar til lov om ændring af lov om mediestøtte følgende:

"Der lægges med lovforslaget op til, at vurderingen af, hvornår et nyhedsmedie skal betragtes som lokalt og/eller regionalt – og dermed være berettiget til et forhøjet tilskud – skal ske på baggrund af en skønsmæssig helhedsvurdering, som nævnet skal foretage på baggrund af ansøgers beskrivelse af mediet og dokumentation herfor.



Det er Medienævnets erfaring, at det navnligt er vurderinger af skønsmæssig karakter, der anfægtes af modtagere af afslag om støtte, og det kan derfor ikke udelukkes, at indførelsen af det nye støtteloft til lokale og regionale nyhedsmedier vil forøge antallet af klager og genoptagelsesansøgninger." (fremgår af det samlede hørings svar til lov om ændring af lov om mediestøtte s. 65)

Berlingske Media er enig i Medienævnets betragtninger. Særligt bør det bemærkes, at Medienævnets udtalelse baserer sig på erfaringer med tilsvarende skønsmæssige vurderinger og udgør derfor en meget sandsynlig konsekvens af tildelingskriteriers foreslåede udformning i bekendtgørelsen. Medienævnets stemme bør i denne anledning være tungtvejende, og Medienævnets bekymringer bør give anledning til eftertanke hos Kulturministeriet og føre til, at bekendtgørelsen justeres, således at der arbejdes med at objektivere støttekriterierne og lægge Medienævnets skønsudøvelse i fastere rammer.

På denne baggrund vil Berlingske Media på ny opfordre til, at reglerne for mediestøtte tilpasses således, at de hviler på transparente og objektive kriterier, hvorved det er nødvendigt at indarbejde ændringer i udkastet til bekendtgørelse om mediestøtte for at sikre den nødvendige klarhed i tildelingskriterierne for mediestøtte. Berlingske Media lægger i denne henseende særlig vægt på;

- at det er særdeles uholdbart for de danske medier i bred forstand, at disse, på grund af reglernes manglende transparens, ikke med tilstrækkelig sikkerhed kan fastlægge omfanget af et givent nyhedsmedies støtteberettigelse og dermed giver et usikkert økonomiske fundament for de danske medier, og
- at det er uhensigtsmæssigt fra et administrativt synspunkt, at så stor en del af fortolkningen af reglernes materielle indhold er overladt til Medienævnet, da der utvivlsomt vil opstå en række tvivls- og grænsetilfælde ved reglernes nuværende udformning.

Efter Berlingske Medias opfattelse bør det ovenfor nævnte ud fra en samlet vurdering føre til, at tildelingskriterierne i bekendtgørelsens § 6, stk. 3, nr. 1-5 skal konkretiseres ved, at objektive kriterier indskrives i bekendtgørelsen.



Derudover bemærker Berlingske Media, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ("KFST") ligeledes afgav høringssvar til lov om ændring af lov om mediestøtte. Her gjorde KFST det klart, "at det er væsentligt, at støtte gives på baggrund af gennemsigtige, rimelige og ikke-diskriminerende kriterier". Det må konstateres, at udkastet til bekendtgørelsen heller ikke imødekommer KFSTs betænkeligheder. Der vil på baggrund af den nuværende udformning af udkastet til bekendtgørelse om mediestøtte fortsat være samme konkurrencemæssige betænkeligheder.

Afsluttende bemærkninger

Berlingske Media vil opfordre til, at det foreliggende forslag til bekendtgørelse omarbejdes, så der ikke kun opregnes en (nærmest) ordret gengivelse af de i lov om mediestøtte opregnede kriterier, der indgår i helhedsvurderingen af, om der kan ydes redaktionel produktionsstøtte. Disse kriterier bør præciseres og konkretiseres, så Medienævnet kan træffe beslutninger om mediestøtte, der opfylder grundlæggende krav om objektivitet, ensartet behandling og transparens.

Med venlig hilsen
Berlingske Media A/S



Anders Krab-Johansen
CEO og udgiver

8. januar 2024

SENDT PR MAIL (jdc@kum.dk og jop@kum.dk)

Kulturministeriet

Kopi: kum@kum.dk

BIDRAG TIL HØRING OVER TRE BEKENDTGØRELSER PÅ MEDIESTØTTEOMRÅDET J.NR. 2023-7157

Indledning

Dette høringssvar fra Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder retter sig mod den del af medieforliget, der vedrører puljen for ugeaviser og indeholder i det store hele samme budskaber og anbefalinger som blev fremsendt i forbindelse med høring på ugeavispuljen (april 2023) og høring om ændring af lov om mediestøtte (august 2023).

Vi er positive overfor, at regeringen ønsker at give flere midler til lokaljournalistikken, men anbefaler først og fremmest at lade støtteudmålingen og kriterierne for modtagelse af støtte forudsætte den reelle husstandsomdeling. Formålet med støtten er at understøtte lokalaviser og den lokale journalistik og debat i et lokalområde – med den foreslåede model udvandes understøttelsen af lokalaviser, da støtten også kan tilgå fx trafikaviser, der opstilles i standere ved offentlige transportknudepunkter, og som derfor ikke tilgår lokale borgere men derimod alene pendlere og derfor har en mere national medievinkel.

Hvis støtten ikke forudsætter husstandsomdeling, kan det derfor udvande støtten og dermed have alvorlige konsekvenser for de lokale medier og for det lokaldemokrati, som man ønsker at understøtte med støtten.

Derudover anbefaler vi, at man i forbindelse med de digitale medier udpensler, hvad der forstås med distribution af et digitalt medie. Der ses ikke at være fastlagt kriterier, der kan godtgøre, at den digitale lokalavis faktisk bliver læst af de lokale borgere – eksempelvis antal klik, læserantal eller lignende.

Afslutningsvis anbefaler vi, at man øger kravet til redaktionelt indhold yderligere. Ønsker man at beholde og udvikle de lokale medier, skal der udarbejdes reelt redaktionelt og journalistisk bearbejdet lokalt stof. Et krav på 25 pct. er sandsynligvis for lavt til at fastholde læseren, trods dette er en forbedring fra det tidligere oplyste krav på 15 %. Derfor bør man fra politisk hold stille større krav til de lokale medier, der skal modtage støtten.

1. Støtteudmåling med udgangspunkt i mediernes redaktionelle omkostninger

Vi mener først og fremmest, at støtten bør forudsætte husstandsomdeling for at sikre, at det er lokalaviser, der bliver læst af lokale borgere, som får støtte.

Lokalaviser er den primære kilde til nyheder om lokalsamfundet. Mange borgere bruger deres lokalavis til at orientere sig om lokal handel og erhvervsliv og tage aktivt del i nærdemokratiet. Uden lokalaviser vil danske lokalsamfund stå uden et talerør. Og mange borgere vil miste følingen med, hvad der rører sig i lokalområdet.

Vores bekymring går på, at hvis støtten ikke alene går til distribution i det lokale område, men også til bl.a. forbipasserende pendlere gennem såkaldte trafikaviser, så vil støtten til de reelle lokalaviser, der bidrager til lokal forankring, blive udvandet. Støtten vil også blive til gavn for de aviser, der målrettes den hurtige læsning på turen til og fra arbejde – trafikaviser, der opstilles i standere ved offentlige transportknudepunkter, og som derfor ikke tilgår lokale borgere men derimod alene pendlere og derfor har en mere national medieinkel end et lokalt fokus, som vi tidligere har set det i de store byer.

Vi læser forslaget som et ønske om at holde hånden under lokal- og ugeaviserne for at sikre, at de fortsat bliver uddelt og læst i lokalområderne. Derfor bør man sikre, at støtten ikke går til trafikaviser målrettet pendlere. Det understøtter ikke lokaldemokratiet. De, der læser aviserne i busser, den københavnske metro, de større byers letbaner eller i lokaltogene, er sjældent lokale borgere, men snarere borgere på gennemrejse.

Da lokalaviserne allerede er økonomisk pressede, kan det betyde farvel til en række lokale medier og dermed den lokale sammenhængskraft blandt borgerne ude i landet, hvis støttemidlerne udvandes grundet kreativ tilpasning af medier målrettet informationsstandere på trafikholdepladser. Derved vil det nære demokrati få markant ringere vilkår uden lokale, borgernære medier.

- En analyse af Norstat for Dansk Erhverv viser, at 56 % af danskerne foretrækker den lokale ugeavis, når de skal have informationer om deres lokalområde.¹
- Lokalaviser spiller en afgørende rolle for folkeoplysningen i Danmark. I 2019 læste 2.309.000 danskere fra 12 år og opefter ugentligt en lokal avis.²

2. Vedr. digitale, lokale medier

Der ses ikke at være fastlagt noget antal klik, læserantal eller lignede for at godtgøre, at den digitale lokalavis faktisk bliver læst af de lokale borgere. Dertil kommer at præcise opgørelser over lokale læsere er utroligt vanskelige at måle præcist.

Den digitale avis er i dette tilfælde et såkaldt "pull-medie", da det kræver, at folk aktivt (opsøgende) klikker sig ind på avisen via en hjemmeside. I modsætning til dette, er den lokale, fysiske avis et "push-medie", som lokale borgere finder i postkassen, uden aktivt at opsøge den.

Effekten af en fysisk avis versus digital avis er, at flere borgere rent faktisk læser den fysiske avis. Flere borgere får informationer om lokalsamfundet via den fysiske avis, fremfor aktivt at skulle klikke sig ind på den digitale avis. Dem, som måske ikke havde tænkt sig at læse dagens avis, får den alligevel serveret foran sig, og får muligheden for at fordybe sig i det lokale stof. Man kan derfor ikke komme udenom, at effekten af at fx modvirke urbanisering, blandt andet er koblet op på "push-mediet".

Derfor bør man også fokusere langt størstedelen af støtten til de trykte lokalaviser, og som minimum sørge for en meget klar afgrænsning af, hvad der udgør en digital lokalavis. Dels er det en langt større støtte til lokalsamfundet med fysiske lokalaviser og dels har det en langt større effekt.

Det bør således tydeliggøres, hvad der skal forstås ved "distribueres".

Det bør ligeledes tydeliggøres, hvad der egentligt skal til for at være et lokalt digitalt medie. Ud fra den i udkastet til bekendtgørelse om mediestøtte i § 2 anførte definition, kombineret med de i udkastets § 3 anførte støttebetingelser, synes det alt andet lige at være relativt nemt at opfylde kriterierne – og man kan derfor frygte, såvel at støtte tildeles digitale medier, der imidlertid ikke reelt er lokale (enten fordi de er for geografisk brede eller for indholdsmæssigt snævre), som at der opstår

¹ <https://tryksagen.dk/lokalaviser/>

² Rapport om Mediernes udvikling i Danmark, <https://tryksagen.dk/lokalsamfund/>

tvivl om fx varighed eller reel eksistens af det pågældende digitale medie – ikke mindst i kombination med usikkerheden om, hvad der egentligt menes med ”distribueres”, jf. ovf.

3. Kriterier for at modtage støtte; Redaktionelt indhold

Bekendtgørelsen om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser anviser, at andelen af redaktionelt stof skal udgøre minimum 25 pct.

Vi anbefaler, at man fra politisk side hæver denne andel. En gennemsnits lokalavis ligger p.t. på 28 sider, hvilket betyder, at det redaktionelle stof skal udgøre under 7 sider.

Det lave krav til det redaktionelle indhold går i sidste ende udover læserne - altså de borgere, der skal læse lokalavisen og rent faktisk få noget af det lokale stof, som er med til at udvikle og holde samtalen om lokalsamfundet i gang. Der bør være højere krav til aviserne, som modtager støtte. Deres fornemmeste opgave må først og fremmest være at berette om emner relevant for borgerne.

Derfor mener vi, at der fra politisk hold bør ses på de 25 pct og hæve denne andel, hvis man ønsker at fremme lokaljournalistikken.

4. Afsluttende bemærkninger

Brancheforeningen bemærker, at det længe har været skiftende regeringers intention at skabe bedre balance mellem land og by med diverse politiske tiltag, da urbanisering, butiksdød og et svækket lokaldemokrati er de største trusler mod landdistrikterne.

49 pct. af ejendomsmæglerne siger, at boligpriserne i et område falder med mere end 10 %, når den sidste købmand lukker.³ Her er lokale medier en nøgle til opretholdelsen af gode lokale forhold herunder vigtig for nye, lokale erhvervsdrivende, som ikke finder sine kunder i nationale medier eller i trafikaviser, men derimod dér, hvor de handlende bor.

Brancheforeningen vil derfor på det kraftigste anbefale, at både støtteudmålingen og kriterierne for at modtage støtte tilgår husstande der modtager fysiske aviser, da vi ikke kan se nogen anden måde, hvorpå midlerne er 'låst' til de lokale borgernære medier.

Med venlig hilsen

Ask Jessen

Adm. direktør, Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder

³ <https://tryksagen.dk/lokalsamfund/>

Høringsvar til høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet

14.12.2023

Dansk Folkeoplysnings Samråd, DFS, takker for muligheden for at afgive høringsvar til høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet.

Vi har ingen bemærkning til de 3 bekendtgørelser.

Med venlig hilsen

Ulrik Kampmann
Sekretariatschef
Dansk Folkeoplysnings Samråd

Danske Lokalaviser

Kulturministeriet

Att.: Jarle Dalgaard Christensen
jdc@kum.dk

Aars, 8. januar 2024

Høringssvar vedr. produktionsstøtte til ugeaviser, journal nr. 2023-7157

Tak for, at foreningen Danske Lokalaviser får mulighed for at deltage med høringssvar vedrørende bekendtgørelsen om støtte til ugeaviser.

Støtten fra Ugeavispuljen i 2023 har været medvirkende til optimisme for fremtiden hos ugeavisudgiverne – en optimisme som formentlig vil medføre mere og bedre lokal journalistik som kan medvirke til øget information, mere gennemsigtighed og bedre sammenhængskraft i ugeavisernes udgivelsesområder.

Danske Lokalaviser har bemærket, at ikke alle midler i puljen for 2023 kunne fordeles. Derfor foreslår vi, at der med den nye bekendtgørelse også åbnes for mulighed for støtte til de helt små ugeaviser med oplag ned til 3.000 eksemplarer. Der findes nogle få ugeaviser med dette oplag som udkommer med sober lokaljournalistik og god info til borgerne, men hvor det økonomiske grundlag for udgivelsen desværre er meget spinkelt. Ved at åbne for støtte til disse ugeaviser får de mulighed for overlevelse.

Vi bifalder, at støtte beregnes som en procentdel af de redaktionelle udgifter, men opfordrer til, at procenten hæves fra f. eks. 35 til 40 pct. Det vil hjælpe de ugeaviser som i øjeblikket har begrænset journalistisk arbejdskraft, og kan måske inspirere til yderligere satsning på det redaktionelle område.

Danske Lokalaviser henleder i øvrigt opmærksomheden på, at der kan være meget stor forskel på indholdet i f. eks. sjællandske ugeaviser og ugeaviser i Jylland. Det samme er også tilfældet med de redaktionelle lønudgifter, hvorimod der kun i sjældne tilfælde er væsentlige forskelle på sidetal og stofmængde. Dette bør anses som et argument for at hæve den økonomiske støtte fra 35 til f. eks. 40 pct. af de redaktionelle lønomkostninger.

Med venlig hilsen
Danske Lokalaviser

Thorkil Christensen, fmd.
(Aars Avis) 98 62 17 11

j.nr. 2023-7157

Att.: Jarle Dalgaard Christensen

Sendt til jdc@kum.dk og jop@kum.dk



9. januar 2024

Danske Mediers høringsvar til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

Danske Medier takker for muligheden for at kunne bidrage til høringen vedrørende bekendtgørelsen om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner (magasinpuljen). Magasinerne udgør en væsentlig del af folkeoplysningen og bidrager til mediepluralismen i Danmark. Derfor er det naturligt og positivt at denne mediegruppe nu omfattes af mediestøtte.

Indledningsvis vil Danske Medier påpege, at foreningen grundlæggende mener, at magasiner bør omfattes af den digitale nulmoms på lige fod med nyhedsmedierne. Dette ville sikre en objektiv og let forståelig mediestøtte fremfor puljer der søges, hvilket altid vil indeholde et skær af smagsdommeri.

Siden 2019 har digitale nyhedsmedier haft en nulmoms og dermed været ligestillet med de trykte nyhedsmedier. Med ambitionen om en mediebranche med bedst mulige betingelser for udvikling og imødekommelse af mediebrugernes virkelighed, bør der indføres en nulmoms for alle digitale medier. Det vil ligestille de digitale medier – herunder magasiner på nettet – med nyhedsmedierne. Mange magasiner, special- og nichemedier udvikler i dag produkter udelukkende til nettet, da en stor og fortsat voksende andel af forbruget af redaktionelt indhold findes her. Derfor bør disse underlægges samme skatte- og afgiftsmæssige vilkår som de øvrige digitale medier.

Om end denne skævhed i mediemarkedet fortsat gør sig gældende, vil Danske Medier vil gerne anerkende regeringen og forligspartierne for at have vedtaget magasinpuljen, samt foreslå en række mindre justeringer og præciseringer af bekendtgørelsen, der bør implementeres for at sikre, at puljens midler tilfalder de magasiner, der politisk har været ambitionen.

Støttebetingelser

For at sikre at puljens midler tilfalder reelle publicistiske magasiner, er det nødvendigt, at der er visse krav til de ansøgende medier. Danske Medier finder, at støttebetingelserne i bekendtgørelsens §4 stk. 1 er fornuftige både hvad angår krav til redaktionelt indhold, medarbejderstab, tilmelding til Pressenævnet mv. Ligeledes støtter Danske Medier, at puljen kan søges på lige vilkår af digitale såvel som printede magasiner.

Dog er det muligt at præcisere de emneområder, der jf. §4 stk. 8 karakteriseres som kulturelt indhold, så det sikres, at de politisk tiltænkte magasiner omfattes af puljen. Således bør denne del af bekendtgørelsen affærdiges således: *"Ved et indhold af kulturel karakter, jf. stk. 1, nr. 4, 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 og historie"*, da videnskabs- og historiemagasiner i høj grad må betragtes som bidragende til den offentlige oplysning, meningsdannelse og debat, der jf. §1 er formålet med puljen.

Danske Medier støtter bekendtgørelsens § 4 stk. 12, hvoraf det fremgår, at det er et krav for at opnå støtte fra magasinpuljen, at det *"publicistiske magasin henvender sig til og kan tilgås af et bredere dansk publikum og ikke alene er rettet mod eller forudsætter tilhørsforhold til bestemte erhvervs- og faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner m.v."*. Danske Medier anbefaler i forlængelse heraf, at det tilføjes, at magasiner, der henvender sig til specifikke lokale- og regionale områder i Danmark ligeledes ikke kan komme i betragtning til puljen, da der dermed vil være tale om en afgrænset målgruppe og ikke et bredere publikum. Således bør det til § 4 stk. 12 tilføjes, at magasiner der henvender sig specifikt til *"borgere eller turister i særlige områder eller landsdele"* ikke omfattes af ordningen.

Endelig støtter Danske Medier bekendtgørelsens §3 stk. 2 hvoraf det fremgår at magasiner *"hvis hovedformål er kommerciel reklame"* ikke kan modtage støtte. Danske Medier mener dog, at dette afsnit bør skærpes yderligere, for at undgå eventuelle tvivlsspørgsmål i sager, hvor eksempelvis detailkæder eller varehuse som en del af en branding-kampagne producerer gratismagasiner med publicistisk indhold til deres kunder.

Offentlige udgivelser

Danske Medier støtter jf. §3 stk. 2, at der ikke ydes støtte til *"Publicistiske magasiner ejet af virksomheder, som helt eller delvis er statsejede, eller hvor driften i langt overvejende grad er direkte finansieret af offentlige midler"*. For at sikre enhver tvivl om lovens ord, bør denne del af bekendtgørelsen dog ændres til *"hvor driften i langt overvejende grad er direkte eller indirekte finansieret af offentlige midler"*. Dette vil sikre, at midlerne i magasinpuljen ikke tilfalder udgivelser, der hovedsageligt er finansieret af offentlige midler, selvom dette eksempelvis er sket indirekte via et offentligt udbud.

Danske Medier stiller sig til rådighed for en uddybning af ovenstående og opfordrer til, at der efter første ansøgningsrunde i samarbejde med magasinudgiverne i Danmark gennemføres en evaluering af puljen for at sikre smidighed i den fremtidige administration og ansøgningsprocedure til magasinpuljen.

Venlig hilsen

Marianne Bugge Zederkof

Konst. adm. direktør

j.nr. 2023-7157

Att.: Jarle Dalgaard Christensen

Sendt til jdc@kum.dk og jop@kum.dk



9. januar 2024

Danske Mediers høringsvar vedrørende bekendtgørelse om mediestøtte

Danske Medier takker for muligheden for at kunne bidrage til høringen vedrørende bekendtgørelsen om mediestøtte.

Danske Medier vil gerne indlede med at anerkende regeringen og forligspartierne bag medieaftalen for at omlægge den redaktionelle produktionsstøtte (mediestøtten), så den i højere grad tildeles lokale og regionale medier. Set i lyset af de alvorlige strukturelle økonomiske udfordringer, der præger den lokale- og regionale del af nyhedsbranchen, er dette en fornuftig prioritering.

Danske Medier vil i det følgende opsummere en række steder, hvor bekendtgørelsen kan præciseres, så den lettest muligt kan administreres, og de politiske ambitioner om at støtte lokaljournalistikken dermed bedst kan indfries.

Bevægelse mod platformsneutral mediestøtte

Jf. bekendtgørelsens §1 stk. 2 kan redaktionel produktionsstøtte i fremtiden også ydes til nyhedsmedier med nyhedsindhold, der primært består af levende billeder, lyd m.v. Skrevne nyheder skal dog udgøre en betydelig del af nyhedsmediets samlede indhold, minimum én tredjedel og have en selvstændig værdi. Det samme vil gøre sig gældende for projektstøtten.

Danske Medier bakker op om denne målsætning, da foreningen går ind for en bevægelse mod platformsneutralitet i mediestøttesystemet. Det er dog uklart, hvordan andelen af tekst skal måles ift. andel af lyd/video materiale. Det er i bekendtgørelsen således ikke beskrevet, hvordan en artikel på X antal ord vægter ift. lyd- eller videoindhold af Y minutters varighed. Danske Medier anbefaler, at dette enten tilføjes til bekendtgørelsen eller tilføjes til Slots- og Kulturstyrelsens vejledninger om ansøgning til mediestøtte.

Vurdering af om et medie er lokalt/regionalt eller landsdækkende

Jf. bekendtgørelsens §6 fremgår det, at der i fremtiden ydes øget støtte til lokale og regionale medier. Danske Medier mener, det er en fornuftig prioritering af ressourcerne i mediestøttesystemet

og betoner nødvendigheden af objektive kriterier til vurderingen af, hvorvidt et medie kan betragtes som værende lokalt/regionalt eller landsdækkende.

Af bekendtgørelsen er Medienævnets ”skønsmæssige helhedsvurdering” – som det blev formuleret i regeringens oprindelige lovforslag til ændring af mediestøtteleven – ikke at finde, om end dette fortsat vil gøre sig gældende jf. mediestøtteleven. Danske Medier mener principielt, at mediestøtte skal gives på baggrund af objektive og gennemsigtige kriterier og bakker op om de foreslåede kriterier i § 6 stk. 3.

Reduktion af supplerende tilskud

Af bekendtgørelsen §7 stk. 5 fremgår det, at det supplerende tilskud (supplementsordningen) reduceres med 4 procentpoint årligt i en treårig periode. Danske Medier støtter dette initiativ, om end det i bekendtgørelsen er formuleret unødvendigt indviklet, hvordan denne reduktion af supplementsordningen i praksis foretages.

Som bekendtgørelsen foreligger, kan der opstå den misforståelse, at supplementsordningen i 2024 reduceres med 4 procent, i 2025 reduceres med yderligere 8 procent og i 2026 reduceres med yderligere 12 procent, hvilket naturligvis ikke er hensigten. Danske Medier anbefaler derfor, at denne del af bekendtgørelsen præciseres, så det umisforståeligt fremgår, at der bliver tale om en årlig reduktion på 4 procent.

Vurdering af redaktionelt indhold

Danske Medier støtter §5 stk. 1 6) hvoraf det fremgår, at mindst halvdelen af indholdet i et nyhedsmedie skal være redaktionelt stof, såfremt mediet skal være støtteberettiget. Det bør dog præciseres, hvordan denne vurdering af mængden af de redaktionelle indhold skal foretages af Medienævnet. Danske Medier anbefaler, at man - ligesom andre steder i mediestøttesystemet - anlægger en gennemsnitsbetragtning over eksempelvis tre udgaver af et nyhedsmedie, således at en enkelt udgivelse, der ligger marginalt under kravet ikke kan medføre en mistet ret til støtte.

Koncernlofter

Danske Medier har ved flere lejligheder [gjort opmærksom på](#), at et koncernloft for mediestøtte på 90 mio. kr. jf. § 19 er både urimeligt og direkte modstridende med det politiske ønske om at fremme lokal- og regional journalistik. Koncernloftet bryder med princippet om, at mediestøtte tildeles på baggrund af mediernes indholdsproduktion og kan potentielt have skadelige virkning for tilstedeværelsen af redaktionelle medier i hele landet.

Den pressede økonomiske situation i mediebranchen taget i betragtning, er det sandsynligt, at vi i fremtiden vil se endnu flere konsolideringer ved de lokale og regionale medier, hvorfor loftet kan blive en potentiel hæmsko for udviklingen af levedygtige lokalmedier. Danske Medier vil på denne baggrund bruge lejligheden til igen at foreslå at loftet afskaffes eller hæves.

Hertil stiller Danske Medier sig kritisk og uforstående overfor bekendtgørelsens § 28 stk. 2., hvoraf det fremgår, at virksomheder med en årlig omsætning over 250,0 mio. kr. ikke kan søge Udviklingsstøtte. En række medievirksomheder vil på grund af denne bestemmelse blive udelukket fra at søge støtten, hvilket stiller dem i en ulig konkurrenceposition ift. deres konkurrenter med mindre omsætning. Medievirksomhederne lever af at udvikle eksisterende og nye produkter, hvad enten de har en stor eller lille omsætning, og det giver derfor ikke mening at udelukke de større medier fra udviklingsstøtten.

Bestemmelsen er direkte konkurrenceforvridende og ude af trit med den mediepolitiske intention, hvor man vil motivere til og skabe de bedste rammer for udvikling i alle medievirksomheder. Derfor anbefaler Danske Medier at dette afsnit udgår af bekendtgørelsen.

Danske Medier stiller sig til rådighed for en uddybning af ovenstående pointer.

Venlig hilsen

Marianne Bugge Zederkof
Konst. adm. direktør

j.nr. 2023-7157

Att.: Jarle Dalgaard Christensen

Sendt til jdc@kum.dk og jop@kum.dk



9. januar 2024

Danske Mediers høringsvar vedrørende bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

Danske Medier takker for muligheden for at kunne bidrage til høringen vedrørende bekendtgørelsen om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser (Ugeavispuljen).

Danske Medier vil gerne rose regeringen og forligspartierne for at have vedtaget Ugeavispuljen som en del af medieaftalen. På baggrund af erfaringerne fra den første ansøgningsrunde, står det dog klart, at der i den nye bekendtgørelse er behov for betydelige justeringer, hvis den politiske intention om at understøtte lokaljournalistikken i ugeaviserne reelt skal opfyldes.

Titelloftet bør hæves eller afskaffes

Efter den første ansøgningsrunde er gennemført, står det klart, at titelloftet er direkte medvirkende til, at ugeaviserne som mediegruppe ikke modtager den støtte, som der er politisk opbakning til og som er afsat til formålet. Danske Medier anbefaler således, at loftet på 350.000 kroner, der både er uforståeligt, unødvendigt og foreningen bekendt ikke er et ønske udtrykt fra nogen politiske partiers side ændres straks og inden behandlingen af ansøgningerne i 2024 gennemføres.

Danske Medier konstaterer at det på Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside fremgår, at der for tilskudsåret 2023 udbetales ca. 29 mio. kr. til i alt 127 ugeaviser, hvilket er væsentligt lavere end det afsatte beløb til Ugeavispuljen på 43,1 mio. kr. Samtidig konstateres det, at 26 titler omfattes af titelloftet på 350.000 kr. Disse 26 ugeaviser kunne have modtaget mere støtte - uden at puljen ville blive tømt, og dermed uden at andre ugeaviser ville blive negativt berørt i form af lavere støtte - i fald støtteloftet ikke havde eksisteret eller havde ligget på et højere niveau.

Således er titelloftet direkte medvirkende til, at ugeaviserne som mediegruppe ikke modtager den støtte, som der ellers er givet politisk opbakning til qua puljens størrelse. Danske Medier [fremførte også denne kritik i forbindelse med den tidligere høring](#) vedr. Ugeavispuljens implementering, men vil på baggrund af de praktiske erfaringer fra den første ansøgningsrunde igen anføre, at titelloftet bør afskaffes, eller at beløbet hæves til 500.000 kr. Som minimum bør et titelloft bortfalde i de tilfælde, hvor der fortsat er midler tilbage i puljen, efter udregningen af udbetalingen har fundet sted. Dette vil sikre, at så mange af puljens midler som muligt fordeles blandt de ugeaviser, der lever op til de fastsatte kriterier.

I forlængelse heraf opfordrer Danske Medier til, at der indledes en dialog med branchen om, hvordan man kan justere puljen foruden den foreslåede ændring af titelloftet, således at man sikrer, at så mange midler som muligt fra Ugeavispuljen bidrager til at understøtte produktionen af lokal nyhedsjournalistik. Danske Medier stiller sig naturligvis til rådighed for denne drøftelse.

Beregningsmetode af redaktionelt indhold bør justeres

Af bekendtgørelsen fremgår det, at ugeaviserne for at være berettiget støtte jf. § 4 skal have "4)... et indhold, hvor mindst 25 pct. af det samlede indhold er redaktionelt stof i form af artikler m.v." og "7)... et indhold, hvor mindst 33 pct. af det redaktionelle stof er selvstændigt journalistisk bearbejdet med henblik på offentliggørelse i den pågældende ugeavis".

Danske Medier finder begge disse krav rimelige, men opfordrer til, at der i Medienævnets vurdering af disse findes én ensartet metode til at vurdere, om de bliver overholdt. Mens det for nuværende gør sig gældende for §4 4) at andelen af redaktionelt stof opgøres som et gennemsnit over tre fortløbende udgivelser, er kravet for det selvstændigt bearbejdede indhold jf. §4 7) et konstant krav. Det betyder, at en ugeavis kan miste retten til støtte, hvis der i bare én udgivelse er mindre end 33 pct. af det redaktionelle stof, der er selvstændigt journalistisk bearbejdet med henblik på offentliggørelse i den pågældende ugeavis.

Denne beregningsmetode er et problem for ugeaviserne, fordi sidetallet – og dermed mængden af redaktionelt indhold – kan variere meget fra uge til uge. Derfor vil kravet om 33 pct. selvstændigt journalistisk indhold have en meget varierende påvirkning af de enkelte ugeaviser. Selv hvis man ikke når op på de 33 pct. målt i spaltmillimeter, vil man i uger med store ugeaviser og mange sider således kunne producere markant mere selvstændigt, journalistisk indhold end i uger med små ugeaviser og få sider. Danske Medier mener det er imod lovens ånd, at ugeaviser, som ellers lever op til alle andre krav, af denne grund risikerer at miste støtte på baggrund af én stikprøve i én enkelt uge.

Derfor bør man i stedet for tage udgangspunkt i en gennemsnitsvurdering over tre fortløbende uger, som det er tilfældet i bekendtgørelsens §4 4) stk. 5 og i Slots- og Kulturstyrelsens "Vejledning til ansøgning om støtte til ugeaviser" afsnit vedrørende vurdering af nye udgaver/versioner, hvor der ligeledes tages udgangspunkt i et gennemsnit.

Hvis denne del af bekendtgørelsen ikke ændres, vil det medføre en risiko for, at ugeaviser tilskyndes til helt at undlade at udkomme i de uger, hvor de undtagelsesvis er i fare for ikke at opfylde 33-procents-kravet, fordi de dermed risikerer at miste hele den støtte, de ellers er berettiget til. Ved også at anlægge en gennemsnitsbetragtning i vurderingen af denne del af kriterierne (der som sagt også er tilfældet andre steder i bekendtgørelsen), vil der omvendt kunne sikres større fleksibilitet for ugeaviserne, og det vil i sidste ende betyde, at borgerne får mere lokaljournalistik i postkassen.

Derfor opfordrer Danske Medier til en ensartet vurderingsmetode til kontrollen med både andelen af redaktionelt indhold og selvstændigt bearbejdet journalistisk indhold, der tager udgangspunkt i

gennemsnitsbetragtninger over tre fortløbende uger. Dette vil sikre at en enkelt udgivelse, der ligger marginalt under kravene ikke bliver udslagsgivende for en ansøgning om mediestøtte. Konkret kan problemet løses ganske enkelt ved at tilføje sætningen "*Andelen af selvstændigt journalistisk bearbejdet stof med henblik på offentliggørelse i den pågældende ugeavis, jf. stk. 1, nr. 7 opgøres som et gennemsnit over tre fortløbende udgivelser*" til §4 stk. 8.

Tilbagebetaling af støtte

Danske Medier anbefaler en tilføjelse til §17 vedrørende tilbagebetaling af støtte i det tilfælde, hvor en ugeavis har modtaget støtte fra Ugeavispuljen, men i løbet af tilskudsåret lukkes eller sammenlægges med en anden ugeavistitel. Danske Medier mener, at der bør indføres en proportional tilbagebetaling, således at en ugeavis ikke pålægges at refundere det fulde støttebeløb, hvis ugeavisen har været aktiv i en del af støtteåret og derfor har haft redaktionelle udgifter i den pågældende periode.

Hvis en ugeavis for eksempel er udkommet 22 gange i et tilskudsår, foreslår Danske Medier, at der tilbagebetales 50% af støttebeløbet, svarende til halvdelen af det obligatoriske antal på 44 udgivelser i henhold til § 2, stk. 1 2). På denne måde sikres en retfærdig og forholdsmæssig tilbagebetaling, der tager hensyn til avisens aktivitet og redaktionelle udgifter i løbet af støtteåret.

Afsluttende bemærkninger

Danske Medier bemærker, at der er sket en sammenblanding af ordene 'ugeaviser' og 'publicistiske magasiner' i udkastet til en ny bekendtgørelse i §7.

Danske Medier bifalder §11, hvoraf det fremgår, at hvis en ugeavis én gang har modtaget redaktionel produktionsstøtte, vil ugeavisen ved efterfølgende ansøgningsrunder alene være forpligtet til at indsende de oplysninger, som fremgår til brug for beregning af tilskuddet for året. Dette fremgik ikke af den hidtidige bekendtgørelse, men vil medvirke til en lettere administration af Ugeavispuljen for både Slots- og Kulturstyrelsen og de ansøgende medier.

Afslutningsvis bemærkes det, at Danske Medier opfordrer til, at Slots- og Kulturstyrelsen snarest indkalder til evaluering af Ugeavispuljen for at klarlægge muligheder for forbedringer i ansøgningsprocedure til de kommende ansøgningsrunder mv.

Venlig hilsen

Marianne Bugge Zederkof

Konst. adm. direktør

Jarle Dalgaard Christensen

Fra: Gwyn Nissen <gn@nordschleswiger.dk>
Sendt: 8. januar 2024 18:59
Til: Jarle Dalgaard Christensen; Jan Opstrup Poulsen
Emne: Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157"

Vedr udkast til bekendtgørelse af mediestøtte

Hermed tillader jeg mig på vegne af Der Nordschleswiger at indsende høringsvar.

Jeg er vidende om, at flere medier er optaget af spørgsmålet om definitionen af hvilke medier der kan betegnes som "lokale medier". I den forbindelse foreslår nogle, at der bør tages udgangspunkt i antallet af lokale læsere.

Jeg vil gerne gøre opmærksom på, at Der Nordschleswiger på digitale medier skriver om lokale forhold i Sønderjylland - det er også her vores journalister har deres virke.

Men da vi udkommer på tysk har vi også et publikum syd for grænsen, ligesom mennesker fra mindretallet rundt omkring i verden følger med i deres hjemstavn. Derfor kan "lokale læsere" efter vores mening ikke udelukkende bruges som definition for "lokale medier".

Vi beder derfor om, at der tages hensyn til dette ved udarbejdelsen af bekendtgørelsen, så vi ikke rammes u hensigtsmæssigt.

Mit freundlichen Grüßen

Med venlig hilsen

Gwyn Nissen
Chefredakteur Der Nordschleswiger
Mob: 0045 2060 4564
Via iPhone

København den 9. januar 2024



Til Kulturministeriet

fremsendt pr. mail til

JDC@kum.dk

JOP@kum.dk

KUM@kum.dk

**Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet,
j.nr. 2023-7157**

Dansk Journalistforbund – Medier & Kommunikation, DJ, skal hermed komme med sit høringssvar til de fremsendte udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet:

DJ kan i det hele tilslutte sig udkast til bekendtgørelse om mediestøtte, bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, og bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner.

Vi henviser desuden til bemærkningerne i DJ's høringssvar vedrørende udkast til lov om mediestøtte, j.nr. 2023-4078 dateret den 10. august 2023.

Hvis dette høringssvar alligevel giver anledning til uddybende spørgsmål, hører vi dem gerne på mail DJ@journalistforbundet.dk.

Venlig hilsen
pva. Dansk Journalistforbund

Hans Jørgen Dybro
politisk konsulent

Dansk Journalistforbund
Medier & kommunikation

The Danish Union of Journalists

Gammel Strand 46
1202 København K
Danmark

+45 3342 8000
dj@journalistforbundet.dk
journalistforbundet.dk

Emdrup 22. december 2023

Hørings svar: Udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

Egmont Story House vil gerne rette en stor tak for anerkendelsen af magasiner som publicistiske medier i *Medieaftale for 2023-2026: Samling om frie medier og stærkt dansk indhold* for at sikre lige vilkår for medier i Danmark.

Redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner er en vigtig anerkendelse af, at "magasiner med publicistisk indhold bidrager til den offentlige debat og demokratiske samtale". Ligesom vi er glade for intentionen om, at der skal "gøres op med tilsandede tilskudsstrukturer i den danske mediestøtte og historisk betingede fordelingsmekanismer", hvor vi håber, at der kan skabes reel ligestilling i forhold til momsfritagelse.

Story House Egmont står bag populære magasiner og ugeblade som Euroman, Eurowoman, Alt for damerne, Hjemmet, Hendes verden, Her og Nu, Vores Børn, Rum og Gastro. Vores medier når godt to mio. danskere hver eneste uge – heraf mange, som ikke abonnerer på andre medier. Alle Story House Egmonts udgivelser er medlem af Pressenævnet og bliver lavet af uddannede journalister. Story House Egmont har godt 70 fastansatte journalister og dertil en lang række freelancere tilknyttet som er specialister indenfor en bred række emner.

Som alle andre medier er magasinerne udfordret af den nye medievirkelighed domineret af tech-giganter og ændrede forbrugsmønstre samt stigende udgifter og omstilling til digital, hvor der ikke er samme finansieringsmuligheder i form af annonceindtægter og abonnement. Den nye redaktionelle produktionsstøtte til publicistiske magasiner er derfor et vigtigt bidrag til at sikre et bredt og mangfoldigt medieudbud i Danmark.

Story House Egmont finder, at *Udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner* er en god ramme for udmøntningen, der tager højde for magasiner og ugeblades særlige publicistiske karakteristika.

Det er vigtigt at anerkende, at publicistiske magasiner omhandler bredt og mangfoldigt indhold af samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter, som bidrager til den offentlige oplysning, meningsdannelse og debat, ofte med udgangspunkt i en personlig vinkel og historie og med markante personligheder indenfor samfund, politik og kultur.

Følgende er Story House Egmonts konkrete bemærkninger:

§3-§4:

Story House Egmont bifalder afgrænsningerne i kapitel 2 for at adskille publicistiske magasiner fra medier, der allerede modtager produktionsstøtte mm. samt sikrer, at modtagere er uafhængige af partier og særinteresser og ikke overvejende annoncørbetalt indhold med reklame for øje, så der ikke skabes yderligere konkurrenceforvridende vilkår.

§4. stk.5-12:

Story House Egmont bifalder tilsvarende, at de omtalte emner er brede og dækkende for publicistiske magasiner og tager højde for, at journalistikken behandler en lang række emner, ofte med udgangspunkt i en personlig vinkel inden for kultur, samfund, sundhed, livsstil, sygdomme, arbejde og aktuelle politiske temaer samt kultur anbefalinger i form af bog-, musik, serie- og filmanmeldelser og interviews med kulturpersonligheder, erhvervsledere og politikere fra alle partier ud fra en mere personlig vinkel.

Det bemærkes også positivt, at §4 stk. 9 uddyber, at redaktionelt indhold kan forstås bredt i form af livsstil, mode, bolig, sundhed, børn, gastronomi, karriere, unge, teknologi, klima, bæredygtighed, debat, oplysning m.v.

Det er netop bredden, der gør ugeblade og magasiner i stand til at ramme målgrupper, som ofte ikke abonnerer på andre medier, så der skabes et mix mellem alvorlige og aktuelle emner og interesseområder for at ramme målgruppen – på samme måde som public service-tv også rummer underholdningsprogrammer for at sikre en bred målgruppe.

§12 stk. 3.

Story House Egmont anbefaler, at opgørelsen af redaktionelle omkostninger følger vejledningen til medieproduktionsstøtte som beskrevet i *Vejledning om indberetning og dokumentation af redaktionelle omkostninger i forbindelse med produktionsstøtte i 2023*.

Story House Egmont vil gerne takke for det tilsendte udkast og den vigtige anerkendelse af publicistiske magasiner rolle.

Med venlig hilsen

Story House Egmont

Frank Vilstrup, direktør, consumer magazines
Marianne Gram, Magasin- og ugebladsdirektør
Kristoffer Dahy Ernst, ansv. chefredaktør, Euroman

Kulturministeriet
Att.: Jarle Dalgaard Christensen

09.01.2024

Vedr.: Høringssvar til udkast til Bekendtgørelse om mediestøtte

Flensborg Avis takker for muligheden for at afgive høringssvar og dermed kommentere det fremsendte udkast til bekendtgørelse.

Vi vil starte med at nævne, at vi fuldt ud bakker op om høringssvaret fra Danske Medier.

Vi vil derudover meddele, at vi er glade for, at mindretalsaviserne Flensborg Avis og Der Nordschleswiger atter er medtænkt og eksplicit nævnt i kapitel 2 §3 stk. 2 nr. 3. Dette sikrer, at også mindretalsaviserne med deres specielle rolle med fokus på forholdene i og for mindretallene tilgodeses og støttes tilsvarende.

Vi er glade for forligspartiernes ønske om at støtte den demokratiske samtale med speciel fokus på de lokale og regionale dagblade.

Vi ser frem til også fortsat at kunne modtage mediestøtte med den for os så vigtige fokus på det lokale og regionale, som er af afgørende betydning for huset i al almindelighed og for vores abonnements- og læserkreds i særdeleshed.

Flensborg, 09.01.2024



Thorsten Kjærsgaard
Økonomidirektør

Jarle Dalgaard Christensen

Fra: Sabrina Nadia Amtrup Jørgensen
Sendt: 17. december 2023 22:06
Til: Jarle Dalgaard Christensen; Jan Opstrup Poulsen
Emne: Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157

Til Kulturministeriet

Forbrugerombudsmanden har modtaget jeres høringsbrev af 8. december 2023 med anmodning om eventuelle bemærkninger til udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet:

- bekendtgørelse om mediestøtte
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

Forbrugerombudsmanden har ikke bemærkninger.

Med venlig hilsen
På Forbrugerombudsmandens vegne

Sabrina Amtrup

Fuldmægtig, cand.jur.

Direkte tlf.: 4171 5338

E-mail: snaj@forbrugerombudsmanden.dk



Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf. +45 4171 5151

Se vores *privatlivspolitik* på forbrugerombudsmanden.dk

Fra: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>
Sendt: 8. december 2023 14:59
Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Jan Opstrup Poulsen <jop@kum.dk>
Emne: Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet (høringsfrist d. 9. januar 2024)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet:

- bekendtgørelse om mediestøtte
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

Der er frist for at afgive høringssvar d. 9. januar 2024.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen

Chefkonsulent

Kulturministeriet | Nybrogade 2 | 1203 København K
41 39 38 98 | jdc@kum.dk | www.kum.dk

Høringsvar redaktionel produktionsstøtte publicistiske magasiner

Forbrugerrådet Tænk har modtaget høring over tre udkast til bekendtgørelser på mediestøtteområdet. Vores bemærkninger knytter sig primært til bekendtgørelsen vedrørende redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner.

Overordnet støtter vi udkastet til bekendtgørelsen, herunder de bagvedliggende formål fra Medieaftalen for 2023-2026 om at medierne spiller en aktiv rolle i forhold til den demokratiske samtale, og at det er vigtigt at understøtte mediemangfoldighed. Vi støtter op omkring etableringen af en pulje til magasiner med publicistisk indhold af samfundsmæssig relevans og som i dag ikke modtager mediestøtte eller er omfattet af nulmomms. Vi mener, at magasiner med publicistisk indhold også bidrager til den offentlige debat og demokratiske samtale og derfor er med til at skabe mediemangfoldighed til gavn for de danske forbrugere.

Forbrugerrådet Tænk ser oprettelsen af en pulje til magasiner med publicistisk indhold af samfundsmæssig relevans, som et udtryk for et politisk ønske om også at kunne give støtte til magasiner. Vi mener dog, at udkastet til bekendtgørelse på enkelte punkter sætter krav op, som i praksis vil begrænse mediepluralismen i Danmark, til skade for de danske medieforbrugere

Forbrugerrådet Tænk noterer sig, at der med bekendtgørelsens § 3 indføres en begrænsning for tilskudsmodtager således, at denne ikke kan modtage tilskud efter flere ordninger. Forbrugerrådet Tænk ønsker, at der indføres en mulighed for, at man efter at have modtaget tilskud fra Bladpuljen også kan ansøge Magasinpuljen og få tilskud herfra, mod en modregning af tilskuddet fra Bladpuljen. Dette kan eventuelt ske i form af en overgangsordning. Baggrunden for dette er, at der efter Forbrugerrådet Tænks vurdering kan være flere potentielle ansøgere, som har svært ved at vurdere, om de har mulighed for tilskud efter den nye ordning, og som derfor vil blive afskåret fra at søge, hvis den nuværende formulering i § 3 fastholdes idet Bladpuljen tidsmæssigt ansøges og uddeles først på året.

Formuleringen af § 3, stk. 2 nr. 5 kan efter Forbrugerrådet Tænks opfattelse skabe uklarhed om, hvorvidt der kan ydes støtte til publicistiske magasiner, der udgives af en forening eller en organisation. Dette vil vi opfatte som et unødigt formelt krav, da det i praksis udelukker støtte til udgivere af publicistiske magasiner som stammer fra foreninger og organisationer, herunder Forbrugerrådet Tænks eget magasin. Det centrale bør være at se på indholdet af magasinet, da det er dette som er det væsentlige for modtageren – altså medieforbrugeren – ikke hvilken organisationsform udgiveren måtte have. Dette understøttes også af § 2, nr. 4, hvor det nævnes at udgiveren kan være en forening. § 3, stk. 2, nr. 5 taler dog om *publikationer*, men da dette ikke er defineret andetsteds i bekendtgørelsen bliver hensigten og formuleringen noget uklar.

Bekendtgørelsen om mediestøtte taler om indhold, der er redigeret til et *"dansk publikum"*.

Bekendtgørelsen vedrørende redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner nævner blandt andet i § 4, stk. 1, nr. 8 at det publicistiske magasin skal være redigeret til et *"bredere dansk publikum"*. Det fremstår for Forbrugerrådet Tænk uhensigtsmæssigt, at arbejde med to forskellige begreber i forhold til modtagerne, medmindre det klart defineres, hvad hensigten hermed er, og hvordan et *"bredere publikum"* skal forstås. Vi mener, det i øvrigt i sin nuværende form vil være vanskeligt at definere, kontrollere og føre tilsyn med for Medienævnet, hvorfor en ensretning af begreberne virker mere hensigtsmæssig.

I § 4, stk. 2, nr. 3 og 4's stilles der krav om, at der skal være et selvstændigt brand og mulighed for at der kan abonneres særskilt på magasinet. Disse anser Forbrugerrådet Tænk som unødige formalistiske krav, der i praksis ikke vil understøtte mediemangfoldighed for de danske forbrugere og som i øvrigt vil være vanskelige at definere, kontrollere og føre tilsyn med for Medienævnet. Hvis magasinet eksempelvis indgår i et medlemstilbud eller på anden måde giver andre fordele, sådan som Forbrugerrådet Tænks magasin gør, så vil det være uklart, om magasinet med den nuværende formulering vil være omfattet.

Vi står til rådighed, hvis I har spørgsmål eller kommentarer til ovenstående.

Venlig hilsen

Esben Grønberg Geist
Konstitueret direktør

Marie Frank-Nielsen
Seniorjurist

Kulturministeriet

Nybrogade 2

1203 København K

sendt via e-mail til jdc@kum.dk og jop@kum.dk

Sønderborg, 8. januar 2024

HØRINGSSVAR: Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

Foreningen af lokale, fritstående, journalistiske internetmedier takker for, at vi må komme med vores bemærkninger til 'Udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser'. Nedenfor følger vores kommentarer.

Det glæder os meget, at den redaktionelle produktionsstøtte til ugeaviser fremover bliver en integreret del af mediestøtteområdet. Sidste års tildeling af redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser viser, at flere hyper-lokale, digitale medier fik tilsagn om støtte og dermed øget økonomi til at publicerer endnu mere lokalt originalt indhold.

Det er foreningens overbevisning, at fremtidens lokale medielandskab i højere grad kommer til at bestå af hyper-lokale digitale medier, som kun vil udkomme digitalt fremfor de traditionelle print ugeaviser.

I fremtiden er der derfor i højere grad brug for at understøtte etablering og udvikling samt drift af de små, hyper-lokale digitale journalistiske medier, som allerede i dag er i hård konkurrence med særligt Meta (Facebook) om såvel læsere som annoncekunder.

De små hyper-lokale digitale medier sikrer, at borgerne i særligt de små- og tyndt befolkede områder, fortsat har adgang til lokal kvalitetsjournalistik også selvom læsertallene er små, og dermed den potentielle annonceomsætning er lille.

Da omkostninger til originalt hyper-lokalt kvalitetsindhold er høje, er det dermed vanskeligt at få en bæredygtig økonomi, der kan hænge sammen, for de små hyper-lokale medier.

Intentionen med 'redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser' må være, at der publiceres mere originalt lokalt indhold, som ikke er publiceret i andre medier tidligere. Det kan de lokale medier sikrer i højere grad hvis de økonomiske rammer forbedres.

Foreningen har derfor følgende forslag til, hvordan beregningsmetoden af den redaktionelle produktionsstøtte til ugeaviser der publicerer **originalt, eksklusivt og første gangs publiceret** indhold, kan forbedres.

TILFØJELSE TIL KAPITEL 4: UDMÅLING AF STØTTE

Såfremt ugeavisen har et indhold, hvor mindst 40 pct. af det redaktionelle indhold er **originalt, eksklusivt og første gangs publicering** af selvstændigt journalistisk bearbejdet indhold, der publiceres i den pågældende ugeavis, øges beregningsgrundlaget for tildeling af støtte ved, at de redaktionelle omkostninger øges med en faktor 1,75.

Forklaring:

- **Originalt** betyder, at det er mediets egne redaktionelle medarbejdere ansat hos ugeavisen, der har udviklet, produceret og publiceret indholdet. Indholdet kan således ikke købes eksternt fra bureau eller lignende.
- **Eksklusivt** betyder, at det redaktionelle indhold udelukkende og kun publiceres i den pågældende ugeavis én gang.
- **Første gangs publicering** betyder, at det redaktionelle indhold ikke tidligere er publiceret – eller efterfølgende vil blive publiceret - i andre medier end den pågældende ugeavis, såvel printmedier som digitale medier.

Eksempel på udregning:

Hvis en ugeavis har redaktionelle omkostninger på 650.000 kroner, udregnes produktionsstøtte således, at beregningsbeløbet (redaktionelle omkostninger) ganges med 1,75 og beregningsgrundlaget vil således være 1.137.500 kroner.

Økonomisk konsekvens:

Med nuværende ordning vil ugeavisen modtaget 35 % af de redaktionelle omkostninger i produktionsstøtte, hvilket svarer til 227.500 kroner, mens der i denne af foreningens foreslåede model vil kunne tildeles 398.125 kroner i produktionsstøtte til den lokale ugeavis, som opfylder ovenstående indholdskriterier.

Denne model kendes allerede fra 'bekendtgørelse om mediestøtte', hvor beregningsgrundlaget for den redaktionelle produktionsstøtte, hvor de redaktionelle omkostninger for lokale og regionale nyhedsmedier vægtes med en faktor på 1,3. Vi mener dog, at faktor skal være højere, da den potentielle annonceomsætning er lavere for de hyper-lokale medier.

For de ugeaviser, der har under 40 pct. af det redaktionelle stof som er **originalt, eksklusivt og første gangs publicering** vil beregningsgrundlaget være 35 % af de redaktionelle omkostninger, som beskrevet i dette 'Udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser'.

Argumentation:

Blandt foreningens medlemmer er der en klar tilkendegivelse af, at såfremt produktionsstøtten til ugeaviser tilgodeser de lokale medier, der producerer originalt og eksklusivt indhold, vil det betyde en øgning af kvaliteten og mængden af den lokale journalistiske dækning af de områder i Danmark, som i fremtiden risikerer at være uden journalistisk dækning.

Således vil foreningens forslag på alle måder leve op til intentionen i denne bekendtgørelse om at styrke de lokale medier til glæde for danskere i alle dele af Danmark; også der hvor der i fremtiden ikke kan drives selvstændige, bæredygtigt økonomiske, lokale medier.

GENERELT

Sprogligt og redaktionelt bør hele bekendtgørelsen gennemgås, så den i højere grad indholdsmæssigt tager udgangspunkt i, at mange af de potentielle støtteberettigede medier er digitale medier og ikke print medier.

Et forslag kunne være at ændre betegnelsen 'redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser' til 'redaktionel produktionsstøtte til lokale medier' og herefter redaktionelt ændre i bekendtgørelsesteksten.

LOFT OG STØTTE PCT. ØGES FOR UGEAVIS PULJE PR. MEDIE

Ugeavis puljen for 2023 havde ca. 14 mio. kroner i ubrugte midler og derfor foreslår foreningen, at tilskud øges til maksimalt at udgøre 45 pct. af ugeavisens redaktionelle omkostninger, mod de nævnte 35 pct, og at loftet hæves til 500.000 kroner pr. medie, mod de nævnte 350.000 kroner pr. medie.

Eventuelle ubrugte midler fordeles ligeligt mellem alle de medier, der har modtaget positivt tilsagn om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser.

KONCERNSTØTTELOFT FOR UGEAVIS PULJE

For at sikre, at så mange lokale medier som muligt kan opnå støtte fra ugeavispuljen, og at de enkelte støttebeløb er tilstrækkelige til at skabe en økonomisk bæredygtighed for de lokale medier, foreslår vi, at der indføres et koncernstøtteleft for modtagelsen af redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, som kendes fra 'bekendtgørelse om Mediestøtte'.

Konkret foreslår vi, at der indføres et koncernstøtteleft på 1.500.000 kroner for modtagere af redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, pr. koncern.

Ved beregningen af koncernstøtteleftet betragtes alle koncernforbundne virksomheder, der modtager redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser.

EKSTRA ORDINÆR STØTTE FRA UBRUGTE 2023 MIDLER

De ca. 14 mio. kroner i ubrugte midler fra Ugeavisen puljen i 2023 foreslås uddelt ekstraordinært i 1. kvartal 2024 til de medier, der modtog støtte fra Ugeavispuljen i 2023.

Midlerne uddeles ligeligt mellem alle medierne svarende til omkring 110.000 kroner til hvert af de 127 medier, der modtog støtte fra Ugeavispuljen i 2023. Alle medier får uddelt det ekstraordinære støttebeløb også selvom loftet på 350.000 kroner pr. medie overstiges.

Vi ser frem til at se den endelig bekendtgørelse, og vi stiller os naturligvis til rådighed for yderligere drøftelser.

Venlig hilsen
Foreningen af lokale, fritstående, journalistiske internetmedier

Michael Kjær, formand

Telefon: 31107887

Mail: formand@lokaleinternetmedier.dk

Web: www.lokaleinternetmedier.dk

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Att.: Chefkonsulent Jarle Dalgaard Christensen
Pr. e-mail: jdc@kum.dk; jop@kum.dk

9. januar 2024

Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157

Kære Jarle

Tak for muligheden for at kommentere denne høring.

Af § 8 i alle tre bekendtgørelser fremgår det, at der skal vedlægges en revisorpåtegnet erklæring. Det fremgår samtidig, at den revisorpåtegnede erklæring til enhver tid skal følge bekendtgørelsen om godkendte revisorers erklæringer og de af Medienævnet udarbejdede vejledninger herom. Det vil være relevant at specificere i lovteksten eller vejledningen, hvilken grad af sikkerhed revisor skal erklære sig med (høj grad af sikkerhed, begrænset sikkerhed eller ingen sikkerhed).

Hvis man er omfattet af § 12 i de tre bekendtgørelser, skal revisor afgive en erklæring på et budget. Budgeterklæringen kan afgives med forskellig grad af sikkerhed fra revisor, så det kunne med fordel præciseres i paragraffen, hvilken grad af sikkerhed revisors erklæring skal give.

Hvis vores bemærkninger giver anledning til spørgsmål eller uddybning, står vi naturligvis gerne til rådighed.

Med venlig hilsen

Kasper Frølich Kristensen
Chefkonsulent, statsaut. revisor

FSR – danske revisorer
Slotsholmsgade 1, 4. sal
DK - 1216 København K

Telefon +45 7225 5703
fsr@fsr.dk
www.fsr.dk

CVR. 55 09 72 16
Danske Bank
Reg. 9541
Konto nr. 2500102295



Frederiksberg, den 9. januar 2024

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet

Globalnyt takker for invitationen til Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet.

Globalnyt vil gerne gøre opmærksom på vigtigheden af det globale udsyn. Vi anerkender vigtigheden af at støtte det lokale medier og ugeaviser, men vil også gerne gøre opmærksom på vores niche, som er det globale fokus.

Globalnyt udgives af den almennyttige forening "Globalnyt", som blev oprettet i 2003 med det folkeoplysende formål at styrke den demokratiske samtale om Danmarks internationale engagement ved "at øge den danske befolknings viden om globale spørgsmål". Globalnyt er Danmarks førende, gratis nyhedstjeneste om verden i udvikling og Danmarks internationale engagement. Globalnyt dækker Danmarks udviklingssamarbejde og internationale engagement, global politik, klima, rettigheder, innovation, kultur og trends fra Arktis til Afrika, Asien, Mellemøsten og Amerika. Globalnyt udkommer med tre ugentlige nyhedsbreve, artikler på websiden, Globalnyt.dk, foruden at vi producerer podcasts, videoindslag og nyheder til sociale medier. *Vi anerkender vigtigheden af opdeling mellem det skrevne og lyd og billede, men det kan virke uhensigtsmæssigt, at det i så høj grad bliver stillet op på bekostning af hinanden.*

Globalnyt vil gerne benytte lejligheden til at henlede opmærksomheden på, at det er vitalt, at Mediestøtteordningens forskellige puljer fortsat kan søges af landsdækkende, digitale medier, der arbejder med fokuserede dagsordener, som appellerer til målgrupper i alle aldre og på tværs af landet, og som tør se og formidle Danmark fra en global position.

Igennem de sidste 20 år har vi opbygget en artikelbase på +55.000 artikler, som også benyttes af skoler, ungdomsuddannelser og andre medier. Dette skyldes dels artiklernes indholdsmæssige tyngde og det forhold, at Globalnyts artikler er tilgængelige for alle. Vi gemmer os af princip ikke bag en betalingsmur.

Som en non-profit forening og et gratismedie værdsætter Globalnyt meget både den produktionsstøtte og den innovationsstøtte, som vi har modtaget i flere år gennem den nuværende mediestøtteordning. Senest har Medienævnet imødekommet vores ansøgning om udviklingsstøtte, da ansøgningen opfylder betingelserne i

mediestøttebekendtgørelsens § 1 og § 3, stk. 1 nr. 1 og nr. 3-9. Nævnet lagde i den forbindelse vægt på, at Globalnyt har særlig betydning for børn og unge. *Fokus på børn og unge er et godt eksempel på et tværgående formål, som det er vigtigt, at fremtidens mediestøtte fortsat støtter.*

Danmark står over for en stor kommunikativ opgave med at skabe forståelse blandt danskerne for, at vi skal optrappe vores engagement i verden. Danmarks situation formes i ekstrem grad af den globale udvikling – det være sig politisk, klimamæssigt, sikkerhedsmæssigt, samt følgevirkningerne heraf fx i form af globale migration. Derfor udgør det globale perspektiv og dets sammenhæng til det nationale og lokale en parameter, som nødvendigvis kun vil skærpes i mediernes rolle i den demokratiske samtale i Danmark fremover. *Vi anerkender, at der er forskel på redaktionelt indhold og blogs/debatter, men vil gerne anføre, at der er et stort behov for moderere og bearbejde blogs og debatter, hvilket bør tælle med som støtteberettiget, redaktionel aktivitet.*

Et nichemedie som Globalnyt hver dag med globale og internationale nyheder fra dele af verden, som ikke altid finder vej til den danske mainstream nyhedsstrøm. Globalnyts nyheder og andre medieprodukter er alle journalistisk gennemarbejdede produkter, som skaber fundamentet for *en kvalificeret debat om Danmarks rolle i verden.*

Globalnyt vil gerne pege på, at modtagerne af produktionsstøtten ikke er en homogen gruppe, men omfatter alle medier fra de største nationale erhvervsmediehuse til små digitale nichemedier som Globalnyt. Globalnyt kommer ikke i nærheden af at ramme støtteloftet på 12 mill. kr. *Vi vil derfor gerne foreslå, at man i beregningsgrundlaget for den redaktionelle produktionsstøtte foreslår at vægte de redaktionelle omkostninger for mindre (niche-)medier med en faktor på 1,3, hvilket kunne øge grundbidraget i den generelle produktionsstøtte til mindre, specialiserede medier.*

Til sidst vil Globalnyt sætte spørgsmålstejn ved minimumsgrænsen på 6 magasiner om året i "Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner". I et mættet marked giver det bestemt mening med udgivelser med et længere perspektiv, og som udgiver fx på årlig eller halvårlig basis med gode, perspektivrige analyser og de vigtigste trends og tendenser. The Economists "World Ahead" er et godt eksempel. I Norge er der Panoramas halvårlige magasin. Og i Danmark kunne man pege på Medietrends (årligt), Filmmagasinet Ekko (4 gange om året) og flere andre medier med stor læserappel, høj kvalitet og levetid.

Et årligt eller halvårligt magasin ville også i højere grad tilgodese moderne digitale medier, som har sit primære output digitalt, men som også gerne vil møde sit publikum fysisk en gang imellem med særligt gennemarbejdede artikler med et langt liv – og give sine læsere noget helt særligt indimellem. Det er nemlig sådan, at man kender de bedste digitale historier. De er også relevante måneder og år efter. Hvorfor ikke huske den logik i det trykte?

Globalnyt stiller sig gerne til rådighed med viden og indsigt i forbindelse med det videre arbejde.

Venlig hilsen



Lisbet Fich
Forperson for bestyrelsen

Kulturministeriet

Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet

Kulturministeriet har ved e-mail af 8. december 2023 anmodet om bemærkninger til udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet.

GRAKOM har nedenstående bemærkninger og spørgsmål.

Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

1. Nyhedsmedier

Lov nr. 1558 af 12. december 2023 om ændring af lov om mediestøtte indledes med:

”§ 1. Tilskud til trykte nyhedsmedier og skrevne internetbaserede nyhedsmedier kan ydes som

- 1) redaktionel produktionsstøtte, jf. §§ 3-5,*
- 2) redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, jf. §§ 5 a,*
- 3) redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner, jf. § 5 b...”.*

Det er uklart for GRAKOM, hvorledes begrebet ”nyhedsmedier” skal forstås i forhold til publicistiske magasiner. GRAKOM har ikke fundet vejledning herom i lovforslagets bemærkninger. Begrebet ses heller ikke anvendt i udkastet til bekendtgørelse.

GRAKOM lægger til grund, at begrebet ”nyhedsmedier” ikke har selvstændig betydning for afgrænsningen af de støtteberettigede magasiner omfattet af lovens § 5 b, hvilket lovens høringsnotat af 28. august 2023, pkt. 11, sidste afsnit synes at bekræfte var hensigten.

2. Skrevne nyheder

Det er uklart for GRAKOM, hvorvidt lovens § 1, stk. 2 finder anvendelse på magasiner omfattet af lovens § 5 b.

GRAKOM lægger til grund, at lovens § 1, stk. 2 ikke finder anvendelse på magasiner omfattet af lovens § 5 b, hvorfor loven ikke stiller krav om, at skrevne nyheder skal udgøre en betydelig del af magasinets indhold.

3. Ansøgninger efter flere regelsæt

Udkastets § 3, stk. 1 angiver, at tilskud alene ydes til magasiner, der ikke samtidig modtager tilskud i form af bl.a. redaktionel produktionsstøtte efter lovens §§ 3-4.

GRAKOM lægger til grund, at et medie kan søge tilskud efter flere af lovens regelsæt for samme tilskudsperiode, fx efter lovens § 3 om nyhedsmedier og § 5 b om publicistiske magasiner. For det tilfælde at Medienævnet måtte godkende flere af samme medies samtidige ansøgninger, bør det præciseres, at det må være op til mediet selv at træffe beslutning om, hvilket regelsæt mediet ønsker at opnå støtte efter.

4. Årsværk

Udkastets § 4, stk. 1, nr. 2 betinger, at magasinet på redaktionen har redaktionelle medarbejdere, som udgør minimum tre lønnede årsværk.

Betingelsen udelukker magasiner, som opfylder lovens formål om at støtte magasiner, der bidrager til den offentlige oplysning, meningsdannelse og debat.

Kravet om minimum tre lønnede årsværk svarer til betingelserne for nyhedsmediernes efter lovens § 3 og § 5, stk. 1, nr. 2 i udkast til bekendtgørelse om mediestøtte.

Magasiners redaktionelle stof produceres typisk af skribenter, der har dyb faglig indsigt i stoffet, typisk baseret på forskning, uddannelse og/eller langvarig beskæftigelse med nær relation til stofområdet. Derfor kommer en stor del af de redaktionelle indholdsleverandører til magasinerne fra en mangfoldig og bred skare, der typisk har deres hovedsagelige beskæftigelse andre steder end på magasinets redaktion.

Udkastets § 4, stk. 3, sidste punktum afskærer mediet fra at medtælle freelancemedarbejdere ved opgørelsen af redaktionelle årsværk. Kravet om minimum tre årsværk kan motivere magasiner til at tilknytte freelancere i konstruktioner med atypiske ansættelsesforhold, typisk baseret på deltids- og/eller korttidsansættelser alene for at opfylde kriteriet om minimum tre lønnede årsværk.

Udkastets § 4, stk. 4 åbner op for at kunne fravige kravet om minimum tre lønnede redaktionelle årsværk ved ulønnede medarbejdere.

GRAKOM anser det for ulogisk, at kravet om lønnede årsværk kan fraviges med ulønnede årsværk, ikke mindst når betalte freelancere ikke må medtælles.

GRAKOM frygter, at adgang til at medtælle ulønnede medarbejdere motiverer til konstruktioner alene begrundet i et ønske om at opfylde kravet om et mindste antal årsværk.

GRAKOM savner en afklaring af, hvilke særlige hensyn der berettiger en dispensation efter udkastets § 4, stk. 4.

GRAKOM opfordrer til, at bekendtgørelsens bestemmelser om et mindste antal årsværk genovervejes. GRAKOM foreslår, at bekendtgørelsen i stedet anvender en model, hvorefter der i stedet indføres et krav om redaktionelle omkostninger af et vist minimum for at være støtteberettiget.

5. Breder dansk publikum

I GRAKOMs høringsvar af 10. august 2023 til udkast til ændring af lov om mediestøtte undrede vi os over, at støtte forudsatte, at magasinet *"er redigeret til et bredere dansk publikum"*. Vi kunne ikke genfinde kriteriet i Mediaaftalen af 14. juni 2023 og efterlyste oplysninger om formålet med og betydning af kriteriet.

Kriteriet indgår nu i lovens § 5 b, stk. 1, nr. 1. § 5 b, stk. 5, som overlader det til kulturministeren at fastsætte regler om, hvad der anses som et bredere dansk publikum. Lovforslaget indeholder i øvrigt ikke fortolkningsbidrag til kriteriet.

Udkastets § 4, stk. 12 beskriver, hvad der anses som et bredere dansk publikum. Bestemmelsen indledes med en positiv beskrivelse af kriteriet med ordene:

"... henvender sig til og kan tilgås af et bredere dansk publikum".

Efter GRAKOMs opfattelse bidrager beskrivelsen ikke til opklaringen af, hvad der menes med et *"bredere dansk publikum"*.

Bestemmelsen afsluttes med en negativ afgrænsning af kriteriet med ordene:

"... og ikke alene er rettet mod eller forudsætter tilhørsforhold til bestemte erhvervs- og faggrupper, medlemmer af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer, politiske partier eller ansatte i offentlige institutioner."

Det anførte svarer til udkastets § 3, stk. 2, nr. 3, der omhandler magasiner, der ikke ydes støtte til. Efter GRAKOMs opfattelse yder den negative afgrænsning af kriteriet ikke noget væsentligt merbidrag til forståelsen.

Hvis kriteriet skal have et selvstændigt indhold, bør indholdet heraf fastsættes i bekendtgørelsen og ikke blot overlades til Medienævnets praksis.

GRAKOM tilslutter sig Medienævnets ønske om en styrkelse af nævnets kompetencer inden for magasinområdet. GRAKOM foreslår, at det sikres, at et eller flere af nævnets medlemmer har særlig ekspertise i magasinbranchen. GRAKOM bistår gerne med forslag til sådanne medlemmer.

6. Redaktionelle omkostninger

Udkastets § 12, stk. 3 angiver, at Medienævnet udarbejder en vejledning om, hvad der kan medregnes som redaktionelle omkostninger.

I GRAKOMs høringsvar af 10. august 2023 til udkast til ændring af lov om mediestøtte spurgte vi til, hvorvidt omkostningerne skulle opgøres som efter lovens § 3, stk. 3, og om de ville følge det anførte herom i Slots- og Kulturstyrelsens vejledning om indberetning og dokumentation af redaktionelle omkostninger i forbindelse med produktionsstøtte i 2023 af 1. september 2023.

GRAKOM bemærker, at udkastet ikke klarlægger, hvorledes de redaktionelle omkostninger opgøres. GRAKOM formoder, at omkostningerne opgøres på samme måde som for medier omfattet af lovens § 3.

Bekendtgørelse om mediestøtte

1. Nyhedsmedier

Udkastets § 1, stk. 1 angiver, at bekendtgørelsen finder anvendelse for tilskud, der ydes som redaktionel produktionsstøtte mv. til trykte nyhedsmedier og til skrevne internetbaserede nyhedsmedier.

GRAKOM lægger til grund, at bekendtgørelsen hverken helt eller delvist finder anvendelse på bedømmelse af ansøgninger om tilskud til publicistiske magasiner.

2. Redaktionelle årsværk

Udkastets § 5, stk. 4 åbner op for at kunne fravige kravet om minimum tre lønnede redaktionelle årsværk.

GRAKOM savner en afklaring af, hvilke særlige hensyn der berettiger en dispensation.

Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

GRAKOM har ikke bemærkninger hertil.

Med venlig hilsen


Carina Christensen

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Sendt pr. mail til jdc@kum.dk og mje@kum.dk

28. april 2023

Høringssvar fra JFM til Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106.

JFM takker Kulturministeriet for at give os anledning til at kommentere ministeriets udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser. Vi bakker op om høringssvaret indsendt af Danske Medier og vil derfor i dette svar kun understrege få, vigtige synspunkter.

Hele vejen gennem den flere år lange politiske proces frem mod det forslag, der nu er i høring, har der været enighed om, at støtten skulle tilgodeses trykte ugeaviser. Det er dem, som med 2.322.000 læsere hver uge (*Index Danmark/Gallup, helår 2022 / Målgruppe: 12 år+*) spiller den afgørende rolle for demokrati, lokal sammenhængskraft og oplysning om lokalsamfundene.

Det er i den grad også tilfældet i JFM. Vores cirka 60 ugeaviser læses hver uge af 988.000 læsere, og endnu mere betegnende for deres betydning er læsertallet pr. eksemplar på 0,94. Begge tal er stigende gennem de seneste år som udtryk for den meget store betydning for demokrati og sammenhængskraft, aviserne spiller i deres lokalområder, og de er opnået gennem en målrettet satsning på journalistikken, selv om vores ugeaviser de seneste år har mistet meget store millionbeløb i annonceindtægter.

Det er også de trykte ugeaviser, som lige nu står i så markant økonomisk krise, at mange af dem står til at lukke i de nærmeste måneder. Det skyldes en aktuel krise og en strukturel udfordring.

Den aktuelle krise skyldes markant øgede omkostninger til papir og distribution, og den skyldes inflationen, som har skabt en usædvanligt lav forbrugertillid. Det mærker ugeavisernes annoncører, som derfor holder igen med eller helt afstår fra at annoncere. Og annoncer er ugeavisernes eneste indtægtskilde.

Den strukturelle krise skyldes tech-giganter som Facebooks og Googles markant øgede markedsandel. Herunder ses de seneste 16 års udvikling, som den er opgjort i den årlige reklameforbrugsundersøgelse. 2022 og 2023 er prognoser.

Samlet annonceomsætning (MDKK)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022p	2023p	2019-2022	2019-2023
Dagblade	3.229	2.735	2.065	1.946	1.908	1.699	1.509	1.349	1.239	1.046	907	776	705	521	514	513	441	-27%	-37%
Ugeaviser	2.704	2.554	2.143	2.033	2.059	1.960	1.878	1.763	1.657	1.560	1.414	1.268	1.119	864	793	773	672	-31%	-40%
Magasiner	1.871	1.849	1.336	1.298	1.281	1.165	1.077	1.083	996	912	855	733	653	544	582	590	528	-10%	-19%
Årlige publ.	873	829	624	468	310	192	145	127	101	81	45	0	0	0	0	0	0		
Outdoor	473	516	491	499	537	452	409	394	405	397	422	483	524	419	479	625	631		
TV	2.516	2.431	2.059	2.256	2.517	2.350	2.211	2.170	2.203	2.184	2.159	2.065	2.055	1.870	2.300	2.257	2.122	10%	3%
Radio	285	250	217	232	270	278	288	307	329	371	388	409	379	369	371	379	368	0%	-3%
Podcast															24	29	34		
Biograf	56	56	53	59	59	67	70	68	85	91	88	93	113	57	74	120	113	6%	0%
Internet	2.688	3.085	3.147	3.624	4.144	4.543	4.924	5.458	6.138	6.718	7.357	8.060	8.499	8.900	10.622	11.721	12.031	38%	42%
Total	14.695	14.305	12.135	12.415	13.085	12.706	12.511	12.719	13.153	13.360	13.635	13.887	14.047	13.544	15.759	17.007	16.940		

Den forventede omsætning på ugeavisannoncering ventes i 2023 altså at falde med 40 procent i forhold til 2019, som var det seneste normal-år før corona.

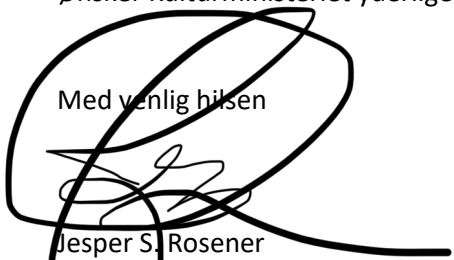
Derfor er det altafgørende for ugeavisernes overlevelse, at de kommer til at modtage en større andel af støttepuljen, end der er lagt op til i udkastet. Den mest effektive måde et opnå dette på, vil være at henvise digitale medier til at søge støtte fra andre ordninger som for eksempel produktionsstøtten og uddele hele puljen til de trykte ugeaviser med samme beløb til alle. Det vil forholdsmæssigt støtte de mindste og mest sårbare ugeaviser mest og de lidt større ugeaviser mindre.

Vi har gennem de seneste måneder set en række ugeaviser lukke. Hvis ikke udkastet til bekendtgørelse ændres, vil vi se flere lukninger, og vi vil se dem hurtigt, idet ugeavisernes aktuelle økonomiske situation er overordentligt alvorlig og i nogle tilfælde desperat. Også JFM vil i den situation blive nødt til at nedlægge ugeaviser.

Lukkede ugeaviser vil være til stor skade for demokratiet og sammenhængskraften i Danmark. De er yderst vigtige og i nogle lokalområder det eneste medie, som holder danskerne opdaterede om deres nære samfund. Lukkede ugeaviser vil også gøre det sværere for mindre virksomheder og specialbutikker at markedsføre sig og dermed overleve.

Ønsker Kulturministeriet yderligere oplysninger, står jeg naturligvis til rådighed.

Med venlig hilsen



Jesper S. Rosener
Adm. direktør / CEO
Mobil: +45 21 77 20 32
E-mail: jsr@jfm.dk

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Sendt pr. mail til mbj@kum.dk og jdc@kum.dk.

10. august 2023

Høringssvar fra JFM til Høring over lovudkast – ændring af lov om mediestøtte, j.nr. 2023 – 4078.

JFM (tidligere Jysk Fynske Medier) takker for lejligheden til at kommentere på lovforslaget om ændringer af mediestøtten. Vi henviser i det hele til høringssvaret fra vores brancheorganisation, Danske Medier, men har derudover behov for selvstændigt at fremføre enkelte synspunkter.

Helt overordnet vil vi udtrykke vores tilfredshed med lovforslaget. Vi er glade for, at der er indgået et bredt og forhåbentlig langtidsholdbart forlig, og vi finder langt den overvejende del af aftalen gavnlig for danske medievirksomheder og dermed for demokrati og sammenhængskraft i Danmark.

Det gælder i særlig grad den længe ventede omlægning af produktionsstøtten, som endeligt vil øge støtten til lokale og regionale medier. Det er glædeligt, at forligspartierne anerkender, at lokale og regionale medier spiller en særlig rolle for demokratiet i hele Danmark, og at deres økonomi er anderledes udfordret end landsdækkende mediers, fordi det er ekstra omkostningstungt at skulle være til stede også i mindre befolkede områder med journalister, der hver især betjener et langt mindre antal læsere end kolleger på landsdækkende medier, men som bærer den samme lønomkostning med sig.

Vi er også glade for den allerede tidligere indgåede og i lovforslaget bekræftede aftale om støtte til lokale ugeaviser, som spiller samme vigtige rolle som lokale dagblade, og som er specielt økonomisk udfordrede lige nu og fortsat vil være det i de kommende år.

Ikke desto mindre er der tre forhold i lovforslaget, som ikke vil øge lokale og regionale mediers mulighed for at støtte demokrati og sammenhængskraft i Danmark.

Det første forhold er koncernloftet på 90 millioner kroner i årlig produktionsstøtte, hvis formål ifølge lovforslagets bemærkninger er at sikre, at omfordelingen af produktionsstøtten kan ske, "uden at der derved skabes incitament til øget koncentration af lokale og regionale medier, så der derved vil eksistere et mangfoldigt og relevant udbud af nyhedsmedier både lokalt, regionalt og nationalt".

Vi har behov for at understrege, at koncernloftet i yderste instans kan have den modsatte effekt og koste lokale og regionale medier livet i de kommende år, hvor det er rimeligt at antage, at konsolideringen i den del af mediebranchen, der har print som en væsentlig del af sin portefølje, vil fortsætte. Hvis en lokal eller regional medievirksomhed må opgive at fortsætte på egen hånd, kan det blive svært eller umuligt for en anden medievirksomhed at overtage eller fusionere med den nødlidende virksomhed, så dens udgivelser kan fortsætte, såfremt man ikke kan indregne dens produktionsstøtte i forretningsgrundlaget.

Dette scenarie er ikke en hypotetisk situation. Da JFM, dengang Jysk Fynske Medier, i foråret 2020 overtog Helsingør Dagblad, Lokalavisen Nordsjælland og 10 ugeaviser i København, som ejeren, North Media, ville lukke, hvis ikke de kunne sælges, var netop Helsingør Dagblads produktionsstøtte stærkt medvirkende til, at den videre drift blev økonomisk bæredygtig, så de mange lokale medier kunne fortsætte.

Uanset om en medievirksomhed er stor eller lille, og uanset antallet af udgivelser i en medievirksomhed, er det på grund af de aktuelt voldsomme strukturelle forandringer bort fra print og i retning mod det digitale lige udfordrende at opnå økonomisk bæredygtighed. Derfor bør størrelse og omsætning ikke være et parameter for at kunne opnå produktionsstøtte, hvis man ønsker at bevare lokale og regionale medier. JFM opfordrer derfor til, at man ikke indfører et concernloft for produktionsstøtten.

JFM har samme synspunkt, når det gælder forslaget om at indføre en omsætningsgrænse på 250 millioner kroner årligt som begrænsning på, hvilke medievirksomheder der kan søge tilskud fra innovationspuljen. I bemærkningerne til forslaget angives, at begrundelsen er "at understøtte udviklingen af nye mindre og uafhængige nyhedsmedier". Også her er det vores holdning, at størrelse ikke bør være nogen hindring for at kunne opnå støtte. Det vil tværtimod forhindre den helt essentielle satsning på at udvikle produkter, teknologier og markeder, hvis ikke støtte også kan gives til virksomheder, der målt på omsætning nok er større end de fleste på markedet, men som målt på økonomisk bæredygtighed har de samme udfordringer. Tværtimod er det formentlig ikke mindst i store virksomheder, man har de teknologiske og medarbejderfaglige ressourcer til at udtænke, iværksætte og ikke mindst gennemføre innovationsprojekter, hvis der blot kan opnås den fornødne støtte hertil. JFM opfordrer derfor til, at der ikke indføres et omsætningsloft for ansøgere til innovationspuljen.

Endelig skal JFM som nævnt indledningsvis udtrykke sin glæde over tankerne om at oprette en pulje til støtte for ugeaviser. Det er der et stærkt behov for med henblik på at sikre ugeavisernes vigtige rolle for nærdemokratiet og for små og mellemstore virksomheders mulighed for at markedsføre sig lokalt. Ikke desto mindre nødsages vi til at gentage de synspunkter, vi den 28. april 2023 gav udtryk for i JFM's høringsvar til bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106.

Kernen i vores synspunkt er, at bekendtgørelsen i sin nuværende form i helt utilstrækkelig grad imødekommer de trykte ugeavisers behov. Det er ugeaviserne, som udgives på print, der er udfordret af stærkt stigende priser til papir og distribution, og hvis annoncemarked med uforandret hast formindskes af internationale tech-giganters fremmarch. Bekendtgørelsen lægger efter JFM's opfattelse i for høj grad op til at støtte lokale, digitale udgivelser, som ikke er ramt af øgede omkostninger, og hvis digitale annoncemarked ikke er i tilbagegang, men tværtimod vokser. Det er JFM's sikre overbevisning, at en gennemførelse af bekendtgørelsen i sin nuværende form vil koste en række af de mindste ugeaviser livet. Vi gør opmærksom på, at ugeaviserne på papir læses af 2,3 millioner danskere hver uge – heraf læses JFM's ugeaviser af 988.000. En del af disse danskere er ikke særligt digitale og vil derfor uden trykte ugeaviser måtte undvære information om deres nærsamfund. For uddybning henviser JFM til ovennævnte høringsvar af 28. april.

JFM er bekendt med, at flere landsdækkende dagblade m.v. problematiserer den foreslåede ordning i mediaaftalen, og at man i den forbindelse har fremført en række argumenter til støtte for, at ordningen er konkurrenceforvridende og i strid med EU's statsstøtteregele. JFM er uenig i de fremførte standpunkter og argumenter, og det er JFM's klare opfattelse, at ordningen er i overensstemmelse med statsstøtteregele. Kernen i vores analyse er følgende tre punkter: i) Den foreslåede ordning indebærer ikke EU-stridig diskrimination mellem de forskellige medier, eftersom der ikke forskelsbehandles mellem sammenlignelige virksomheder. Selv hvis der var tale om forskelsbehandling mellem sammenlignelige virksomheder, vil denne forskelsbehandling være objektivt begrundet i formålet om at sikre mediernes pluralitet og dermed den demokratiske samtale. ii) Den foreslåede ordning bliver ikke tildelt vilkårligt men derimod på baggrund af et skøn udøvet af Medienævnet. Det bemærkes, at Medienævnets skøn i relation til den nugældende redaktionelle produktionsstøtte er godkendt af Kommissionen.¹ iii) Den foreslåede fordeling efter § 3 a, og særligt stk. 8, sikrer, at der ikke sker en overkompensation ved tildelingen af støtte. Skulle problematiseringen, mod forventning og medførende store og alvorlige konsekvenser for lokale medier, resultere i overvejelser om endnu en udskydelse af de politiske intentioner om omfordeling af produktionsstøtte fra landsdækkende til lokale medier, står JFM til rådighed for drøftelse og sikring af gennemførelse af intentionerne. Dette så snart det er muligt og med formål at sikre den i mediaaftalen angivne omfordeling fra og med 2024.

For så vidt angår de elementer i lovforslaget, som ikke er adresseret i dette høringsvar, henviser vi som nævnt i indledningen til høringsvaret fra Danske Medier.

Skulle ministeriet ønske yderligere oplysninger eller uddybninger af vores høringsvar, står jeg naturligvis til disposition.

Med venlig hilsen

A large, stylized handwritten signature in black ink, which appears to be 'Jesper S. Rosener'. The signature is written over the printed name and contact information.

Jesper S. Rosener
Adm. direktør / CEO
Mobil: +45 21 77 20 32
E-mail: jsr@jfm.dk

¹ Kommissionens afgørelse vedr. statsstøtte, SA. 36366 (2013/N) – Denmark, Production and innovation aid to written media, af 20. november 2013, punkt 13. Det følger af forarbejderne til den nugældende støttelov, at det er et kriterium, at nyhedsmediet er et selvstændigt medie. Ifølge forarbejderne skal dette vurderes skønsmæssigt, LFF nr. 20 2013-10-02, Mediestøtte, specielle bemærkninger til § 3.

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Sendt pr. mail til mbn@kum.dk og jdc@kum.dk

16. august 2022

Høringssvar fra Jysk Fynske Medier til Høring over lovudkast – ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. og lov om mediestøtte, j.nr. 2022 – 3301.

Jysk Fynske Medier (herefter JFM) skal hermed indgive høringssvar til dokumentet ”Lovforslag om ændring af radio- og fjernsynsloven og lov om mediestøtte” (herefter medieforliget). I øvrigt bemærker vi, at JFM bakker op om det høringssvar, Danske Medier har indsendt.

Det er godt for mediebilledet i Danmark, at medieforliget tilgodeser de lokale og regionale medier i Danmark og dermed sikrer så levedygtige lokale medier som muligt, der kan fortsætte og udbygge deres vigtige bidrag til demokratiet og sammenhængskraften i befolkningen. Lokale dagblade, ugeaviser og nyhedssites er afgørende for udviklingen derude, hvor de fleste danskere bor. JFM udtrykker derfor stor anerkendelse af grundholdningen bag medieforliget.

Det rummer desværre også et element, som kan få den stik modsatte effekt: At lokale medier dør. Det drejer sig om koncernloftet, som fastlægger, at ingen medievirksomhed kan modtage mere end 90 millioner kroner i produktionsstøtte. Det er et loft, som alene JFM kommer tæt på at ramme. Vi har fået oplyst, at vores andel af produktionsstøtten formentlig vil udgøre 85-86 millioner kroner, når den nye støttemodel er trådt i kraft.

Hvis et koncernloft på 90 millioner kroner bliver gældende, vil det gøre det meget vanskeligt eller umuligt for JFM både at overtage og sikre den videre drift af nødlidende medievirksomheder og at starte nye medier op. Begge dele er sket inden for de seneste to år.

Vi var meget glade for at redde Helsingør Dagblad og ni lokale ugeaviser i Helsingør og København fra at bukke under, da ejeren, North Media, i 2020 ville lukke dem, hvis ikke de blev solgt. Handelen blev gennemført i foråret 2020, og siden har vi igangsat en meget nødvendig digitalisering af medierne, så de er blevet økonomisk levedygtige, hvilket ikke var tilfældet, før vi købte dem. I hovedstaden udgiver vi både på print og digitalt KøbenhavnLiv med lokaljournalistik om byens mange bydele. Vi har også udviklet de gamle printmedier. Blandt andet udkommer Helsingør Dagblad nu 365 dage om året, mens det før ikke udkom på søn- og helligdage. På den måde har vi sikret indbyggerne i Helsingør, Nordsjælland og store dele af hovedstaden og Amager daglig kvalitetsjournalistik om deres lokalområder.

Operationen var kun mulig, fordi vi kunne ”overtage” Helsingør Dagblads produktionsstøtte, som på det tidspunkt udgjorde 2,3 millioner kroner årligt. Uden den havde vi ikke kunnet regne en bæredygtig økonomi sammen, og de mange medier ville være blevet lukket.

Hen over sommeren 2021 åbnede JFM 24 nye, hyperlokale og udelukkende digitale nichemedier primært i bydele og kommuner i og omkring København og Aarhus, hvor der ikke fandtes daglig kvalitetsjournalistik. Nu udkommer de nye medier med vedkommende og væsentlig lokaljournalistik i områder, som ellers ville

være nyhedsørkener uden adgang til andre lokale nyhedskilder end lokale Facebook-grupper, hvor indholdet ikke er verificeret og faktatjekket.

Her er tale om en test af en ny forretningsmodel – kan man skabe en bæredygtig økonomi og et nyt lokalt sammenhold med hyperlokal journalistik, som kun udkommer digitalt? Vi kan allerede nu se, at det vil vare flere år, før vores investering måske viser sig bæredygtig – særligt i et marked, hvor hele branchen oplever mindre betalingsvillighed på grund af den stærkt stigende inflation. Også denne operation har kun været mulig, fordi vi kunne opnå produktionsstøtte til de nye medier og de mange journalistjob, vi oprettede.

Hvis vi i fremtiden skal leve med et concernloft, som forhindrer os i at modtage den samme produktionsstøtte, som vores konkurrenter modtager til deres lignende medier, vil det ikke alene være en forvriddning af konkurrencen via ulige fordelt statsstøtte. Det vil også betyde, at der med et concernloft vil være færre lokale medier i Danmark end uden et concernloft. Det kan betyde nyhedsørkener i Danmark, som ikke havde behøvet at opstå, og det er jo stik modsat den helt rigtige grundtanke i medieforliget – at lokale medier skal trives og udvikle sig.

JFM har svært ved at forstå hensigten med concernloftet. Vi er den største modtager af produktionsstøtte i Danmark, fordi vi med cirka 450 redaktionelle medarbejdere udgiver 14 lokale dagblade, ét landsdækkende dagblad og 63 ugeaviser - alle med tilhørende nyhedssites. Og da produktionsstøtten udregnes ud fra det enkelte medies redaktionelle omkostninger, vil udgiveren med de største omkostninger få den største støtte. Men ingen private tjener på vores medievirksomhed. Vi er fondsejede, og ejerne lader i langt overvejende grad vores beskedne overskud blive i virksomheden, så journalistikken kan finansieres og udvikles. Vi eksisterer ikke for at tjene penge, men for demokrati og sammenhængskraft i hele Danmark med udgangspunkt i det lokale.

JFM henleder opmærksomheden på, hvordan politikerne i de seneste år har ræsonneret omkring den maksimale størrelse på produktionsstøtte til den enkelte medievirksomhed. Da den nuværende støttelov blev udformet i 2013, diskuterede mediepolitikkerne at indføre et loft over støtten, men lod være, fordi de frygtede, at det ville gøre det svært at redde nødlidende lokalmedier ved at handle eller fusionere dem. Og den holdning gik igen, da det seneste medieforlig blev indgået i 2017: At sætte et loft ville være uforeneligt med det grundlæggende ønske om at sikre flest mulige lokale og levedygtige medier i Danmark.

Det anføres i mediaaftalen, at lokale og regionale medier er udfordrede, fordi annonceindtægter i stor stil er flyttet til de store internationale tech-giganters platforme, men det understreges samtidig, at man ønsker at fremtidssikre mediestøtten og dermed adgangen til frie og uafhængige medier og et relevant udbud både lokalt, regionalt og nationalt, der følger med befolkningens medievaner. Det er på baggrund heraf vores vurdering, at indførelsen af et concernloft ikke løser førnævnte problem, men derimod udgør en reel hindring for netop at fremtidssikre adgangen til et relevant udbud af særligt lokale medier, og at concernloftet således er uforeneligt med de tidligere politiske overvejelser, der ligger til grund for den redaktionelle produktionsstøtte.

Vi ønsker også at henlede opmærksomheden på, at JFM som det eneste store danske mediehus vil komme tæt på at ramme concernloftet. Det kan derfor overvejes, om EU-Kommissionen, når den påser, om det grundlæggende ligebehandlingsprincip er overtrådt, vil opfatte begrænsningen i støtten som 1) en usaglig forskelsbehandling, der skader den frie konkurrence på det indre marked, idet JFM reelt ikke kan foretage investeringer i nye mediehus uden at ramme concernloftet, og 2) om begrænsningen uforholdsmæssigt rammer enkelte virksomheder, idet JFM samtidig er den eneste aktør, der risikerer at blive ramt af begrænsningen.

I andet afsnit på side 28 i dokumentet "Lovforslag om ændring af radio- og fjernsynsloven og lov om mediestøtte" fremgår følgende:

"Koncernloftet kan medvirke til at hindre, at de største koncerner kan støttemaksimere ved at flytte redaktionelle omkostninger mellem medierne og dermed omgå beløbsloftet på 12,5 mio. kr. for landsdækkende nyhedsmedier og 18,5 mio. kr. for lokale og regionale nyhedsmedier."

JFM er umiddelbart eneste koncern, som står til at ramme koncernloftet. JFM har ét landsdækkende medie, Avisen Danmark, og modtager blot kr. 4,4 mio. i støtte til dette. Øvrige større koncerner har muligheden for at købe/etablere lokale medier og flytte redaktionelle omkostninger mellem medierne for at støtteoptimere – det hindrer koncernloftet ikke. Så dette afsnit er en meget teoretisk begrundelse for at indføre et koncernloft. I øvrigt er der et regelsæt, som man skal overholde i forbindelse med opgørelsen af omkostninger til de enkelte medier.

Afsluttende vil vi videregive nøgletal om den udvikling på det danske annoncemarked, som medieforliget ganske korrekt tager som udgangspunkt for erkendelsen af behovet for øget fokus på at støtte lokale og regionale medier. Tallene baserer sig på den årlige undersøgelse af annoncemarkedet i Norden foretaget af det uafhængige institut IRM.

I 2008 udgjorde det samlede danske reklamemarked 14.305 mio. kr.

- Heraf internet 21,6 % - 3.085 mio. kr.
- Heraf dagblade 19,1 % - 2.735 mio. kr.
- Heraf ugeaviser 17,9 % - 2.554 mio. kr.

I 2021 udgjorde det samlede danske reklamemarked 15.552 mio. kr.

- Heraf internet 68,3 % - 10.622 mio. kr.
- Heraf dagblade 3,3 % - 514 mio. kr.
- Heraf ugeaviser 5,2 % - 806 mio. kr.

Langt den overvejende del af væksten i internet-kategorien er gået til tech-giganterne. Vi kender dog ikke de præcise tal, da de ikke oplyser omsætning. Til gengæld er der ingen tvivl om, hvordan udviklingen har ramt de danske mediers annonceomsætning for dagblade og ugeaviser sammenlagt. Den er gået fra 5,289 milliarder kroner i 2008 til 1,320 milliarder kroner i 2021. Ret nøjagtigt en fjerdedel er tilbage.

Tallene viser med al ønskelig tydelighed de udfordringer, danske medier med historisk oprindelse i printudgivelser står over for. Medieforliget adresserer en række af disse udfordringer på konstruktiv vis, men et koncernloft vil for JFM – og alene for JFM – udgøre en stor og i mange tilfælde uoverstigelig forhindring både for opkøb af eller fusion med nødlidende medier, så udgivelse og bidrag til demokrati kan sikres, og for organisk vækst af egne medier eller opstart af nye medier.

Derfor opfordrer JFM til, at koncernloftet ikke indføres.

Med venlig hilsen



Jesper S. Rosener, Adm. direktør / CEO

Mobil: +45 21 77 20 32, E-mail: jsr@jfmedier.dk

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Sendt pr. mail til jdc@kum.dk og jop@kum.dk

9. januar 2024

Høringssvar fra JFM til Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157.

JFM takker for lejligheden til at kommentere på bekendtgørelserne på medieområdet.

Vi henviser i det hele til høringssvarene fra vores brancheorganisation, Danske Medier, men har derudover behov for selvstændigt at fremføre enkelte synspunkter.

Helt overordnet vil vi udtrykke vores tilfredshed med lovforslagene. Vi er glade for, at der er indgået et bredt og forhåbentlig langtidsholdbart forlig, og vi finder langt den overvejende del af aftalerne gavnlige for danske medievirksomheder og dermed for demokrati og sammenhængskraft i Danmark.

Bekendtgørelse om mediestøtte

JFM anbefaler, at det indarbejdede koncernloft på 90 millioner kroner i årlig produktionsstøtte afskaffes, og har i forbindelse med tidligere høringssvar, dateret den 16. august 2022 (Høringssvar fra Jyske Medier til Høring over lovudkast – ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. og lov om mediestøtte, j.nr. 2022 – 3301) og 10. august 2023 (Høringssvar fra JFM til Høring over lovudkast – ændring af lov om mediestøtte, j.nr. 2023 – 4078), argumenteret for dette.

Vi har behov for at understrege, at koncernloftet i yderste instans kan koste lokale og regionale medier livet i de kommende år, hvor det er rimeligt at antage, at konsolideringen i den del af mediebranchen, der har print som en væsentlig del af sin portefølje, vil fortsætte. Hvis en lokal eller regional medievirksomhed må opgive at fortsætte på egen hånd, kan det blive svært eller umuligt for en anden medievirksomhed at overtage eller fusionere med den nødlidende virksomhed, så dens udgivelser kan fortsætte, såfremt man ikke kan indregne dens produktionsstøtte i forretningsgrundlaget.

Uanset om en medievirksomhed er stor eller lille, og uanset antallet af udgivelser i en medievirksomhed, er det på grund af de aktuelt voldsomme strukturelle forandringer bort fra print og i retning mod det digitale lige udfordrende at opnå økonomisk bæredygtighed. Derfor bør størrelse og omsætning ikke være et parameter for at kunne opnå produktionsstøtte, hvis man ønsker at bevare lokale og regionale medier. JFM opfordrer derfor til, at man ikke indfører et koncernloft for produktionsstøtten.

JFM anbefaler, at afsnittet om, at virksomheder med en årlig omsætning over 250 millioner kroner ikke kan søge udviklingsstøtte, udgår, og har i forbindelse med tidligere høringssvar dateret den 10. august 2023 (Høringssvar fra JFM til Høring over lovudkast – ændring af lov om mediestøtte, j.nr. 2023 – 4078) argumenteret for dette.

JFM mener ikke, at størrelse bør være nogen hindring for at kunne opnå støtte. Det vil tværtimod forhindre den helt essentielle satsning på at udvikle produkter, teknologier og markeder, hvis ikke støtte også kan gives til virksomheder, der målt på omsætning nok er større end de fleste på markedet, men som målt på økonomisk bæredygtighed har de samme udfordringer. Tværtimod er det formentlig ikke mindst i store virksomheder, man har de teknologiske og medarbejderfaglige ressourcer til at udtænke, iværksætte og ikke mindst gennemføre innovationsprojekter, hvis der blot kan opnås den fornødne støtte hertil. JFM opfordrer derfor til, at der ikke indføres et omsætningsloft for ansøgere til innovationspuljen.

Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

JFM glæder sig over, at der er oprettet en pulje til støtte for ugeaviser. Det er der et stærkt behov for med henblik på at sikre ugeavisernes vigtige rolle for nærdemokratiet og for små og mellemstore virksomheders mulighed for at markedsføre sig lokalt. Ikke desto mindre nødsages vi til at gøre opmærksom på de synspunkter, vi den 28. april 2023 gav udtryk for i ”Høringssvar fra JFM til Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106”.

Kernen i vores synspunkter er, at bekendtgørelsen i sin nuværende form i højere grad bør imødekomme de trykte ugeavisers behov. Det er ugeaviserne, som udgives på print, der er udfordret af stærkt stigende priser til papir og distribution, og hvis annoncemarked med uforandret hast formindskes af internationale tech-giganter fremmarch.

På Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside kan man konstatere, at det desværre langt fra er hele ugeavispuljen på 43,1 millioner kroner, som kommer til udbetaling i tilskudsåret 2023. I alt bliver der udbetalt cirka 29 millioner kroner til 127 ugeaviser. Det betyder, at cirka 14 millioner kroner af de afsatte midler i puljen ikke bliver anvendt til det, de er tiltænkt: At støtte lokaljournalistikken i de lokale ugeaviser og dermed understøtte ugeavisernes betydning for lokalsamfundene.

Der var stor politisk opbakning til ugeavispuljen og beløbet på 43,1 millioner kroner, og derfor må det være direkte imod den oprindelige hensigt med ordningen, at der efter udbetalingen stadig er så mange ubrugte midler i puljen. Puljen er blevet udbetalt i form af et tilskud på op til 35 procent af de redaktionelle omkostninger og med et titelloft på 350.000 kroner, men eftersom det ikke har medført, at puljen er blevet tømt efter hensigten, foreslår JFM et supplement til den nuværende ordning.

Dette supplement bør være et produktionsbidrag til de ugeaviser, som udkommer på print. Denne gruppe af ugeaviser udgør i forvejen det altoverskyggende flertal på listen over støtteberettigede titler og er derfor uden sammenligning den ugeavis-gruppe, som har de største læsertal og den største betydning for

lokalområderne. Samtidig har printugeaviserne de største omkostningsudfordringer i form af udgifter til tryk og distribution.

Den supplerende fordelingsmetode ville betyde, at man først ville kunne udbetale støtte efter 35%-reglen, og derefter ville man så ligeligt kunne fordele de resterende midler i puljen til samtlige af de støtteberettigede printugeaviser og dermed få anvendt hele puljen til det tiltænkte formål. Samtidig ville det forholdsmæssigt støtte de mindste og mest sårbare ugeaviser mest og de lidt større ugeaviser mindre.

Vi har gennem de seneste måneder set en række ugeaviser lukke rundtom i Danmark. Senest har JFM i december 2023 selv været nødsaget til at lukke 11 lokale ugeaviser. Der er ingen tvivl om, at lukkede ugeaviser er til stor skade for demokratiet og sammenhængskraften i Danmark i almindelighed og lokalsamfundene i særdeleshed. De er yderst vigtige og i nogle lokalområder det eneste medie, som holder danskerne opdaterede om deres nære samfund. Lukkede ugeaviser vil også gøre det sværere for mindre virksomheder og specialbutikker at markedsføre sig og dermed overleve. Derfor håber vi på opbakning til vores forslag om i højere grad at sikre, at hele ugeavispuljen bliver udbetalt efter det politiske ønske og dermed gør så meget gavn for så mange ugeaviser og lokalsamfund som muligt.

Det kunne naturligvis også være en overvejelse at hæve eller afskaffe titelloftet, men da det kun er en mindre del af de støtteberettigede ugeaviser, som rammer loftet, vil dette sandsynligvis alene ikke være nok til at få anvendt hele puljen. Derfor foreslår vi det særskilte produktionsbidrag.

For så vidt angår de elementer i udkast til bekendtgørelser, som ikke er adresseret i dette høringssvar, henviser vi som nævnt i indledningen til høringssvaret fra Danske Medier.

Skulle ministeriet ønske yderligere oplysninger eller uddybninger af vores høringssvar, står jeg naturligvis til disposition.

Med venlig hilsen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Jesper S. Rosener', written in a cursive style.

Jesper S. Rosener
Adm. direktør / CEO
Mobil: +45 21 77 20 32
E-mail: jsr@jfm.dk

Bilag:

- Høringsvar fra Jysk Fynske Medier til Høring over lovudkast – ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. og lov om mediestøtte, j.nr. 2022 – 3301.
(16-08-2022)
- Høringsvar fra JFM til Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106.
(28-04-2023)
- Høringsvar fra JFM til Høring over lovudkast – ændring af lov om mediestøtte, j.nr. 2023 – 4078.
(10-08-2023)

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

9. januar 2024

Bemærkninger til høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet

Kulturministeriet har den 8. december 2023 fremsendt udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet. Bekendtgørelserne forventes udstedt med hjemmel i lov om mediestøtte, der blev vedtaget den 28. november 2023.

På vegne af JP/Politikens Hus A/S ("JP/Politikens Hus") følger nedenfor JP/Politikens Hus' bemærkninger til de tre udkast.

JP/Politikens Hus har tidligere afgivet høringssvar til udkast til lov om ændring af lov om mediestøtte (Ændringer i mediestøtten, støtte til ugeaviser og støtte til publicistiske magasiner). Der henvises til det høringssvar, der blandt andet giver de principielle indsigelser om at regulere mediemarkedet med støttemidler, idet denne regulering fører til konkurrenceforvridning. Hertil konstaterer JP/Politikens Hus, at der ikke i forlængelse af høringsprocessen om ændringen af lov om mediestøtte blev foretaget nogen ændringer eller præciseringer af lovforslaget, til trods for at flere aktører, herunder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Medienævnet, fremsatte konstruktive bemærkninger til uklarheden i lovforslaget samt om behovet for præciseringer og tilpasninger af forslaget.

Heller ikke de fremsendte bekendtgørelsesudkast indeholder nye betragtninger i forhold til den nævnte lovændring. JP/Politikens Hus vil dog fremhæve to væsentlige forhold, der udspringer af høringen om ændring af lov om mediestøtte.

For det første er det beklageligt, at Kulturministeriet ikke har forholdt sig til en række aktørers bemærkninger om, at lovforslaget ville forværre konkurrencen i markedet. Indsigelserne herom var bakket op af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, der også udtalte sig kritisk og spørgende til, om forslaget kunne forværre konkurrenceforholdene i markedet. Heroverfor har Kulturministeriet i det kommenterede høringssvar anført en betragtning om, at såfremt EU-Kommissionen

godkender lovforslaget ud fra en statsstøtteretlig vurdering, så vil eventuelle konkurrencebegrænsninger også være vurderet og accepteret af EU-Kommissionen. Denne betragtning er ikke korrekt. Det kan ikke lægges til grund, at EU-Kommissionen i forbindelse med en notifikationsproces også gennemfører en analyse af konkurrencepåvirkningen i Danmark. Som det anføres af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, er det væsentligt, at en støtteordning er baseret på gennemsigtige, rimelig og ikke-diskriminerende kriterier for at sikre en fair konkurrence mellem nyhedsmedier. Et kritikpunkt af lovforslaget er netop, at kriterierne for at modtage støtte ikke opfylder denne præmis. Dette kunne med fordel præciseres i bekendtgørelserne, så der var skabt større tillid til støtteordningerne og administrationen heraf.

For det andet er det beklageligt, at Kulturministeriet ikke har forholdt sig til flere aktørers indsigelser om, at ændringerne af lov om mediestøtte er komplekse, uigennemsigtige og skønsprægede. Disse indsigelser er tilmed støttet af det nævn, der er sammensat til at administrere de forskellige støtteordninger. Medienævnet har – ligesom Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen – udtalt sig kritisk om de meget skønsmæssige kriterier, der er opstillet for at modtage støtte. Medienævnet har herunder påpeget de betydelige ekstraressourcer og forventelige tvister, som lovforslaget ville føre til. Flere af disse forhold kunne adresseres i bekendtgørelserne, herunder ikke mindst at præcisere forståelsen af de skønsmæssige kriterier.

Sammenfattende er det JP/Politikens Hus' vurdering, at loven og bekendtgørelserne skaber konkurrenceforvridninger i markedet samt bliver meget ressourcekrævende at administrere. Disse betragtninger er ikke kun fremført af flere medier, men også af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Medienævnet. Navnlig er det bemærkelsesværdigt, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Medienævnet peger på de samme uhensigtsmæssigheder – og at Kulturministeriet har ignoreret disse indsigelser, selvom netop Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens og Medienavnets betragtning må vægtes meget højt i vurdering af støtteordningerne og reglerne for administration af reglerne. Om end den nævnte konkurrenceforvridning og den administrative byrde, der følger med loven, skal adresseres i lov om mediestøtte, er der en mulighed for i de tre bekendtgørelser at skabe mere transparens om, hvordan støttemidlerne meddeles og administreres. Det er beklageligt, at denne mulighed ikke tages i brug.

Med venlig hilsen

Michael Klöcker
Partner, Advokat, MBA

Jarle Dalgaard Christensen

Fra: Nanna Vejen Snitkjær
Sendt: 20. december 2023 13:36
Til: Jarle Dalgaard Christensen; Jan Opstrup Poulsen
Cc: Ann Sofie Vrang; Martin Molter West; 1 - KFST DS; 1-DEP Høringer
Emne: Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157

Til Kulturministeriet

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen takker for muligheden for at afgive bemærkninger til udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Konkurrencerådet udgør en samlet uafhængig konkurrencemyndighed. De følgende bemærkninger afgives udelukkende som uafhængig konkurrencemyndighed:

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker, at støtteordninger potentielt kan bevirke en skævvridning af konkurrencen på det pågældende marked, såfremt tildelingen ikke sker på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår.

Styrelsen bemærker desuden, at der ved fastsættelse af grænser for tildeling af støtte er en risiko for en skævvridning af konkurrencen. Det vil fx være tilfældet, hvis udgivere ikke opfylder betingelserne for at modtage støtte, konkurrerer med udgivere, der modtager støtte. Det vil også være tilfældet, hvis der er forskel på det støtteniveau som udgivere, der er i konkurrence med hinanden, modtager.

Med venlig hilsen

Nanna Vejen Snitkjær

Chefkonsulent/Chief Special Advisor
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen/
Danish Competition and Consumer Authority
Direkte +45 4171 5230
E-mail nvh@kfst.dk

Følg os: [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Facebook](#)



Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf. +45 4171 5000

*Vi arbejder for velfungerende markeder.
Se vores privatlivspolitik på kfst.dk.*

8. januar 2024

Vedr.: Høringssvar til udkast til Bekendtgørelse om mediestøtte

Mediehusene Midtjylland takker for muligheden for at afgive høringssvar og dermed kommentere det fremsendte udkast til bekendtgørelse.

Indledningsvist skal det anføres, at vi 100% bakker op om høringssvaret fra Danske Medier.

Dernæst skal vi her understrege, at vi håber på, at der i den endelige Bekendtgørelse udfærdiges tekstafsnit, således

- a) at den i **§1 stk. 2** (og stk. 4 + 5 samt §2 stk. 2) nævnte definition af hvilke internetbaserede medier, som kan modtage redaktionel produktionsstøtte, tydeliggøres.

Motivering: Det står uklart, hvad der menes med "*primært består af tekstindhold*".

- b) at den i **§1 stk. 3** nævnte definition af hvilke internetbaserede medier, som kan modtage redaktionel produktionsstøtte, tydeliggøres.

Motivering: Det står uklart, hvordan man vil kunne opgøre "*minimum én tredjedel*" skal udgøres af "*skrevne nyheder*" på medier, "*der primært består af levende billeder, lyd m.v.*". Hvordan vil man kunne opgøre skrevne nyheders andel af et billede/lydunivers ?

- c) at den i **§14 stk. 3** kommende omhandlende vejledning, som referer til **§2 stk. 5** tydeliggør, hvilke omkostninger som kan medregnes som redaktionelle omkostninger.

Motivering: Er omkostninger til drift af de redaktionelle teknisk systemer, som muliggør en publicering af tekster fx "*omkostninger, der er forbundet med produktion af redaktionelt indhold til det pågældende nyhedsmedie*" ?

- d) at der i Bekendtgørelsens **§5, stk. 6** indføres en tidsperiode ved indholdskravet til, at *mindst halvdelen* af et nyhedsmediets indhold skal bestå af *redaktionelt stof*.

Motivering: Vi finder betingelsen korrekt, men kravet bør ses over en kortere tidsperiode – fx over en uge eller tre dage/udgivelser.

- e) at der i Bekendtgørelsens **§5 stk. 5** gives mulighed for en differentiering af prisen ved levering til husstande i mediets yderområder, hvor distributionen er særlig omkostningstung. Vi sender fx dagbladet til modtagere i Ålborg, København mm. Det er leveringer som for en lokalavis i Midtjylland er meget dyre.

Motivering: Der bør kunne opstilles kriterier herfor, således der fortsat - for hovedparten af de betalende modtagere - er tale om, at nyhedsmediet *stilles til rådighed på ens vilkår*.

- f) at der i **§6** sker en yderligere tydeliggørelse af kriterierne for, hvad der defineres som et lokalt eller regionalt nyhedsmedie.

Motivering: Vi anbefaler i denne forbindelse, at man anvender den definition, som Danske Medier har udarbejdet: "Ved lokale og regionale medier forstås trykte medier, som har mindst 80% af deres læsere i den pågældende region. Medier med adresse i Bladskreds 1 kan ikke opnå støtte".

- g) at der i Bekendtgørelsens **§15** opereres med et tilskudsloft på *maksimalt 45%* af nyhedsmediets redaktionelle omkostninger i stedet for de oplistede 35%. Det maksimale støttebeløb på 12,5 mio. kr. årligt fastholdes.

Motivering: Det foreslåede niveau på 45% ønskes, således de lokale og regionale medier fortsat skal levere en vis egenfinansiering og incitament til at agere forretningsmæssigt forsvarligt, samtidig med at der via et 'for lavt loft' ikke opnås en situation, som strider mod forligspartiernes ønsker om at støtte mere op om de lokale og regionale medier.

Det foreslåede tilskudsloft på de 35% vil sandsynligvis betyde, at de mindre lokale medier fremover generelt vil møde loftet på de 35% og dermed ikke fuldt ud vil kunne opnå den støtte, som politikerne ønsker disse medier skal modtage via den nye faktor 1,3 på de redaktionelle produktionsomkostninger.

Et tilskudsloft på 45% vil kunne indfri begge ovennævnte ønsker og vil være en naturlig og logisk konsekvens af den nye faktor 1,3 - samtidig med at loftet på 12,5 mio. kr. årligt fastholdes, så det enkelte medie ikke modtager større støtte end det maksimalt ønskede.

- h) at omsætningsloftet på 250 mio. kr. i **§28 stk. 2** omhandlende modtagelse af udviklingsstøtte sættes til et højere niveau, fx 500 mio. kr., såfremt der overhovedet skal indsættes et loft, som vi finder uhensigtsmæssigt for den videre udvikling i mediebranchen.

Motivering: Ønsket om et højere loft vil betyde, at flere uafhængige medievirksomheder fortsat vil kunne modtage tilskud til deres udviklingstiltag; hvilket alle i mediebranchen efterfølgende vil kunne glæde sig over og drage generel fordel af.

Mange mindre medievirksomheder har i dag fx tilknyttet en distributionsafdeling, som er stærkt omsætningsgenererende, men ikke nødvendigvis resultatgenererende. Alene dette forhold problematiserer loftets størrelse; hvilket også gælder for et mediehus, som har ejerfællesskab med et reklamebureau, et trykkeri eller en anden beslægtet medieaktivitet. Et højere loft vil afhjælpe situationen.

Afslutningsvist skal det anføres, at vi er meget glade for forligspartiernes ønsker om at støtte den demokratiske samtale i hele landet; og herunder de lokale og regionale dagblade. Sammenhængskraften i vores land og de enkelte landsdele er afhængig af lokale udgivelser. Det er vi meget bevidste om. Og det glæder os, at der er bred politisk opbakning hertil.

Ønskes yderligere oplysninger, står undertegnede gerne til rådighed.

Med venlig hilsen

Alex Nielsen
Adm. direktør og Ansv. chefredaktør
Mediehusene Midtjylland
Herning Folkeblad, Midtjyllands Avis, Skive Folkeblad

8. januar 2024

Vedr.: Høringssvar til udkast til Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

Mediehusene Midtjylland takker for muligheden for at afgive høringssvar og dermed kommentere det fremsendte udkast til bekendtgørelse.

Indledningsvist skal det anføres, at vi 100% bakker op om høringssvaret fra Danske Medier.

Dernæst skal vi her understrege, at vi håber på, at der i den endelige Bekendtgørelse udfærdiges tekstaftsnit, således

- a) at kravet i **§2 stk. 2+3** om, at en ugeavis skal udkomme minimum 44 gange uddybes i henseende etablering og lukning/sammenlægning; idet **§12 stk. 2** omhandler en del af problematikken i relation til opstart af nye ugeaviser.

Motivering: Vi finder kravet på 44 årlige udgivelser for et korrekt niveau for udbetaling af et fuldt årligt støttebeløb, men der savnes retningslinjer for en forholdsmæssig udbetaling ved lukning eller sammenlægning af ugeaviser i løbet af tilskudsåret. Vil der skulle ske tilbagebetaling af det fulde støttebeløb ved en lukning i løbet af året, eller vil der ske forholdsmæssig tilbagebetaling ud fra den periode af året, hvor der ikke sker udgivelse efter en lukning ?

- b) at den i **§2 stk. 8** nævnte definition af, hvad redaktionelle omkostninger er, tydeliggøres.

Motivering: Er omkostninger til fx drift af de redaktionelle tekniske systemer, som muliggør en publicering af tekster, at henregne til redaktionelle omkostninger, der er forbundet med produktion af redaktionelt indhold til den pågældende ugeavis ?

- c) at den i **§4 stk. 5** nævnte definition af, hvad der forstås ved redaktionelt stof, tydeliggøres.

Motivering: Det står uklart, hvordan man konkret vil opgøre redaktionelt stof. Der ønskes en meget klar vejledning til opmåling af redaktionelt stof.

- d) at der indføres en model i **§4 stk. 7** for selvstændigt bearbejdet journalistik (mindstekravet er 33%), som vil sikre ugeavisen imod et højere krav til egenproduceret redaktionelt stof, hvis ugeavisen producerer et samlet redaktionelt indhold, som er højere end mindstekravet på 25% oplyst i **§4 stk. 4**.

Motivering: fx vil tilføjelse af tv-programmer eller kriminalstof fra Politiet betyde et højere krav til yderligere egenproduceret journalistik, end hvis ugeavisen ikke udgav disse stofemner. Denne sammenhæng kan afholde ugeaviser fra at operere med mere redaktionelt stof end 25%.

Der kan derfor med fordel opereres med et minimumskrav på 8% selvstændigt bearbejdet journalistik
(beregnet ud fra minimum 25% redaktionelt stof x minimum 33% egenproduceret stof = 8%)

Slutteligt skal det anføres, at vi er meget glade for forligspartiernes ønsker om at støtte de lokale ugeaviser. Sammenhængskraften i de enkelte landsdele er også afhængig af lokale udgivelser.

Med venlig hilsen



Alex Nielsen
Adm. direktør og Ansv. chefredaktør
Mediehusene Midtjylland
Herning Folkeblad, Midtjyllands Avis, Skive Folkeblad

Høring over tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157

Mediehuset Odsgard har følgende bemærkninger til bekendtgørelserne på mediestøtteområdet.

Hvis vi i Danmark vil have et godt og mangfoldigt udbud af troværdige nyhedsmedier, så er det vigtigt at mediestøtten, gør det økonomisk muligt at starte nye medier og udvikle eksisterende medier – uden for mange benspænd.

I bekendtgørelserne lægges der op til, at journalistisk freelancearbejde ikke indgår i medtællingen ved opgørelsen af redaktionelle årsværk – men hvorfor skal freelancernes arbejde ikke tælle med?

Freelancere har ofte specialiseret sig indenfor bestemte stofområder og deres arbejde er en lige så vigtig del, som de fastansattes. Prøv bare at spørge læserne.

På en moderne redaktion arbejder freelance journalister på lige fod med fastansatte journalister. Vi har freelancere, der har fast plads på vores redaktion og ansatte journalister, der arbejder hjemmefra i måneder uden at de fysisk møder op på redaktionen. Freelancerne er i høj grad med til at skabe et redaktionelt miljø.

Redaktionelle freelancemedarbejdere burde tælle med i et medies opgørelse over redaktionelle årsværk.

Kravet om at en ugeavis med minimum 0,5 lønnet redaktionelle årsværk kan få mediestøtte, er et skridt i den rigtige retning.

Men hvorfor kun for ugeaviser?

Kravet om minimum 3 lønnede redaktionelle årsværk for at kunne søge om redaktionel produktionsstøtte og redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner er et benspænd, hvis man vil have et mangfoldigt udbud af medier.

Hvis man derimod sænker kravet til minimum 0,5 lønnet redaktionelle årsværk, som for ugeaviserne, så vil man skabe grobund for nye medier og give udgivere blod på tanden til at udvikle eksisterende medier.

Det vil understøtte en sundere konkurrencesituation på medieområdet. Noget der vil give bedre danske medier.

Kravet om at en ugeavis skal udgive minimum 10 artikler pr. udgave i 44 uger om året, hvor 33% skal være egenproducerede nyheder er et benspænd for ugeaviserne og lægger op til kvantitet i stedet for kvalitet.

Hvis der skal være et krav om antal, så vil minimum 3 egenproducerede nyheder fra lokalområdet uden et krav om et minimumsantal af artikler pr. udgave give bedre mening og kvalitet. Lad udgiveren selv bestemme, hvor mange artikler, der skal være f.eks. i et ugentligt nyhedsbrev.

Med venlig hilsen

Michael Odsgard
Mediehuset ODSGARD A/S

Mediehuset Odsgard A/S har drevet danske fagmedier i over 45 år. I dag udgiver vi 12 medier og beskæftiger 12 faste medarbejdere og 12 freelancere.

9. januar 2024

Medier

Jour. nr. 23/16974, 23/16972

Medienævnets hørings svar vedr. udkast til hhv. bekendtgørelse om mediestøtte, bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser og bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner samt bekendtgørelse om forretningsorden for Medienævnet

Medienævnet har modtaget Kulturministeriets høringsbrev af 8. december 2023 med anmodning om eventuelle bemærkninger til udkast til hhv. bekendtgørelse om mediestøtte, bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser og bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner.

Dertil har Medienævnet modtaget Kulturministeriets høringsbrev af 8. december 2023 med anmodning om eventuelle bemærkninger til udkast til bekendtgørelse om ændring af bekendtgørelse om forretningsorden for Medienævnet.

Medienævnet har ikke yderligere bemærkninger til den foreslående regulering og henviser til tidligere fremsendte hørings svar af 4. juli 2023 vedrørende udkast til forslag til lov om ændring af lov om mediestøtte (Ændringer i mediestøtten, støtte til ugeaviser og støtte til publicistiske magasiner) samt hørings svar af 1. maj 2023 vedrørende udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023.

Venlig hilsen

Vibeke Borberg
Formand for Medienævnet

Nye Mediers hørings svar vedrørende udkast til bekendtgørelse om mediestøtte og bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner 2023

Afsender:

Nye Medier – Foreningen af uafhængige internetmedier
Dyrkøb 7, 1
1166 København K

Hørings svar

Nye Medier vil gerne indledningsvist takke for muligheden for at afgive hørings svar til udkastet til bekendtgørelse om mediestøtte, der udmønter reglerne om redaktionel produktionsstøtte i lov om ændring af lov om mediestøtte. I den forbindelse vil vi gerne anerkende det store arbejde, der ligger i at modernisere mediestøtten, så den bedre tilsvarende den digitale virkelighed og mediebrugernes forbrug. Vi ser frem til at blive yderligere involveret i processen.

Nye Medier

I Nye Medier arbejder vi for et pluralistisk og innovativt medielandskab, der sikrer den demokratiske samtale.

Vores flere end 30 medlemmer, der bl.a. tæller Zetland, Føljeton, ATLAS, Iscene, Globalnyt og SEIN, beriger med deres anderledes historier og vinkler til en rigere, demokratisk samtale og udgør den underskov af medier, der har vist de etablerede medier vejen for redaktionel innovation i adskillige år.

På trods af at mediestøtten netop eksisterer med det formål at bidrage til et alsidigt mediebillende, har langt de færreste af vores medlemmer i dag adgang til mediestøtten, da de aktuelle kriterier gør det nærmest umuligt for nye og mindre medier at opnå støtte. Mediestøtten bliver først demokratisk og innovativ, når den ikke længere alene er målrettet traditionelle nyhedsmedier, men i stedet fokuserer på medier, der bidrager til mere diversitet og nytænkning i både journalistisk indhold og nye, økonomiske modeller.

Generelle bemærkninger

Der er ikke ændret nævneværdigt i forhold til præcisering og udmøntning af loven om mediestøtte i udkastet til bekendtgørelsen, så vores kommentarer beror fortsat på de administrative barrierer, der står i vejen for en demokratisk og bæredygtig udvikling på medieområdet, og hvor kriterierne bør udspecificeres. Den seneste udvikling i branchen gør det kun endnu mere presserende, at mediestøtten forandres, så den er tidssvarende og i øjnehøjde med den realitet, medierne navigerer i. Vi har noteret os, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i deres sidste høringssvar til loven har gjort det klart, "at det er væsentligt, at støtte gives på baggrund af gennemsigtige, rimelige og ikke-diskriminerende kriterier", som vi også tidligere har påpeget. For især mindre medier, der ikke har en decideret juridisk afdeling, kan lovtækt være en barriere i sig selv, og vage juridiske formuleringer står i vejen for objektive kriterier og overlader for mange beslutninger til skøn. De to forhold står i vejen for, at mindre medier søger og modtager støtte. Vi foreslår derfor, at teksten arbejdes igennem med netop det for øje for at sikre objektive og tydelige, specifikke kriterier formuleret på et klart og forståeligt dansk.

Yderligere bemærkninger

Den nye magasinpulje

Hvis modtagere af den nye magasinpulje fratages muligheden for at modtage udviklingsstøtte, skaber man et nyt konkurrenceforvridende forhold i forsøget på at fjerne det gamle. Derfor bør både magasiner og såkaldte nyhedsmedier have adgang til udviklingsmidler. Hvis ikke magasiner kan få statslig støtte til udvikling og distribution, skabes der (endnu) et voldsomt konkurrenceforvridende element i mediestøtten. Vi betvivler den konkurrencemæssige lovlighed af ikke at efterkomme ovenstående.

Kriterierne for støtte forenkles

Det er vores opfattelse, at utidssvarende barrierer hindrer, at mindre og nye medier opnår mediestøtte, og at de nuværende krav i høj grad favoriserer etablerede medier. For at mediestøtten understøtter udviklingen af et mangfoldigt mediebillende foreslår vi følgende ændringer:

Omnibus-kriteriet afskaffes, så nichemedier også kan modtage mediestøtte. Kvaliteten af ansøgerne kan sikres på andre måder, der gavner den demokratiske samtale i stedet for at begrænse den. Der er i dag en alt for snæver opfattelse af, hvad et nyhedsmedie er.

Vi betragter supplementspuljen som værende konkurrenceforvridende, og den bør derfor afskaffes.

Indgangsbarrieren til den redaktionelle produktionsstøtte sænkes fra tre til et årsværk, og årsværk skal kunne udgøres af flere end en person, hvor også freelancearbejde kan tælles med. Vi betragter det som ude af trit med nutidens medievirkelighed ikke at kunne medregne freelanceudgifter.

Kravet om egenfinansiering justeres, så mediernes forventede fremtidige indtægter kan baseres på det, de allerede tjener og ikke bare egenkapital. Samtidig bør kravet om 60% egenfinansiering sænkes betragteligt, da det ikke afspejler virkeligheden i innovative medievirksomheder. Derudover bør overhead i form af driftsomkostninger kunne tælle med som egenfinansiering. Endelig skal frivilligt arbejde i højere grad kunne indgå som egenfinansiering. Alt iværksætteri beror på, at initiativtagerne lægger massiv arbejdstid i projektet. Derfor er det kontraproduktivt for innovationen, at dette ikke respekteres som et aktiv i ansøgningerne.

Økonomisk og professionel styrkelse af Medienævnet

Det er ikke vores opfattelse, at hverken nævn eller sekretariat besidder de nødvendige kompetencer til at forvalte loven. Derudover tilfalder der med den nye bladpulje og den særlige støtte til regionale og lokalmedier endnu mere arbejde og flere omkostninger til Medienævnet, som det også er blevet påpeget af nævnet selv i sidste høringsrunde. Det fremgår imidlertid ikke, hvordan omkostningerne til dette ekstra arbejde skal dækkes, eller hvordan der sikres transparens for ansøgerne. Allerede under de nuværende forhold er det et problem med manglende vejledningsmuligheder og svært tilgængelige processer, som gør det udfordrende for især mindre medier at navigere i systemet og dermed ansøge og opnå støtte.

Vi mener derfor fortsat, at Medienævnets kompetencer og sekretariat bør styrkes, så medier kan vejledes i ansøgnings- og dokumentationsprocessen for mediestøtte. Derudover bør Medienævnets

sammensætning afspejle et moderne medielandskab, hvor både Danske Medier, Journalistforbundet samt Nye Medier kan udpege medlemmer. Samtidig skal de yderligere uafhængige medlemmer repræsentere kompetencer indenfor teknologi, iværksætteri og journalistik. Endvidere bør medienævnet have et rotationsprincip, så man højst kan sidde i tre år ad gangen.

Større inddragelse og mere samarbejde i den politiske proces

Slutteligt opfordrer vi til, at man både i Medienævnet og den generelle politiske proces i dag og i fremtiden i højere grad inddrager og lytter til de relevante interessenter i beslutningerne om mediernes fremtid. De gode beslutninger træffes i samspil mellem beslutningstagerne og dem, som har indgående kendskab til branchen og mediernes udvikling. Vi håber, at denne høringsproces giver anledning til at fordre, at fremtidige processer karakteriseres af samarbejde og reelle demokratiske processer frem for inddragelse for inddragelsens skyld.

Med venlig hilsen

Anne Sofie Christensen-Dalsgaard,
Forperson for foreningen Nye Medier

8. januar 2024

Kulturministeriet

Sendt til jdc@kum.dk og jop@kum.dk

Høring over udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet, j.nr. 2023-7157

Kulturministeriet har ved mail af 8. december 2023 anmodet bl.a. Pressenævnet om eventuelle bemærkninger til udkast til tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet:

- bekendtgørelse om mediestøtte,
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, og
- bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner,

med oplysning om, at bekendtgørelserne udmønter forslag til lov om ændring af lov om mediestøtte (ændringer i mediestøtten, støtte til ugeaviser og støtte til publicistiske magasiner) (L 36), som blev vedtaget af Folketinget ved 3. behandling den 28. november 2023. Lovforslaget (L 36) og bekendtgørelserne gennemfører dele af "Medieaftale for 2023-2026: Samling om frie medier og stærkt dansk indhold" af 14. juni 2023 indgået mellem regeringen (Socialdemokratiet, Moderaterne og Venstre) og Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Radikale Venstre og Dansk Folkeparti.

I den anledning har Pressenævnet i forhold til udkastet til de tre bekendtgørelser på mediestøtteområdet følgende bemærkninger:

Pressenævnets kompetence følger af medieansvarslovens § 1, der omfatter både trykte medier, radio og TV samt elektroniske medier. De elektroniske nyhedsmedier, der er omfattet af definitionen i medieansvarslovens § 1, nr. 3, er kun omfattet af loven, hvis de har indgivet anmeldelse til Pressenævnet, jf. lovens § 8, stk. 1, dog således at medier, der modtager mediestøtte, er omfattet af loven, uanset om de har indgivet anmeldelse til Pressenævnet.

Anmeldte medier og medier, der modtager mediestøtte, angives på lister på nævnets hjemmeside ([Hvem kan man klage over | Pressenævnet \(pressenaevnet.dk\)](#)) og [Hvem kan man klage over | Pressenævnet \(pressenaevnet.dk\)](#)). Sidstnævnte liste ajourføres løbende i overensstemmelse med underretning fra Medienævnet herom.

Pressenævnet foretager ikke ved anmeldelsen prøvelse af, om nævnet har kompetence. Prøvelse vil således først ske i den situation, hvor nævnet modtager en konkret klage over et an-

meldt medie af en klager, der har retlig interesse i den pågældende sag. De angivne medier på listerne opfylder derfor ikke nødvendigvis de materielle betingelser i medieansvarslovens § 1, nr. 3.

Pressenævnet har ved besvarelsen af høringen forudsat, at udkast til bekendtgørelse om mediestøtte finder anvendelse i forhold til de medier, der må anses for omfattet af ovennævnte bestemmelse i medieansvarslovens § 8, stk. 1, 2. pkt.

Pressenævnet har noteret sig, at det er en betingelse for at opnå tilskud efter såvel udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner som udkast til bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser, at henholdsvis det publicistiske magasin eller ugeavisen er omfattet af Pressenævnets kompetence eller på ansøgnings-tidspunktet er anmeldt hos Pressenævnet.

I den forbindelse bemærker Pressenævnet, at et medie til enhver tid har mulighed for at framelde sig Pressenævnet.

Nævnet har endvidere noteret sig, at det i forhold til begge bekendtgørelser om redaktionel produktionsstøtte er forudsat, at Medienævnet kan kræve et udbetalt tilskud helt eller delvist tilbagebetalt eller tilbagekalde et tilsagn om tilskud, såfremt det publicistiske magasin eller den pågældende ugeavis ved en efterfølgende klagesag hos Pressenævnet vurderes ikke at være omfattet af Pressenævnets kompetence i støtteperioden.

Bekendtgørelserne om redaktionel produktionsstøtte til henholdsvis publicistiske magasiner og ugeaviser forekommer efter Pressenævnets overbevisning ikke umiddelbart at kunne medføre, at flere nyhedsmedier er omfattet af medieansvarsloven, idet det må antages, at langt de fleste i forvejen vil være omfattet. Da størstedelen af de medier, der tildeles støtte, vurderes allerede omfattet af medieansvarslovens § 1, forekommer det således ikke sandsynligt, at bekendtgørelserne vil føre til større ressourceforbrug for Pressenævnet.

Der henvises til Pressenævnets sag nr. 2023-10715.

Med venlig hilsen

Lisbeth Feldvoss

Tirsdag den
9. januar 2024

Vedr.: Høring til udkast til Bekendtgørelse om mediestøtte

På vegne af Sjællandske Medier takker jeg for muligheden for at afgive høringssvar og dermed kommentere det fremsendte udkast.

Helt overordnet vil vi indledningsvis udtrykke vores store tilfredshed med lovforslaget, som vil være til gavn for regionale og lokale medier, og dermed understøtte lokalsamfund og -demokrati. Vi er glade for, at der er indgået et bredt og forhåbentlig langtidsholdbart forlig.

Det skal anføres, at vi bakker 100% op om høringssvaret fra Danske Medier, og at dette svar er udarbejdet i samråd med de øvrige regionale medier.

Derfor skal vi her understrege, at vi håber, at der såvel i den endelige lovtekst som i den efterfølgende bekendtgørelse udfærdiges tekstafsnit, således

- a) at den i §1 stk. 2 (og stk. 4 + 5 samt §2 stk. 2) nævnte definition af hvilke internetbaserede medier, der kan modtage redaktionel produktionsstøtte, tydeliggøres.

Motivering: Det er uklart, hvad der menes med "primært består af tekstindhold".

- b) at den i §1 stk. 3 nævnte definition af hvilke internetbaserede medier, som kan modtage redaktionel produktionsstøtte, tydeliggøres.

Motivering: Det er uklart, hvordan man kan opgøre "minimum én tredjedel" skal udgøres af "skrevne nyheder" på medier, "der primært består af levende billeder, lyd m.v.". Hvordan vil man kunne opgøre skrevne nyheders andel af et billede / lydunivers?

- c) at den i §14 stk. 3 kommende omhandlende vejledning, som referer til §2 stk. 5 tydeliggør, hvilke omkostninger, der kan medregnes som redaktionelle omkostninger.

Motivering: Er det omkostninger til drift af de redaktionelle tekniske systemer, som muliggør en publicering af tekster f.eks. "omkostninger, der er forbundet med produktion af redaktionelt indhold til det pågældende nyhedsmedie"?

- d) at der i Bekendtgørelsens §5, stk. 6 indføres en tidsperiode ved indholdskravet til, at mindst halvdelen af et nyhedsmedies indhold skal bestå af redaktionelt stof.

Motivering: Vi finder betingelsen korrekt, men kravet bør ses over en kortere tidsperiode – f.eks. over en uge eller tre dage / udgivelser.

- e) at der i Bekendtgørelsens §5 stk. 5 gives mulighed for en differentiering af prisen ved levering til husstande i mediets yderområder, hvor distributionen er særlig omkostningstung.

Motivering: Der bør kunne opstilles kriterier herfor, således der fortsat - for hovedparten af de betalende modtagere - er tale om, at nyhedsmediet stilles til rådighed på ens vilkår.

- f) at der i §6 sker en yderligere tydeliggørelse af kriterierne for, hvad der defineres som et lokalt eller regionalt nyhedsmedie.

Motivering: Vi anbefaler i denne forbindelse, at man anvender den definition, som Danske Medier har udarbejdet: "Ved lokale og regionale medier forstås trykte medier, som har mindst 80% af deres læsere i den pågældende region. Medier med adresse i Bladskreds 1 kan ikke opnå støtte".

- g) at der i Bekendtgørelsens §15 opereres med et tilskudsloft på maksimalt 45% af nyhedsmediets redaktionelle omkostninger i stedet for de oplistede 35%. Det maksimale støttebeløb på 12,5 mio. kr. årligt fastholdes.

Motivering: Det foreslåede niveau på 45% ønskes, således at de lokale og regionale medier fortsat skal levere en vis egenfinansiering og incitament til at agere forretningsmæssigt forsvarligt, samtidig med at der via et 'for lavt loft' ikke opnås en situation, som strider mod forligspartiernes ønsker om at støtte mere op om de lokale og regionale medier.

Det foreslåede tilskudsloft på de 35% vil sandsynligvis betyde, at de mindre lokale medier fremover generelt vil møde loftet på de 35% og dermed ikke fuldt ud vil kunne opnå den støtte, som politikerne ønsker, disse medier skal modtage via den nye faktor 1,3 på de redaktionelle produktionsomkostninger.

Et tilskudsloft på 45% vil kunne indfri begge ovennævnte ønsker og vil være en naturlig og logisk konsekvens af den nye faktor 1,3 - samtidig med, at loftet på 12,5 mio. kr. årligt fastholdes, så det enkelte medie ikke modtager større støtte end det maksimalt ønskede.

- h) at omsætningsloftet på 250 mio. kr. i §28 stk. 2 omhandlende modtagelse af udviklingsstøtte sættes til et højere niveau, f.eks. 500 mio. kr., hvis der overhovedet skal indsættes et loft, som vi finder uhensigtsmæssigt for den videre udvikling i mediebranchen.

Motivering: Ønsket om et højere loft vil betyde, at flere uafhængige medievirksomheder fortsat kan modtage tilskud til deres udviklingstiltag; hvilket alle i mediebranchen efterfølgende kan glæde sig over og drage generel fordel af.

Mange mindre medievirksomheder har i dag f.eks. tilknyttet en distributionsafdeling, som er stærkt omsætningsgenererende, men ikke nødvendigvis resultatgenererende. Alene dette forhold problematiserer loftets størrelse; hvilket også gælder for et mediehus, som har ejerfællesskab med et reklamebureau, et trykkeri eller en anden beslægtet medieaktivitet. Et højere loft vil afhjælpe situationen.

Jeg vil endnu en gang gerne udtrykke min store tilfredshed med den brede politiske opbakning til lokalmedierne i Danmark og den særlige betydning, vi har for sammenhængskraften i Danmark.

Ønskes yderligere oplysninger, står jeg gerne til rådighed.

Venlig hilsen

Jens Nicolaisen
Adm. direktør
Sjællandske Medier
Søgade 4-12
4100 Ringsted

Tirsdag den
9. januar 2024

Vedr.: Høring til udkast til Bekendtgørelse om redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

På vegne af Sjællandske Medier takker jeg for muligheden for at afgive høringssvar og dermed kommentere det fremsendte udkast.

Helt overordnet vil vi indledningsvis udtrykke vores store tilfredshed med lovforslaget, som vil være til gavn for regionale og lokale medier, og dermed understøtte lokalsamfund og -demokrati. Vi er glade for, at der er indgået et bredt og forhåbentlig langtidsholdbart forlig.

Det skal anføres, at vi bakker 100% op om høringssvaret fra Danske Medier, og at dette svar er udarbejdet i samråd med de øvrige regionale medier.

Derfor skal vi her understrege, at vi håber, at der i den endelige bekendtgørelse udfærdiges tekstafsnit, således

- a) at kravet i §2 stk. 2+3 om, at en ugeavis skal udkomme minimum 44 gange, uddybes i henseende til etablering og lukning / sammenlægning; idet §12 stk. 2 omhandler en del af problematikken i relation til opstart af nye ugeaviser.

Motivering: Vi finder kravet på 44 årlige udgivelser for et korrekt niveau for udbetaling af et fuldt årligt støttebeløb, men der savnes retningslinjer for en forholdsmæssig udbetaling ved lukning eller sammenlægning af ugeaviser i løbet af tilskudsåret. Vil der skulle ske tilbagebetaling af det fulde støttebeløb ved en lukning i løbet af året, eller vil der ske forholdsmæssig tilbagebetaling ud fra den periode af året, hvor der ikke sker udgivelse efter en lukning?

- b) at den i §2 stk. 8 nævnte definition af, hvad redaktionelle omkostninger er, tydeliggøres.

Motivering: Er omkostninger til f.eks. drift af de redaktionelle tekniske systemer, som muliggør en publicering af tekster medregnet i redaktionelle omkostninger, der er forbundet med produktion af redaktionelt indhold til den pågældende ugeavis?

- c) at den i §4 stk. 5 nævnte definition af, hvad der forstås ved redaktionelt stof, tydeliggøres.

Motivering: Det er uklart, hvordan man konkret vil opgøre redaktionelt stof. Der ønskes en meget klar vejledning til opmåling af redaktionelt stof.

- d) at der indføres en model i §4 stk. 7 for selvstændigt bearbejdet journalistik (mindstekravet er 33%), som sikrer ugeavisen mod et højere krav til egenproduceret redaktionelt stof, hvis ugeavisen producerer et samlet redaktionelt indhold, som er højere end mindstekravet på 25% oplyst i §4 stk. 4.

Motivering: f.eks. vil tilføjelse af tv-programmer eller kriminalstof fra politiet betyde et højere krav til yderligere egenproduceret journalistik, end hvis ugeavisen ikke udgav disse stofemner. Denne sammenhæng kan afholde ugeaviser fra at operere med mere redaktionelt stof end 25%.

Der kan derfor med fordel opereres med et minimumskrav på 8% selvstændigt bearbejdet journalistik (beregnet ud fra minimum 25% redaktionelt stof x minimum 33% egenproduceret stof = 8%).

Jeg vil endnu en gang gerne udtrykke min store tilfredshed med den brede politiske opbakning til lokalmedierne i Danmark og den særlige betydning, vi har for sammenhængskraften i Danmark.

Ønskes yderligere oplysninger, står jeg gerne til rådighed.

Venlig hilsen

Jens Nicolaisen
Adm. direktør
Sjællandske Medier
Søgade 4-12
4100 Ringsted