

Kulturstyrelsen
Att. chefkonsulent Inge Frydendahl
ifr@kulturstyrelsen.dk

22. maj 2013

Høringssvar vedrørende forslag til lov om mediestøtte

Dok. 135003/cld

Kulturstyrelsen har ved e-mail af 3. maj 2013 sendt udkast til forslag til lov om mediestøtte i høring.

Forbrugerrådets magasiner Tænk og Tænk Penge er en del af interessenetværket Specialmedierne under Danske Medier, og vi er meget enige i høringssvaret fra Specialmedierne.

Men Tænk og Tænk Penge har også en række ganske særlige forhold, som gør, at vi finder anledning til at lave et selvstændigt høringssvar også.

Tænks hovedformål er at formidle test samt uafhængig og kritisk forbrugerjournalistik til medlemmer og samfundet generelt. Tænk læses hver måned af over 400.000 danskere og udkommer i ca. 70.000 eksemplarer.

Hvis Forbrugerrådet mister sin mediestøtte, vil det underminere muligheden for, at vi også i fremtiden i Danmark kan have et blad, der publicerer uafhængige test ledsaget af kritisk, uafhængig og undersøgende forbrugerjournalistik med stor samfunds betydning. Det vil betyde markant ringere forbrugerjournalistik i Danmark. Vi har da også forstået, at Tænk blev direkte nævnt under forhandlingerne om mediestøtten som et eksempel på et blad, som fortsat skulle kunne støttes.

Forbrugerrådet er derfor stærkt betænkelige ved særligt to forhold i den nye lov om mediestøtte, der – så vidt vi kan tolke det – kan betyde, at der kan stilles spørgsmålstegn ved Forbrugerrådets muligheder for at få produktionsstøtte til produktionen af Tænk:

- 1. Mediet skal have en ansvarshavende redaktør og minimum tre lønnede redaktionelle medarbejdere*

Ad 1. Grundet medlemstilbagegang var Forbrugerrådet nødsaget til at outsource produktionen af Tænk og Tænk Penge i oktober 2012 Til Forlaget Benjamin A/S. Bladets eksistens har således i forvejen været truet, og et bortfald af mediestøtte (i form af produktionsstøtte) vil derfor kunne blive fatal.

Forbrugerrådet har i dag internt en chefredaktør, en testchef samt syv testmedarbejdere og et par studenter ansat, som alle fuldtids arbejder med Tænk og Tænk Penge. Vores researchere og testmedarbejdere er afgørende for at sikre en helt unik kvalitet af vores indhold i medierne. Derudover har Forlaget Benjamin A/S, som

Fiolstræde 17
Postboks 2188
DK-1017 København K

Tlf. (+45) 7741 7741
Fax (+45) 7741 7742
Mail fbr@fbr.dk
Web www.fbr.dk

producerer magasinerne, to redaktionschefer og to art directors (layoutere) ansat fuldtids med produktion af vores to magasiner som eneste arbejdsopgave. Ifølge vor opfattelse bør alle disse regnes som fuldtids redaktionelle medarbejdere.

Forbrugerrådet skal derfor opfordre til, at det præciseres, enten i selve lovteksten eller i lovbemærkningerne, at kravene til redaktionel bemanning skal forstås således, at også den nævnte situation er omfattet. Det kan ske enten ved at tydeliggøre, at også researchmedarbejdere, der er beskæftiget på fuld tid med at levere stof til udgivelsen, skal medregnes. Eller ved at det fremgår, at alle medarbejdere medregnes, der er fuldtids ansat med den eneste opgave til at levere stof til bladet, også selvom deres ansættelsesforhold er outsourcet.

2. § 5 stk. 5. 7: *Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.*

Ad. 2. Tænk og Tænk Penge behandler i høj grad politiske og samfundsrelaterede emner, men ingen af vores magasiner behandler i sagens natur kulturelle emner – udover i den brede betydning af dette ord, der også omfatter dagligliv, herunder vores forbrug og forbrugsmønstre.

Vi har svært ved at se, hvorfor den kulturelle vinkel skal indgå i et krav til, om Tænk og Tænk Penge vil være støtteberettiget. Rigtigt fortolket vil det kunne medføre, at vi – til trods for, at vi beriger den danske debat med både politiske og samfundsmæssige vinkler på forbrugersstoffet – afskæres fra at få støtte. Det er uhenigtsmæssigt, at støtteordningen på denne måde kan få indflydelse på stofvalget i et publicistisk medie.

Vi skal derfor opfordre til, at det enten kommer til at fremgå af lovbemærkningerne, at ordet kultur skal forstås i sin brede betydning, eller – mere nærliggende – at der tilføjes et ”eller” til lovteksten, således, at bestemmelsen kommer til at lyde: *”Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske, samfundsrelaterede og/eller kulturelle temaer”*

Med venlig hilsen

Vagn Jelsø
Kst. direktør

Claus Dithmer
Kommunikationschef
Chefredaktør Tænk og Tænk Penge

29. maj 2013

Til Kulturstyrelsen
Att. Inger Frydendahl
Mail: ifr@kulturstyrelsen.dk

Hørings svar vedrørende Forslag til Lov om mediestøtte

Jeg takker for det tilsendte lovforslag med bemærkninger. Det giver mig anledning til at kommentere to forhold af principiel betydning.

Medienævnets skønsbeføjelse i forhold til projekter

I bemærkningen til § 2 nævnes først, at det er "produktion af indholdet i et nyhedsmedie, der er afgørende for, om mediet kan opnå tilskud i medfør af denne lov". Ifølge § 13 stk. 1 er det Medienævnet, som på baggrund af en ansøgning beslutter at yde støtte. Formålet med loven er ifølge § 2 "at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark".

Medienævnet skal vurdere de indkomne ansøgninger om projektstøtte i forhold til formålet. I bemærkningerne til § 2 står der, at Medienævnet "*bl.a.* [skal] lægge vægt på relevante parametre som *antallet* af nyhedsmedier på markedet og forskellene mellem nyhedsmedierne *eksempelvis* i relation til *holdninger*, emnemæssigt fokus og fremstillingsform" [jeg fremhæver].

Hvis *antallet* af nyhedsmedier på markedet *skal* indgå, må det medføre, at visse projekter om at oprette nye, selvstændige nyhedsmedier kan udelukkes, fordi der allerede findes et medie med tilsvarende holdninger på markedet. En sådan indskrænkning synes ikke at kunne forenes med, at formålet også er at fremme et mangfoldigt udbud af nyheder. Her er to vanskeligheder, som gør Medienævnets afgørelse vilkårlig. Hvad skal forstås med "et alsidigt udbud"? Og hvad skal forstås ved "et mangfoldigt udbud"?

Vilkårligheden i Medienævnets afgørelser øges, når det heller ikke er præciseret hvad "bl.a." dækker over, dvs. hvilke andre parametre, der kan indgå. Det samme gælder ordet "eksempelvis", der heller ikke har et klart indhold. Endvidere savnes kriterier for, hvordan et mediets holdning skal fastlægges.

Helt principielt må jeg anholde, at mediets holdninger i det hele taget kan indgå i bedømmelsen af, om et medieprojekt i denne sammenhæng kan få statsstøtte. Statsstøtte til de trykte medier (og til skrevne internetbaserede nyhedsmedier) gives for at få en mangfoldighed af selvstændige medier, ikke for at få medier med et bestemt indhold. Statens støtte til medier med et bestemt indhold gives til public service-medier, der har en forpligtelse til at levere et alsidigt indhold af kvalitet. De trykte medier må være så ensidige, de vil, og det bør ikke spille nogen rolle hvor mange medier evt. med samme holdninger, der er på et givet marked, når mulighed for statsstøtten skal vurderes.

Hvis Medienævnet skal træffe afgørelser ud fra skøn, bør skønskriterierne gøres tydelige for at undgå vilkårligheder og for, at det bliver muligt for tredjemand at vurdere lødigheden. Bestemmelsen om antallet af medier på et givet marked bør fjernes, og vurdering af hvilken holdning, et medie udtrykker, bør ligeledes udgå.

Mindst 50% redaktionelt indhold

§ 5, stk. 2, litra 6 kræver, at mindst halvdelen af indholdet skal være redaktionelt stof. Det gentages i bemærkningerne.

I forhold til lovforslagets formål – ”at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder [...]” – forekommer dette ikke rimeligt, og det er unødigt diskriminerende. Målet er at skabe et større udbud af nyheder, og støtten gives til produktion af redaktionelt indhold. Hvorvidt det pågældende medie er mere eller mindre i stand til at sælge annoncer, angår ikke opfyldelse af forslaget. Bestemmelsen bør tages ud af lovforslaget.

Med venlig hilsen

Professor
Frands Mortensen,
Institut for æstetik og kommunikation - Medievidenskab,
Aarhus Universitet,
Helsingforsgade 14,
8200 Aarhus N.
Telefon 8716 1963
Mobil 2899 2558
E-mail: fmorten@imv.au.dk

Dato: 30.5.2013

Kulturstyrelsen
Att.: Inger Frydendahl
ift@kulturstyrelsen.dk

Helgavej 26
5230 Odense I
Tel 63 12 70
Fax 63 12 70
CVR 1510 8531
E-mail ga@ga
www.ga.dk

Grafisk Arbejdsgiverforenings høringsvar til forslag til lov om mediestøtte

Grafisk Arbejdsgiverforening repræsenterer grafiske produktionsvirksomheder. GA takker for fremsendte lovforslag, idet foreningen har følgende anbefalinger:

GA finder det skuffende, at konkurrenceforvridningen i den danske mediestøtte ikke er berørt i den politiske aftale.

Mediemarkedet er præget af meget ulige konkurrencevilkår, hvilket i sidste ende går ud over forbrugerne. Samtidig spildes skatteborgernes penge på at producere eksempelvis avistillæg om mode, golf, bolig, rejser, livsstil mv.

Især stiller momsforskellen magasiner dårligere i konkurrencen med de magasinlignende udgivelser, som er en del af de landsdækkende dagblade.

I den forbindelse bør der blandt andet findes inspiration i Sverige, Tyskland, Holland, Finland og Storbritannien, der alle har fælles mediemoms, der er ens for både dagblade og magasiner.

Den nye støtteordning bør ikke føre til øget konkurrenceforvridning.

I de trykte medier giver lovforslaget ikke lige konkurrencevilkår, fordi dagbladene fortsat vil modtage støtte til at producere artikler og tillæg på stofområder, som allerede dækkes af forskellige magasiner på almindelige markedsvilkår.

Samme problem gør sig gældende digitalt, hvor dagbladenes sites om eksempelvis bolig, have, mode, biler, rejser mv. kan opnå mediestøtte, mens sites med samme indhold men en anden ejer ikke er støtteberettiget.

Konsekvensen er, at lovforslaget ikke løser problemet med ulige konkurrencevilkår mellem dagblade og magasiner – ikke engang udenfor de områder, som det er politisk valgt, at mediestøtten skal fokusere på. Det, mener vi, er kritisabelt.

Et af formålene med den nye mediestøtte er at sikre, at støtten går til medier, der når ud til en bred kreds af brugere. Ugeblade og magasiner lever i høj grad op til dette formål, da de når en meget bred kreds af danskere, og for mange er det eneste trykte medie.

GA anbefaler konkrete løsningsforslag fremsat af blandt andre Aller Media A/S, dels at lovforslaget ændres ved at målrette mediestøtten til politik og samfundsforhold – ikke kultur. Dels at mediestøtten udmåles på basis af de redaktionelle omkostninger til at dække politiske og samfundsrelevante temaer.

GA opfordrer desuden til, at der udarbejdes forslag til en generel udjævning af konkurrencevilkårene i branchen, herunder i forhold til momsfratagelsen.

Venlig hilsen



Lars Bram

Grafisk Arbejdsgiverforening

www.ga.dk

ifr@kulturstyrelsen.dk
att: Chefkonsulent Inger Frydendahl

Høringssvar på udkast til forslag til lov om mediestøtte

Tak for muligheden for at komme med kommentarer til forslag til lov om mediestøtte. Ingeniørforeningen har følgende bemærkninger.

29. maj 2013

Overordnet er Ingeniørforeningen positiv overfor forslaget, der generelt indeholder gode og tidssvarende ændringer. Set fra Ingeniørforeningens vinduer har vi stor forståelse for, at digitale medier spiller en stadig stigende rolle. Med godt 7000 IT-ingeniører som medlemmer, er der naturligvis stort fokus på mulighederne i digitalisering her i huset, både når det gælder at fremme digitalisering af den offentlige sektor eller finde en holdbar løsning på brug af kulturelle medier som film- og musikdownload.

Imidlertid er vi stærkt kritiske overfor § 5, stk. 4, der betyder, at Ingeniøren vil miste over 4 millioner kroner i støtte. Dette vil have voldsomme konsekvenser for mediets fremtidige evne til at skabe egenproduceret, dybdybende og unikt redaktionelt stof. Det høje kvalitetsniveau vil ikke kunne opretholdes. Alternativt vil vi være nødt til at sælge en del af Ingeniøren, hvilket vil være en helt grundlæggende og stærkt forstyrrende indgriben i bladets ejerforhold med risiko for at medføre ændringer i Ingeniørens profil, identitet og ikke mindst faglige indhold. Dette skal ses i sammenhæng med at, et salg ikke giver nogen som helst mening i forhold til at sikre et fremtidigt medielandskab, der bidrager til den demokratiske debat.

Formålet med loven er netop, jf. § 2 "at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark."

De almindelige bemærkninger til forslaget indledes med "Mediernes rolle er gennem uafhængig produktion og formidling af nyheder og anden information at bidrage til det danske demokrati og samfund ved at understøtte borgernes mulighed for at søge oplysning og deltage aktivt i samfundet, samt at være et forum for offentlig debat."

Ingeniøren har 65.000 faste abonnenter og 144.000 læsere. Da Ingeniørforeningen har 88.000 medlemmer, betyder det selvsagt, at bladet rækker langt længere ud i den danske befolkning end til en afgrænset faggruppe. 44.000 af bladets læsere er eksempelvis erhvervsaktive teknologiinteresserede, herunder folkeskolelærere og sygeplejersker. En undersøgelse af Ingeniørens læserskare viser, at Ingeniørens læsere er kendetegnet ved at være en samfundsengageret, videbegærlig og oplyst befolkningsgruppe - både inden for det teknologiske felt, men så sandelig også på et generelt samfundsplan. Ingeniørens læsere er således markant mere interesserede i politik og samfundsøkonomi end erhvervsaktive borgere i gennemsnit.

Dette skyldes formodentlig, at læserne er bevidste om at teknologi og naturvidenskab spiller en rolle alle steder i samfundet og er vigtige faktorer for hvordan vi fremadrettet vil indrette vores samfund bl.a. i forhold til miljø, energi og velfærdsspørgsmål. Ingeniørens dækning og prioritering klæder dem på til netop dette.

Ingeniøren er anerkendt og bliver ofte citeret for at sætte en kritisk, troværdig dagsorden på sit felt og er suverænt førende i at sikre folkelig diskussion af den teknologiske udvikling på et konkret, videnskabeligt grundlag. Udover selve nyhedsmediet suppleres diskussionerne med offentlige debatarrangementer som eksempelvis den nylige debat om det kontroversielle skifergas.

Ingeniøren kompletterer de traditionelle mediers perspektiv, der ser verden fra en politisk og samfundsmæssig synsvinkel, med en teknologisk, som har afgørende betydning for verdens udvikling og på tilsvarende niveau krav om at blive afdækket, lagt frem og diskuteret i offentligheden. Samme verden – forskellige perspektiver. Det betyder, at Ingeniøren også skriver om kultur – bare på en anden måde. Ingeniøren skriver også om politik – men om dens konkrete indhold i forhold til eksempelvis infrastruktur inden miljø, energi og transport – ikke om politikkerne og taktikken bag. Med sit skarpe fokus på at finde løsninger, giver mediet en stor gruppe af den danske befolkning mulighed for at finde faktuel information, aktuel debat og argumentation og ny viden om emner, der enten slet ikke eller kun ganske overfladisk berøres i andre medier.

Således opfylder Ingeniøren gennem sin publicistiske tradition en vigtig demokratisk funktion og udfylder rollen som et uafhængigt forum hvor teknologi og naturvidenskab behandles og diskuteres. Et medie der kan oplyse og udfordre på teknologiinteresse og et forum, hvor andre samfundsaktører kan henvende sig til den teknologiske elite.

Ingeniøren har indtil nu fået støtte og lever fuldt ud op til kravene for tilskud fra hovedordningen, jf. § 5. Eneste undtagelse er kravet i stk. 4) om at mediet "ikke er ejet med to tredjedele eller mere af arbejdsgiver-, arbejdstager- eller brancheorganisationer." De øvrige krav lever Ingeniøren til fulde op.

Ingeniøren udgives af Mediehuset Ingeniøren A/S, som ejes 100 % af Ingeniørforeningen IDA. Mediehuset er organiseret med en redaktion, som er uafhængig af økonomiske, forningsmæssige og politiske interesser. Ingeniøren er derfor IKKE et traditionelt medlemsmedie, der tegner moderorganisationens holdning og prioriteringer overfor medlemmerne.

Tværtimod hviler Ingeniørens udgivelser på 100 % redaktionel frihed, der blev udstukket i 1961. Det er således redaktionen på Ingeniøren, der ubetinget og alene beslutter indholdet i mediet. Kommercielt er mediehuset etableret som et datterselskab med professionel bestyrelse. Ingeniøren har 56 fastansatte, men rummer alt i alt 80 lønnede medarbejdere. Annoncedækningen er – som den skal være hvis man skal have mediestøtte – under 50 %.

På denne baggrund ser vi det som dybt uhensigtsmæssigt og ganske enkelt ærgerligt, at et forventet frafald af et afgørende tilskud ikke sker på baggrund af mediets kvalitet eller samfundsmæssige rolle, men udelukkende efter ejerskabsforhold, på trods af, at uafhængigheden er sikret gennem det redaktionelle frihedsbrev.

Med venlig hilsen
Ingeniørforeningen, IDA



Carl Aage Dahl
Adm. direktør

Søren F. Jensen

Fra: Inger Frydendahl
Sendt: 30. maj 2013 18:07
Til: Susanne Mahler; Gitte Østergaard; Søren F. Jensen; Marie-Louise Helvang
Emne: VS: Mediestøtte - høring

Fra: Specialmediernes Sekretariat [<mailto:specialmedierne@specialmedierne.dk>]
Sendt: 30. maj 2013 15:07
Til: Inger Frydendahl
Emne: Mediestøtte - høring

Kære Inger Frydendahl

Interessenetværket Specialmedierne er, efter at vores høringssvar er afsendt, blevet kontaktet af et vores medlemmer Claus Theilgaard, DKnyt.dk. Han har henledt vores opmærksomhed på, at lovtæksten omkring supplementspuljen for fritstående netmedier afviger fra aftaleteksten fra 18. januar 2013.

Interessenetværket kan fuldt ud tilslutte sig bemærkningerne i høringssvaret fra DKnyt.dk, og vi ser frem til, at lovtæksten bliver korrigeret, så lovtæksten er i overensstemmelse med den politiske aftale.

Med venlig hilsen

Kristian Lund
Formand for
Interessenetværket
Specialmedierne
kl@dagensmedicin.dk

Denne mail er blevet scannet af <http://www.comendo.com> og indeholder ikke virus!

KORRESPONDENTERNE



Høringssvar vedr. lovforslaget om en ny mediestøtteordning.

Om korrespondenterne.dk

Korrespondenterne.dk er et onlinebaseret medie, som drives af danske freelance-journalister bosiddende i udlandet. Vi har eksisteret som netværk og platform igennem mere end to år, hvor alt arbejde med projektet har været frivilligt. Vi har lagt en strategi og forretningsplan for en relancering af sitet som betalt netmagasin, der vil blive gennemført i slutningen af 2013 eller i løbet af 2014.

Vi anser os selv som et projekt, der i høj grad lever op til ønsket om at skabe innovation i mediebranchen og sikre et fremtidigt bæredygtigt grundlag for de former for journalistik, som er afgørende for kvaliteten af den offentlige debat og den demokratiske udvikling.

Udlandsjournalistikken er en af de typer af journalistik, som lider allerhårdest under de økonomiske vanskeligheder i mediebranchen, da den oftest er krævende og omkostningsfuld. Vi anser det derfor som helt afgørende, at der blive gjort nye forsøg på at skabe en fremtid for kvalificeret udlandsjournalistik, der produceres af danske journalister, som er bosiddende i de regioner og lande, som de dækker.

Omlægningen af mediestøtten ville potentielt kunne give korrespondenterne.dk et kærkommen rygstød, der vil gøre det nemmere at løfte vores høje ambitioner. Men som lovtæksten omkring den nye mediestøtte er formuleret virker det imidlertid ikke sandsynligt, at korrespondenterne.dk i nærmeste fremtid kan blive berettiget til støtte. Der er en række forhold, som forhindrer os i at komme i betragtning, og vi anmoder om, at der i den endelige lovtækst bliver taget hensyn til disse problematikker.

Et 'nyt' medie

Det fremgår af lovtæksten, at etableringsstøtten skal gå til nye, selvstændige nyhedsmedier, og i beskrivelsen af støtten lægges der vægt på selve den fysiske etablering og opstartsfasen. Dette gør det uklart for os, om et medie som korrespondenterne.dk, der er allerede er midt i en etableringsfase, kan blive berettiget til etableringsstøtte. Vi er næppe det eneste eksisterende netmedie, der efter at have lagt mange ulønnede arbejdstimer i vores projekt, befinder os midt en proces, hvor vi forsøger at tage skridtet videre til at blive et bæredygtigt, selvfinansierende netmedie. Det ville virke i strid med lovens hensigt, hvis medier som vores ikke kan blive

støtteberettigede, fordi vi falder ned i mellem to stole - etableringsstøtten og produktionsstøtten.

Vi har i korrespondenterne.dk allerede udarbejdet et koncept og en forretningsplan for de kommende år og kommer til at relancere mediet, inden vi kan søge mediestøtte. Det betyder, at når vi i 2014 gerne vil søge støtte, vil det formentlig blive til en videreudvikling af vores koncept og især til en udvidelse af vores journalistiske produktion, sådan at vi kan sikre, at vores produkt har en høj nok kvalitet og bredde til at kunne blive en bæredygtig forretning. Støtteordningen til udvikling af projekter virker ikke møntet på et medie som vores, og støtten kan desuden ikke gå til drift. Vi håber derfor fortsat at kunne søge om etableringsstøtte, men som lovteksten er formuleret virker det for os uklart, om nyligt etablerede medier er berettiget til at ansøge, og om det er muligt under ordningen hovedsageligt at ansøge om støtte til produktion.

Det nævnes i lovteksten at etableringsstøtten kan gives til "den indledende produktion" og kan tildeles over en periode på tre år. Vi håber, at dette betyder, at et allerede etableret netmedie godt kan modtage støtte til lønudgifter i en begrænset periode, inden det er i stand til at ansøge om produktionsstøtte. Og vi opfordrer derfor til, at det i lovteksten gøres mere klart, hvordan medienævnet skal forholde sig til netmedier, der allerede befinder sig midt i etableringsfasen.

Risikovillighed

Generelt er det vores opfattelse, at det fremlagte forslag til lov for etableringsstøtte bygger på et meget traditionelt syn på medier og forretningsmodeller. Det fremgår af de særlige bemærkninger til lovforslaget, at støtten gives til "markedsundersøgelser, materialer, lokaler, fremstillingsanlæg/platforme, samt til lønudgifter". Ordvalget her lægger sig tæt op af, hvordan man hidtil har defineret etableringsstøtten til printmedier under Dagbladsnævnet og synes slet ikke at skelne til, at der kan være markante forskelle på, hvordan man bygger en forretning omkring et print- og et netmedie.

I den nye medievirkelighed på internettet er det ikke længere den fysiske etablering, som skaber basis for et nyt medie. Det er nemt at opstarte et nyt medie på nettet, og der er få omkostninger forbundet med det. Korrespondenterne.dk behøver ikke som udgangspunkt et kontor for at drive vores medie, og vi skal stort set ikke bruge andre maskiner end vores personlige computere for at kunne udgive vores indhold. Dette er præcis årsagen til, at små netmedier har så gode muligheder for at skabe fornyelse i mediebranchen, idet vi ikke er nødsaget til at foretage dyre investeringer fra starten.

Det som skaber basis for et bæredygtigt onlinemedie er, at det formår at producere noget indhold, som har værdi for mediebrugere, der har adgang til uanede mængder af informationer, og samtidig lykkedes med at skabe et community omkring dette indhold, sådan at brugerne forbliver loyale til mediet. Potentialerne for den slags communities er vanskelige at måle sig frem til gennem markedsundersøgelser. Netbrugernes vaner er under konstant forandring i takt med, at onlineverdenen udvikler sig, og i takt med at nye medier præsenterer nyt indhold og nye former

for kontrakter mellem brugere og udgivere. Vi ved fra undersøgelser, at der er brugergrupper, som efterspørger kvalitetsjournalistik på nettet, og som også er villige til at betale. Men dette er samtidig meget kritiske læsergrupper, som til dagligt manøvrerer i en onlineverden med et enormt udbud af indhold. Hvis det var målbart, hvad der skal til for, at disse brugergrupper er beredte til at betale for indhold, ville det være enkelt at skabe nye succesfulde netmedier. Men det er det ikke. Når nye netmedier lykkes med at opbygge solide læserskarer, skyldes det ikke, at de har haft gode markedsundersøgelser til hjælp. Det skyldes derimod, at de er lykkedes med at udvikle stærke communities, som ikke allerede eksisterede.

Det afgørende for nye netmedier er derfor at have et visionært koncept og modet til at afprøve det på virkeligheden. Hvis den danske stat gennem etableringsstøtten vil være med til at kickstarte udviklingen af nye onlinebaserede medier, er den nødt til at være villig til også at satse på vores koncepter. Det fremgår af bemærkningerne til lovforslaget, at puljen til etableringsstøtte skal være "risikovillig". Men det er ikke risikovillighed kun at ville støtte netmedier, hvis de kan præsentere resultater af forundersøgelser, som demonstrerer et fremtidigt forretningsgrundlag.

Risikovillighed er set fra vores synspunkt, at være beredt på fra starten hovedsageligt at give støtte til produktion af journalistik. Udover udgifter til webdesign, udvikling af 'apps' og til revisor har vi få omkostninger forbundet med vores etablering. I stedet har vi brug for at kunne investere os selv i at producere nyskabende, journalistisk indhold og opbygge stærke communities omkring vores sites. Dette tager tid og kræfter og vil have nemmest ved at lykkes, hvis vi i starten er mindre afhængige af at skulle indfri hele vores kommercielle potentiale.

Freelance

Det fremgår af de særlige bemærkninger, at freelancearbejde ikke kan tælles med i et årsværk, undtagen under supplementsordningen. Dette udelukker reelt et medie som korrespondenterne.dk – samt formentlig mange andre nystartede netmedier – i at opnå støtte. Vores forretningsplan bygger på, at alt indhold skal produceres af freelancere. Dette vil sikre os en bredde i indholdet, fordi vi vil kunne have et højt antal af skribenter tilknyttet og dermed kunne dække mange egne af verden. Samtidig gør det også vores forretningsmodel fleksibel, fordi vi kan afstemme vores produktion af indhold med, hvor godt forretningen udvikler sig. Dette er enormt fordelagtigt for et nyt netmedie, som skal forsøge at tilpasse sig stadigt forandrende brugervaner.

Det er positivt, at nye netmedier kun skal have ét årsværk sammenlagt for at komme i betragtning til støtte. Men de færreste nye medier er en-mands- eller to-kvindes-hær. I stedet har vi en hel række skribenter tilknyttet, som det giver bedst mening at aflønne på freelance-basis. At disse freelancere ikke kan tælles med i et årsværk virker ikke logisk, da slet ikke når frivilligt arbejde i visse tilfælde godt kan.

Selvstændig journalistik

Supplementsordningen i lovforslaget lader medier med særlig høj produktion af redaktionelt stof og selvstændig journalistik få op imod 50 procent af dets omkostninger dækket af tilskuddet. Her vil vi bemærke, at et koncept som det, korrespondenterne.dk vil følge, bygger på, at alt indhold (100 pct.) skal være egenproduceret og originalt. Vi tror ikke på, at vi kan få brugerne til at betale for andet end originalt stof, som tilføjer værdi til den allerede eksisterende nyhedsjournalistik. Derfor kunne man måske overveje om ikke, at etableringsstøtten også kunne have et forhøjet loft for medier med en særlig høj andel af selvstændig journalistik.

Medienævnet

At kunne se potentialerne i nye netmedier kræver, at man følger tæt med i udviklingerne rundt om i verden og er bekendt med, hvilke nye modeller der har succes. Dette er der kun ganske få i Danmark, som gør. Vi så derfor meget gerne, at der i medienævnet sad en repræsentant, der har netmediernes udvikling som speciale, da vi ikke mener det er hensigtsmæssigt, at det kun er repræsentanter fra den etablerede branche, der skal bedømme nye koncepter og ideer. Denne repræsentant kunne eksempelvis være en person fra DONA eller en professor fra en af journalistuddannelserne, som underviser i netjournalistik eller journalistisk 'entrepreneurship'.

Kulturstyrelsen
att. Inger Frydendahl
ifr@kulturstyrelsen.dk
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
(mail)

København, 30. maj 2013

Høringssvar vedr. udkast til lov om fremtidens mediestøtte

Tak for muligheden for at afgive høringssvar vedr. lovforslag for omlægning af den statslige mediestøtte.

Som udgangspunkt støtter vi stærkt op om intensionerne i lovudkastet, der vil begrænse konkurrence forvriddningen i den danske medieverden. Desuden henholder vi os overordnet til synspunkter i høringssvar fra Specialmedierne.

Men det udsendte lovudkast indeholder i forhold til vores virksomhed række uklarheder, som det vil være hensigtsmæssigt at få præciseret i den endelige lovgivning. Vores opfattelse baseret på det lovforberedende arbejde har været, at det var hensigten at anse i hvert fald Økonomisk Ugebrev som støtteberettiget. Efter vores vurdering bør vores tre udgivelser ses som en enhed, da der reelt, men ikke formelt, er tale om én udgivelse rettet mod forskellige separate målgrupper med forskellige prioriteringer af det redaktionelle stof indenfor erhverv, samfund, politik, privatøkonomi, ledelse, samfundsøkonomi og investering.

Langer Business Media udgiver i dag de 100 % ejede medier, Økonomisk Ugebrev, Nyhedsbrev for Bestyrelser og Aktieugebrevet. Kendetegnet ved udgivelserne er, at de er placeret i hver deres juridiske enhed, med Økonomisk Ugebrev som holdingselskab for de to øvrige selskaber. Vi vil finde det hensigtsmæssigt at de tre enheder bliver opfattet som en enhed i relation til tildeling af støtte, ligesom det antageligt vil være gældende for Altinget med forskellige portaler.

Vores tre nyhedsbreve har én fælles chefredaktør, en fælles redaktion med journalister, der lever stof til alle tre nyhedsbreve.

Økonomisk Ugebrev, Nyhedsbrev for Bestyrelser og Aktieugebrevet er bredt citeret i de øvrige erhvervsmedier, i radio og TV. Vi er med til at sætte vigtige samfundsmæssige dagsordener omkring samfundsøkonomi, erhvervs politik, ledelse og omkring den finansielle sektor. Samlet set har de tre nyhedsbreve en meget bred dækning, idet nyhedsbrevene henvender sig til alle dele af erhvervslivet, fra bestyrelser og ledelser til økonomi- og finansfunktioner, samt private danskere omkring privatøkonomi og investering og pension. Ud over de tre abonnementsbaserede nyhedsbreve udgiver vi gratis publikationerne Selskabsledelse SMV med 10.000 modtagere blandt SMV-virksomheder og gratispublikationen AktieUgebrevet Privatinvestor om investering, pension og makroøkonomi til 35.000

modtagere blandt private.

Inden for vores fagområder møder vi massiv konkurrence fra de store erhvervsmedier, som i årevis har fået betydelig offentlig støtte. Vi ser som vores styrke at været helt uafhængige og kunne skære gennem gængse opfattelser, de "fælles" mediehistorier, hvor alle løber samme vej, og skabe "ny forståelse" ved at udfordre gennem grundig analyse og research. 100 % af det redaktionelle stof i nyhedsbrevene er egenproduceret og unikt, hvilket gør det til en relativ omkostningstung produktion. Ikke desto mindre ser vi vores fleksible forretningsmodel med en høj andel af freelance journalister med mangeårig specialisterfaring, som en af fremtidens forretningsmodeller i medieverdenen. Altså høj kvalitet, høj integritet til relativt lave omkostninger.

I det videre lovforberedende arbejde kan det være afgørende for medier som vores at der tages hensyn til ovenstående forhold.

Vedhæftet seneste udgaver af Økonomisk Ugebrev og Nyhedsbrev for Bestyrelser.

Med venlig hilsen I Best regards

Morten W. Langer

CEO / adm. direktør I Editor-in-Chief/ Chefredaktør

Nyhedsbrev for Bestyrelser - www.bestyrelsen.dk
Økonomisk Ugebrev - www.ugebrev.dk
AktieUgebreve - www.aktieugebrevet.dk
Økonomisk Ugebrev Partner Publications
Selskabeledelse SMV

Telefon:
Mobil + 45 26 70 39 56 I Direkte + 45 69 60 82 01 I Reception + 45 70 23 40 10 I Privat + 45 39 68 39 56

MailTo:
mwl@bestyrelsen.dk I mwl@ugebrev.dk

Postadresse:
Økonomisk Ugebrev I Slagtehusgade 4-6 I DK-1715 København V.

Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
Att.: Inger Frydendahl

30. maj 2013

Høringssvar fra Licitationen Byggeriets Dagblad

Vi har på Licitationen Byggeriets Dagblad med interesse fulgt den debat, der udspiller sig omkring den nye Mediestøtteordning. Tiden er nu inde til at komme med en respons i henhold til det foreslåede.

Licitationen Byggeriets Dagblad er et 105-årigt gammelt dagblad, som beskæftiger sig med alt, der har relevans til byggeriet, anlæg og i forbindelse hermed, det politiske system og det omgivende samfund, herunder også kulturen.

Med afsæt i bygge- og anlægsbranchen breder vi vores historier langt ud over det, der kan kaldes for en snæver kreds. Det er klart, at vi har afsæt i byggeriet, men byggeriet er så integreret en del af vort samfund, at det ikke har kontekst, hvis vi ikke stort set dagligt perspektiverer vores stof i forhold til det omgivende samfund. Dette er således også grunden til, at vi er et af de mest citerede skrevne medier i bl.a. DR's P3, DR Nyhederne og TV2 og generelt i såvel det skrevne som det elektroniske medieunivers. Det skyldes selvsagt, at vore historier har en bred og almen interesse. At der også kan anlægges en erhvervsfaglig vinkel, ser vi som et klart plus og som et kvalitetsstempel, fordi stoffet således i praksis anvendes som beslutningsgrundlag i virksomheder, organisationer og ikke mindst også i det politiske system.

Vi mener dog, at forslaget element med krav om en bred kulturel dækning er at gå for vidt. Denne del af forslaget er malet med en så bred pensel, at der nødvendigvis må ske en tolkning af, hvad der er kultur og hvad der ikke er. Her er en efter vor mening ret stor risiko for, at det bliver smagsdommeri, der kommer til at ligge til grund for en eventuel tildeling af støtte. Denne del af lovforslaget bærer præg af en lidt altmodisch holdning til Omnibus-princippet om bred almen appel.

Vi beskæftiger os således på Licitationen med kultur i mange henseender. Det gælder naturligvis bygninger til kulturen, men det gælder også vores kultur generelt. Kultur er mange ting. Det er også hvordan vi indretter os og hvordan vi er sammen. Kulturen er også en stor del af den måde vort samfund er skruet sammen på, vores infrastruktur og vores adfærdskultur. Over to dage havde vi for ganske nylig en dækning af et dansk designet kulturhus, Harpa i Reykjavik, som den danske arkitekt Henning Larsens Tegnastue har fået den prestigefyldte Mies Van Der Rohe Pris for. Vi har skrevet om unges kunststudfoldelser i forbindelse med Metrobyggeriet, og landet over er en række kulturhuse under opførelse, eksisterende sportshaller og forsamlingshuse er under omdannelse til kulturelle formål. Alt sammen noget vi løbende dækker.

Når vi taler om den samfundsmæssige relevans, som Licitationen har, så gælder det blandt andet det faktum, at omkring 40 procent af alt energiforbrug går til opvarmning/køling og drift af bygninger, hvortil skal regnes al den energi, der går til fremstilling af materialer og transport m.v., som har direkte relation til byggeri og bygninger; for ikke at nævne den væsentlige del af den samlede beskæftigelse, som bygge- og anlægssektoren og de dertil relaterede erhverv oppebærer.

Alt iberegnet, tegner Licitationens fagligt funderede bagland sig for en ikke uvæsentlig del af det samlede samfundsøkonomiske og -økologiske potentiale.

Det interessante er, at bygge- og anlægssektoren af den nuværende regering tildeles en god del af ansvaret for at skabe den vækst, der skal findes i de kommende år, qua Vækstplan.dk. Et ansvar som Økonomi- og Erhvervsminister, Margrethe Vestager forleden i sin økonomiske redegørelse, tildelte byggeriet. For at det kan ske, skal der bruges værktøjer, og her er Licitationen et nødvendigt værktøj.

Licitationen er således at betragte som en faglig platform, hvor der formidles og udveksles viden mellem professionelle aktører, men så sandelig også en formidling videre ud i samfundet af de samfundsrelevante bredt appellerende nyheder, bygge- og anlægspolitiske strømninger og eksakt viden.

Licitationen vil gerne kunne bidrage endnu mere til denne formidling og vidensudveksling, og med en mediestøtte i ryggen vil vi som et ansvarligt dagblad kunne påtage os en del af det ansvar, som regeringen med sin vækstplan lægger på byggeriet, nemlig at formidle og udveksle viden, der kan skabe vækst og arbejdspladser i det danske samfund.

Med venlig hilsen
Torben Sigh
Ansv. Chefredaktør
Licitationen Byggeriets Dagblad

Bemærkninger til lovforslag om mediestøtte

Med udgangspunkt i lovforslag om mediestøtte af 1. maj 2013 ønsker Magasinet ATLAS at give sit synspunkt til kende.

Adgangen til innovationspuljen bør begrænses til medier, der rent faktisk er repræsenterer nytænkning i det danske mediebillede. Derfor henstilles der til, at medier der har adgang til den almindelige produktionsstøtte ikke på samme tid kan få adgang til innovationspuljen. Det anses for en seriøs og reel bekymring, at mere etablerede spillere vil anskue innovationspuljen som en slags suppleringspulje. Hvis ikke adgangen til innovationspuljen begrænses, vil det blive umådeligt vanskeligt at leve op til lovens formål som udtryk i paragraf 2, om at ”fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud..”

Vi mener ikke det er et udtryk for innovativ tænkning at begrænse støtten til skrevne medier. Fremtidens medier vil med overvejende sandsynlighed være præget af flermedialitet.

Der bør i tildelingen af midler indenfor innovationspuljen lægges vægt på et initiativs kvalitetsmæssige ambitioner således, at man så vidt muligt lever op til lovens hensigt om at tjene demokratiet.

Det er af stor vigtighed, at det kommende medienævn vil blive sammensat således, at de uafhængige nyere netinitiativer også tilgodeses. Der henstilles derfor til, at der i nævnet vil være mindst én person med erfaring inden for innovation på medieområdet og tilsvarende kompetencer indenfor bedømmelse af den indholdsmæssige kvalitet i andre fortælleformer end de traditionelle dagbladsformater.

Vi anbefaler at den procentvise egenfinansiering på 60% for projektstøtte sættes ned til 40%. Da innovationspuljens primære fokus må være at sikre indholdsmæssig innovation snarere end forretningsmæssig, anbefales det, at risikovilligheden nævnt i bemærkningerne til etableringsstøtte ligeledes bør gælde ved projektstøtten.

Det er vores klare opfattelse, at det vil være hensigtsmæssigt at tilgodese projekter, der på den ene eller anden vis har vist bæredygtighed. Medieinitiativer der indtil lovens ikrafttræden har virket på frivillighed og pionerånd bør tilgodeses, da vedholdenhed må anses som altafgørende ved opstart af nye medier.

Størrelsen af støtteportionerne til de enkelte projekter under innovationspuljen må være af et substantielt omfang for at sikre reel og blivende mulighed for at opnå den tilsigtede bæredygtighed efter de nævnte 3 år. Den altovervejende risiko ved at tildele mindre støtteportioner er, at støtten vil få karakter af symbolsk støtte snarere end understøtte den innovation og nytænkning som lovforslaget tilsigter.

Med venlig hilsen,

Magasinet ATLAS

kg@atlasmag.dk

tlf: 26 81 85 88

25.05.2013

Til Kulturstyrelsen,
Att: chefkonsulent Inger Frydendahl
ifr@kulturstyrelsen.dk

Ang: Udkast til forslag til lov om mediestøtte
Høringssvar fra netavisen Modkraft.dk

Som civilsamfundsmedie ser Modkraft.dk positivt på de grundlæggende træk i udkastet. Imidlertid bør nedenstående kommentarer og forslag indgå i de fortsatte overvejelser for at sikre, at ordningen i praksis kommer til at fungere efter hensigten.

§5, stk. 4

»Et nyhedsmedie kan maksimalt opnå redaktionel produktionsstøtte fra hovedordningen på 17,5 mio. kr. årligt.«

Bemærkning:

Der er brug for et koncernloft - og ikke et titelloft - for at opnå målet om spredning af ytringsfrihed og demokratistøtte. Et titelloft kan medføre, at en større mediekoncern vil kunne tømme en stor del af kassen ved at opdele sig i et større antal titler, der passer til støtteordningen.

§6 »Der ydes fra supplementsordningen tilskud fra to puljer til:«

(...)

stk. 2 »Skrevne internetbaserede nyhedsmedier, som ikke har samme ejer eller udgiver som et andet nyhedsmedie...«

Bemærkning:

Afgrænsningen er alt for bred til at opnå hensigten om en målrettet demokratistøtte. Det bør i stedet tydeliggøres, at formålet med supplementsordningen – foruden at støtte trykte, små landsdækkende nyhedsmedier – er at støtte ikke-kommercielle internetbaserede civilsamfundsmedier, hvis nyhedsformidling har særlig betydning for den politiske og demokratiske debat.

I øvrigt er det afsatte beløb efter vores mening for småt til at opfylde hensigterne med puljen. Der kan med fordel overføres midler fra hovedordningen til supplementsordningen.

§6, stk. 5

»Til skrevne internetbaserede nyhedsmedier, der er omfattet af stk. 1, nr. 2, ydes tilskud i forhold til nyhedsmediets redaktionelle omkostninger (...).«

Bemærkning:

Denne bestemmelse er umiddelbart udformet, så flere ikke-kommercielle civilsamfundsmedier med særlig betydning for den politiske og demokratiske debat i praksis ikke har mulighed for at få gavn af ordningen – på trods af de gode intentioner. Det gælder for

redaktioner, hvor frivillige tilsammen udgør over 3 årsværk – men som bliver drevet udelukkende con amore uden betalt arbejdskraft. I så fald vil de samlede redaktionelle omkostninger ligge tæt på 0 kroner. Dermed vil et tilskud udregnet som 35% (eller 50%) af disse ikke-eksisterende redaktionelle omkostninger være på omkring 0 kroner. Men formålet med den del af ordningen, der handler om civilsamfundsmedier må være at styrke redaktionen, typisk ved at der takket være støtte bliver muligt at ansætte en redaktionssekretær.

En nærliggende løsning er at indregne værdien af frivillig-årsværk i de redaktionelle omkostninger i henhold til den gennemsnitlige journalistløn i området, udregnet efter Dansk Journalistforbunds statistikker.

§8-§11

Projektstøtte - Innovationspuljen:

Bemærkning:

Denne pulje fremstår som en rodekasse. Der bør indføres vandtætte skodder mellem de beløb, der afsættes til de forskellige formål. I modsat fald vil en omlægning i et større mediehus kunne tømme kassen for midler, der egentlig burde hentes gennem selvfinansiering. Mere hensigtsmæssigt ville være at øremærke fx 1/3 til innovationsbehov hos eksisterende medier med mindst tre lønnede medarbejdere, 1/3 til etablering af nye medier og 1/3 til omlægning og innovationsprojekter i ikke-kommercielle civilsamfundsmedier.

I øvrigt er det afsatte beløb efter vores mening for småt til at opfylde hensigterne med puljen. Der kan med fordel overføres midler fra hovedordningen til innovationspuljen.

Gitte Østergaard

Fra: Inger Frydendahl
Sendt: 30. maj 2013 10:47
Til: Gitte Østergaard
Emne: Fwd: høringssvar mediestøtte

Sendt fra min iPad

Start på videresendt besked:

Fra: Michael Nørfelt <MN@DanskeFagMedier.dk>
Dato: 30. maj 2013 10.18.22 CEST
Til: <ifr@kulturstyrelsen.dk>
Emne: høringssvar mediestøtte

**Chefkonsulent
Inge Frydendal
Kulturstyrelsen**

31. maj 2013

Høring vedr. forslag til lov om mediestøtte:

Som chefredaktør for Motor-magasinet glæder det mig, at der nu fra 1. januar 2014 gennemføres en reform af mediestøtten. Det ser dog ud til, at der i lovteksten og nogle af bemærkningerne fortsat tænkes i en medieverden, hvor omnibusmedier er dominerende. Jeg vil i den forbindelse gerne påpege følgende centrale elementer i lovforslaget og bemærkningerne:

Politik, kultur og samfund bør ses i en bred sammenhæng:

Det glæder mig, at den nye lov vægter demokrati, politik og samfundsforhold højt. Der er i den forbindelse ingen tvivl om, at de politiske og samfundsrelevante forhold har størst betydning for brugerne, når de sættes ind i en sammenhæng, hvor de har betydning for brugernes hverdag. Det oplever vi i høj grad, som journalister på Motor-magasinet. Vi vil derfor opfordre til, at man betragter det politiske, samfundsrelevante og kulturelle stof på en sådan måde, at et medie ikke afskæres for mediestøtte, fordi det bringer politik, kultur og samfund ind i en for mediebrugeren relevant kontekst. Det vil derfor være min opfordring, at man betragter § 5 stk. 5, 7: "Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer" i en bred sammenhæng.

Opfattelsen af målgruppen bør ses ud fra mediets samfundsmæssige betydning:

Undersøgelser viser, at den enkelte mediebruger anno 2013 sammensætter sit medieforbrug ved at få informationer gennem mange kilder – typisk emnecentrerede portaler og nichemedier. Motor-magasinet navn, brand og behandling af stof kan derfor synes specialiseret og målrettet en bestemt branche. Der er dog ingen tvivl om, at vi når en meget bred målgruppe af læsere, som ikke nødvendigvis har noget med branchen at gøre, men som alene på grund af vores journalistiske behandling af et stof får politisk, kulturel og samfundsmæssige indsigt i stof – som gør dem til demokratiske medborgere.

Det vil derfor være min opfordring, at man betragter § 5 stk.2. 3 på en sådan måde, at det ikke er mediets navn og primære målgruppe, som afgør, om det kan få mediestøtte, men mediets samfundsmæssige betydning.

Jeg håber, at man vil have forståelse for dette i det videre politiske arbejde – så Motor-magasinet også fremover kan styrke den demokratiske proces.

Med venlig hilsen
Michael F. Nørfelt
Ansv. chefredaktør
Motor-magasinet
mn@motormagasinet.dk
www.motormagasinet.dk
tlf. +45 70 11 51 00
mob. +45 21 28 04 15
fax +45 44 85 10 13



Kulturstyrelsen
ifr@kulturstyrelsen.dk

30. maj 2013

Hørings svar – lov om mediestøtte

Producentforeningen har læst forslaget til lov om mediestøtte og har følgende bemærkninger:

Formålet med lov om mediestøtte er, ifølge paragraf 2, "at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark". I den sammenhæng er det indlysende vigtigt, at den nye mediestøtte også kan støtte internetbaserede nyhedsmedier og ikke blot trykte medier, og lovforslaget baner derfor også vejen for at støtte medier, som publicerer indholdet på nettet, uafhængigt af et trykt medie.

Producentforeningen finder det uforståeligt, at tilskudsordningerne specifikt udelukker internetbaserede medier, som formidler nyhederne via levende billeder. I bemærkningerne til lovforslagets paragraf 1, stk. 1, er det anført, at billeder og lyd og videoindslag ikke alene kan udgøre det indhold, der er en forudsætning for at få tilskud.

Producentforeningen må på det kraftigste protestere mod denne utidssvarende klausul. Levende billeder betragtes i alle øvrige sammenhænge som en ligeværdig kommunikationsform i forhold til det skrevne ord, og netop i en formidlingsammenhæng, hvor styrkelse af demokratiet og den demokratiske debat er overskriften, har de levende billeder en vigtig funktion, idet store og væsentlige målgrupper i samfundet lettere kan relatere til nyhedsformidling og debat, der anvender videoindslag. Etableringen af fritstående internetbaserede medier med udgangspunkt i audiovisuelt indhold er desuden et potentielt forretningsområde for Producentforeningens medlemmer.

Forarbejdet til det foreliggende lovforslag er blandt andet mediestøtterapporten "Demokratistøtte – Fremtidens offentlige mediestøtte" fra september 2011, som har haft



til formål at undersøge mediestøttens funktion og effekt samt at bane vejen for en gennemgribende reform af den støtte, der i dag er baseret på trykte medier og som derfor ikke er i samklang med dagens mediebillede. Mediestøtterapporten opererer med forskellige scenarier og støtteformer, der i varierende omfang åbner for at støtte medier på tværs af de eksisterende platforme. I den sammenhæng er det værd at bemærke, at mediestøtterapporten ikke som udgangspunkt skelner mellem tekst og levende billeder. I rapporten omtales alene redaktionelt indhold. Forarbejdet til lovforslaget har været omfattende og tidskrævende, og det er nedslående at konstatere, at resultatet af den grundige diskussion og undersøgelse allerede i første paragraf begrænser den udtryksform, som kan støttes, til det skrevne ord.

Producentforeningen vil derfor kraftigt opfordre til, at fritstående internetbaserede medier, der anvender levende billeder til nyheds- og kulturformidlingen, omfattes af loven på linje med skrevne internetbaserede nyhedsmedier. Foreningen foreslår derfor, at paragraf 1, stk. 1 ændres, således at støtten ikke begrænses til skrevne medier. Ligeledes skal paragrafferne 5, 6 og 8 ændres, således at også ikke-skrevne internetbaserede nyhedsmedier, der i øvrigt opfylder kriterierne i paragraffen, kan opnå støtte fra henholdsvis hovedordningen, supplementsordningen og innovationspuljen.

Kulturministeren har i sit svar til kulturudvalget den 18. april 2013 om, hvorvidt medieprojekter med helt eller delvist audiovisuelt indhold kan modtage støtte fra innovationspuljen, henvist til stemmeaftalen mellem regeringen og Enhedslisten. Denne stemmeaftale indeholder dog ikke en skelnen mellem skrevne medier og audiovisuelle medier. Producentforeningen vil gerne have en forklaring på, at der i perioden fra stemmeaftalen fra januar 2013 til kulturministerens svar til kulturudvalget i april 2013 er indført en klausul om, at mediestøtten kun kan gives til skrevne medier.

Med venlig hilsen

Klaus Hansen, direktør, Producentforeningen



Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

St. Kongensgade 45
1264 København K

Tlf. 33 92 84 00
Fax 33 11 04 15

rr@rigsrevisionen.dk
www.rigsrevisionen.dk

Høring vedr. udkast til forslag til lov om mediestøtte

29. maj 2013

Ved e-mail af 2. maj 2013 har Kulturstyrelsen fremsendt udkast til forslag til lov om mediestøtte til høring i Rigsrevisionen.

Kontor: 2. Kontor

J.nr.: 2012-5601-12

Rigsrevisionen har foretaget en gennemgang af det fremsendte lovforslag med henblik på at efterse, om udkastet indeholder bestemmelser, som Rigsrevisionen skal udtale sig om i henhold til rigsrevisorlovens §§ 7 eller 10.

Rigsrevisionen har konstateret, at det fremgår af § 7, § 9 stk. 6, § 10 stk. 3 samt § 12 stk. 4, at Kulturministeren fastsætter nærmere regler for tilskudene herunder ansøgningernes indhold, udbetaling af tilskud, regnskabsaflægelse samt revision m.v. Rigsrevisionen forudsætter, at vi får forelagt disse til udtalelse inden ikrafttræden.

Rigsrevisionen forudsætter desuden, at Kulturstyrelsen etablerer de fornødne interne kontroller til sikring af, at der kun udbetales tilskud til tilskudsmodtagere, der er berettiget hertil, og at der kan aflægges et rigtigt regnskab for ordningen.

Gennemgangen har ikke givet anledning til yderligere bemærkninger.

Med venlig hilsen

Jenny Kingbo
Souschef, fuldmægtig

Til Kulturstyrelsen

Høringssvar fra Samsø Posten vedr. mediestøttelew

Bemærkninger:

1. ad Processen og Tidsplanen for overgangen fra distributionsstøtte til mediestøtte iflg. den indgåede medieaftale

Samsø Posten har forsøgt at kommentere den indgåede mediestøtteaftale flere gange ved henvendelser til partiernes medieordførere, samt en henvendelse til kulturministeren. Hensigten har været at gøre opmærksom på den dramatiske ændring i dagbladet Samsø Postens vilkår. Avisen går fra 1,3 millioner kroner i distributionsstøtte til udmeldte 0 kroner i mediestøtte. Samsø Posten er en kommerciel virksomhed og ejerne har brug for en afklaring i god tid inden årsskiftet, hvis dagbladet skal kunne fortsætte som hidtil. Kulturministeren har henvist til nedsættelsen af et medienævn og Samsø Posten må således konstatere, at ejerne ikke kan forvente at få besked i god tid inden årsskiftet, hvilket er uacceptabelt. Samsø Posten kan blive tvunget til at indstille den daglige nyhedsformidling på Samsø til stor skade for det lokale demokrati i en af landets 98 selvstændige kommuner.

2. ad § 5. stk 2.2

Samsø Posten opfylder samtlige § 5.2 kriterier, undtagen kravet om en redaktionel stab svarende til tre fastansatte journalister. Samsø Posten finder dette kriterium vilkårligt og uden relevans for avisens redaktionelle virke.

- Avisens ejere og medarbejdere er dybt engagerede i det samske samfund. Gennem familiære bånd og foreningslivet lever og ånder hele organisationen (8-10 medarbejdere) for nyhedsformidlingen på øen. Avisens 1,8 redaktionelle årsværk kommer dybt ind i lokalsamfundets maskinrum og dækker alle mulige og umulige aspekter af ø-livet sommer som vinter, både politisk og kulturelt, blandt andet takket være konkrete forslag og tips fra resten af medarbejderne. Redaktionen mangler ikke "et redaktionelt og fagligt fællesskab, der kan medvirke til at sikre efterlevelse af formålet med den redaktionelle produktionsstøtte."

- Avisen finder grænsen på tre redaktionelle årsværk vilkårligt og ubegrundet. For vores eget vedkommende kan dette uddybes:

- Der har i avisens 104 års historie aldrig været tre journalistiske medarbejdere

- Givet avisens høje dækningsgrad i alle årene, opfylder avisen klart behovet for lokalt produceret journalistisk indhold om øens forhold. Der er flere abonnenter end husstande, fordi mange med tilknytning til øen også får avisen sendt på fastlandet. Samtlige 'konkurrenter' på medieområdet har trukket sig (Århus Stiftstidende og Kalundborg Folketidende har lukket deres lokale redaktioner og den Radio- og TV Samsø har indstillet sit virke).

- Udgiften til det redaktionelle arbejde med avisens produktion udgør ca. en tredjedel af abonnementsindtægterne. Den journalistiske andel af udgifterne er givetvis væsentligt lavere hos aviser med større oplag. Den hidtidige distributionsstøtte har gjort det muligt at udkomme som dagblad. Uden mediestøtte vil dette være udelukket. Kombinationen overgangsordning og et udviklingsprojekt støttet af den nye Innovationspulje kan lette overgangen til en ugeavis suppleret med daglig nyhedsformidling på nettet.

- Befolkningsgrundlaget og annoncemarkedet giver ikke økonomisk basis for en større redaktionel indsats. En fordobling af abonnementsprisen vil ikke kunne gennemføres uden et stort frafald af abonnenter.

3. ad § 5 stk 2.2 Dispensationsmuligheden at henvise til frivillige skribenter

Samsø Posten efterlyser en dispensationsmulighed som ikke kræver at vi skal bede fire lokale skribenter forpligte sig hver for sig til at yde en tredjedels årsværk årligt for at sikre avisen den nødvendige dispensation. Dette kommer ikke til at ske. Avisen beder om en dispensationsmulighed som skeler til de særlige vilkår der er på landets mellemstore øer, Læsø, Ærø og Samsø. Der er for sent at komme med nye dispensationsmuligheder i forbindelse med en revision af loven efter tre år (jfr. Transportministeriets forslag om at give ø-kommuner mulighed for at trække sig ud af det lovbestemte samarbejde med trafiksekskaberne). En relevant dispensationsmulighed skal indarbejdes i medieloven nu, hvis Samsø Posten skal overleve. Avisen opstår ikke igen af asken som en Fugl Fønix, hvis først nyhedsformidlingen bliver indstillet.

4. ad Produktionsstøtte og supplementsordning

Begge ordninger forudsætter opfyldelse af kriterierne i §5.stk 2. Hvis Samsø Posten opnår en dispensation udgør produktionsstøtte maksimum 35% af de redaktionelle omkostninger. Dette vil for Samsø Postens vedkommende ikke være nok til at opretholde udgivelse som dagblad. Under supplementsordning er der særlige vilkår for dagblade med et oplag under 40.000 med en dækningsprocent på mindst 0,1% i seks af 11 bladdistrikter. Samsø Posten opfylder ikke dette krav grundet vores lille oplag, skønt en tredjedel af oplaget bliver distribueret i hele landet. Særlige gunstigt stilles de medier som bedømmes "særligt meriterede og samfundsønskelige". Begge ordninger forudsætter opfyldelse af §5.stk 2.2 og er således ikke som udgangspunkt møntet på Samsø Posten. Opnår Samsø Posten en dispensation vil avisen overveje at begrænse annonceomfanget til maksimum 25% af indholdet, hvis avisen derved kan komme i betragtning for yderligere produktionsstøtte som 'særligt meriterede og samfundsønskeligt', hvilket i hvert fald er tilfælde, set fra Samsø!

5. ad Overgangsordning

Ved indgåelse af mediaaftalen var det uafklaret, om Samsø Posten ville blive omfattet af overgangsordning. Dette er siden blevet afklaret og er meddelt avisen mundtligt og skriftligt ved chefkonsulent Inger Frydendahl. Selve beløbet kan ikke meldes ud før tidligst i december, men udmeldingen at avisen kan regne med en gradvis nedtrapning af mediestøtten giver avisen den nødvendige tid til at forberede en fortsættelse af nyhedsformidlingen ad andre kanaler, hvis nærværende hørings svar ikke imødekommes i tilstrækkeligt grad til at sikre avisens fortsættelse som dagblad.

6. ad Udviklingsstøtte

Målsætningen at udvikle en økonomisk bæredygtigt mediedækning uden mediestøtte kan vise sig at være uholdbar i små ø-samfund under afvikling. Derfor er nærværende argumentation for en relevant dispensationsmulighed for det vilkårlige kriterium §5.stk 2.2 en vigtig brik i oprettelsen af eksisterende og eventuel etableringen af nye ø-medier til fordel for demokratiudviklingen i landets 3 mellemstore ø-kommuner.



Kulturstyrelsen
ifr@kulturstyrelsen.dk

Albertslund, den 28. maj 2013

Til chefkonsulent
Inger Frydendahl
Kulturstyrelsen

Høringssvar vedr. forslag til lov om mediestøtte.

Gennem vores medlemskab af Danske Medier, herunder interessentnetværket Specialmedierne, er vi bekendt med at der er fremsat forslag til lov om mediestøtte. Vi kan tilslutte os det fremsendte høringssvar herfra, og ønsker med dette supplerende høringssvar at uddybe nogle specifikke forhold omkring Månedsmagasinet Samvirke.

Samvirke er udgivet af Coop (tidl. FDB) som et månedsmagasin i 450.000 eksemplarer, heraf omkring 34.000 i abonnement, resten gennem distribution i Coops butikker. Samvirke har været udgivet siden 1928 og har med skiftende fokus søgt at bibringe en bred læserskare journalistik af høj kvalitet. Samvirke er principielt til salg for en løssalgpris for kr. 39,- og scannes i kassen i butikken, dog således at de 1,3 mio. Coop-medlemmer krediteres det fulde beløb, når de viser deres medlemskort.

Samlet giver oplaget på de omkring 450.000 ex et læsertal på 1.039.000 (iflg. TNS Gallup 2. halvår 2012). Hertil kommer en betydelig forøget indholdsproduktion til nettet, hvor samvirke.dk har omkring 125.000 nyhedsbrevsabonneneter, 340.000 besøgende og 2.450.000 sidevisninger om måneden (iflg. Google Analytics, marts 2013).

Samvirke har en selvstændig redaktion på i alt 11 in house fuldtidsansatte (journalister, grafikere og chefredaktør). Hertil kommer indkøb af freelance skribenter, fotografer og illustratører. Redaktionen disponerer og redigerer magasinet uafhængigt af sin ejer på grundlag af en klar vision og målsætning. Heri hedder det bl.a.:

"Samvirke har **noget på hjerte**. Magasinet skriver om sundhed, miljø/klima og etisk handel gennem stofområderne mad, sundhed og forbrug.

Samvirke er:

- **Nødvendig for sin læser**, fordi magasinet samtaler med mennesker, der interesserer og facinerer læseren. Og fordi magasinet perspektiverer og handlingsanviser.
- **Inspirerende for sin læser**, fordi magasinet giver læseren plads til at nyde, drømme, smile, blive rørt og blive overrasket.

Samvirke skriver til en bred læserskare med børnefamilie mødre i centrum. Samvirke er i **dialog** med medlemmerne om den butik, de er medejere af.

Noget på hjerte

- Samvirke har værdier og baserer sig på dokumenteret viden indenfor vores stofområder.
- Samvirke har noget til begge hjernehalvdele hos sin læser
- Samvirkes giver udsyn og perspektiv. Læseren kan se ud i verden, tilbage i historien og opdage sammenhænge."

I lovforslaget hedder det i § 5 stk. 5. 7: *Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.*



Endvidere hedder det i bemærkningerne: *Ved samfundsrelaterede temaer forstås temaer, der tilsigter at give indblik i samfundets struktur og funktioner. Artiklerne skal have en perspektiverende karakter.*

Samvirke har en klar målsætning om at have "noget på hjerte". Det handler om at Samvirke har til formål at give en troværdig, alsidig journalistisk behandling af de mærkesager, der er sat på dagsordenen i Coop som følge af, at man er en medlemsejet dagligvareforretning. Udgivelsen af Samvirke sker i forlængelse af virksomhedens fokus på fire væsentlige samfundsmæssige spørgsmål: Sundhed, miljø, klima og etisk handel.

Samvirke behandler kulturelle spørgsmål dels gennem et bærende interview, der ofte er med en kendt kulturperson – sanger, skuespiller el. lign.

I forhold til hvorledes politiske og samfundsrelaterede temaer skal fortolkes, ønsker vi at advare mod en alt for snæver "Christiansborgsk" fortolkning, der er umulig, når man tager den meget brede læserskare i betragtning. I Samvirkes udgivelsesgrundlag står der bl.a.:

"Samvirke sætter Coops mærkesager på dagsordenen i den brede danske offentlighed. Vi oplyser og engagerer Coops medlemmer og danske forbrugere i spørgsmål om miljø, klima, sundhed og etisk handel.

Vi tager udgangspunkt i danskernes hverdag og livsstil. Vi er optagede af den gode, enkle og underholdende måde at kommunikere på. Vi gør svære og sammensatte temaer forståelige for et bredt publikum.

Vores grundholdning er ansvarlighed. Derfor skriver vi om sagernes fortid og deres fremtid og sætter dem i samfundsmæssigt og globalt perspektiv.

Vi er journalistisk ambitiøse. Vi opretholder en meget høj troværdighed. Vi søger historier med en original vinkel. Vi rejser debat, fordi vores historier i indhold og form har både tyngde og vovemod.

Dermed lever vi op til målet om at være danskernes foretrukne kilde til viden om det kloge forbrug."

I sin journalistiske formidling søger Samvirke at beskæftige sig med disse politiske og samfundsmæssige temaer på en måde og i en form, der er på læsernes præmisser og i øjenhøjde med den meget brede læserskare. Derfor tager Samvirke udgangspunkt i nogle meget hverdagsprægede og ligetil emner og historier. Et miljø-tema i Samvirke vil fx ikke være Kyoto-topmødet, men handle om vinduer eller tøjvask. Et sundhedstema vil typisk være "Hvordan får man ungerne til at spise mere grønt" eller "Kartoflen er på tilbagetog på de danske middagsborde" – mere end referat af en Folketingsdebat eller en samfundsökonomisk analyse. Det er væsentligt for Samvirke, at temaerne behandles gennem "levet liv" med rigtige mennesker i centrum.

Udfra disse konkrete, nærværende temaer sættes sagen så i perspektiv overfor læseren. Det sker gennem holdnings- og adfærds-analyser iværksat af os selv og udført af vores eget Coop Analyse. Og gennem internationale og historiske sammenligninger.

Vi finder det væsentligt, at lovforslagets formulering om "politiske og samfundsrelevante temaer" ikke tolkes snævert som "Christiansborgsk" politisk. Fortolkningen bør tilgodese, at det for Samvirke og andre medier med en meget bred læserskare er helt afgørende for læserne, at de politiske og samfundsrelevante teamer gøres relevante og nærværende for læserne.

Med venlig hilsen

Karsten Kolding
Chefredaktør
Samvirke

**Chefkonsulent
Inger Frydendahl
Kulturstyrelsen**

24. maj 2013

Høring vedr. forslag til lov om mediestøtte:

I forbindelse med at en række brancheforeninger herunder Danske Specialmedier er fusioneret til Danske Medier, er der oprettet et interessenetværk for specialmedier – Interessenetværket Specialmedierne – som varetager specialmediers interesser på områder, hvor Danske Medier ikke udtaler sig.

Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM) er ligeledes en del af Danske Medier fra 22. maj 2013 og har løbende varetaget de interaktive mediers synspunkter, også i Mediestøtteudvalget og agerer på tilsvarende vis som interessenetværk for de interaktive medier.

Mediestøtten er et sådant område, og derfor er det henholdsvis Interessenetværkene Specialmedierne og Interessenetværket omkring de interaktive medier, der på vegne af specialmedier, fagmedier, fritstående netmedier, interaktive medier m.fl. afgiver høringssvar.

Begge parter finder det væsentligt, at der med virkning fra 1. januar 2014 gennemføres en reform af mediestøtten, så den tager højde for den nye medievirkelighed og bliver en støtte til redaktionelt indhold uanset platform og ikke til distribution – og at der dermed tages et skridt frem mod en ligestilling støttmæssigt mellem medier udgivet på forskellige platforme.

Vi synes dog, der i lovtæksten og nogle af bemærkningerne fortsat tænkes i en medieverden, hvor omnibusmedier er dominerende – og ikke i en tid, hvor den enkelte mediebruger selv sammensætter sit medieforbrug ved at få informationer gennem mange kilder – typisk emnecentrerede portaler og nichemedier i trykt og digital form – frem for fra omnibusaviser. Det er vores vurdering, at en stor del af originaljournalistikken fremover vil komme fra nichemedier – og derfor er det afgørende, at der sker en ligestilling af omnibusmedier og nichemedier.

I formålet med lovforslaget er anført, at målgruppen er trykte nyhedsmedier samt skrevne internetbaserede nyhedsmedier. I lyset af det generelle ønske om platformsneutralitet bør ordet skrevne tages ud, da de internetbaserede medier åbner for anderledes brug af medieindhold fremover (nye kombinationer af skrevne ord, levende billeder, still billeder mm.)

Det er med dette udgangspunkt, at parterne har bemærkninger til flere af bestemmelserne i lovforslaget:

§ 5 stk. 2. 3: Her fremgår det, at et medie skal henvende sig til en bred kreds af brugere. Teksten i lovforslaget er taget fra den eksisterende distributionsordning. Det er vigtigt, at der i vurderingen af, om et medie når en brede kreds af brugere, anlægges en fortolkning, der betyder, at et nichemedie – trykt eller web-baseret – opfattes som at henvende sig til en brede kreds af brugere, hvis det rammer en stor del af sin målgruppe. I vurderingen af – om et medie når en bred kreds af brugere – bør også indgå, om nichemediets indhold i større udstrækning bliver videreføret i andre mere omnibusprægede medier.

§ 5 stk. 5. 7: Det redaktionelle stof skal primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer. Vi stiller os uforstående overfor, hvorfor mediestøtteudvalgets formulering om, ”at det redaktionelle stof skal primært behandle politiske og samfundsrelaterede emner”, ikke indgår i lovforslaget. Ideen med den formulering var, at det afgørende er, at et medie for at få støtte skal behandle et eller flere emner primært ud fra en politisk og samfundsrelateret vinkel og ikke behandle det på en fagnørdet måde. Vi har svært ved at se, at netop den kulturelle vinkel skal indgå i et krav til alle støtteberettigede medier. Det vil for eksempel medføre, at et medie, som beskæftiger sig med arbejdsmarkedsstof ud fra en både politisk og samfundsmæssig vinkel afskæres fra at få støtte – medmindre de alene for at opnå støtten ændrer deres koncept og bringer faglige anmeldelser. Det er u hensigtsmæssigt, at støtteordningen på denne måde får indflydelse på stofvalget i et publicistisk medie.

Vi foreslår derfor enten at erstatte ordet ”og” med ordet ”eller” for bedre at afspejle mediestøtteudvalgets formulering eller at bruge Mediestøtteudvalgets formulering i sin helhed.

§ 5 stk. 3: Ejerskabskriteriet, der betyder at medier, hvor totredjedele eller mere ejes af arbejdsgiver,- arbejdstager- eller brancheorganisation ikke kan få støtte, finder parterne diskriminerende og skaber et uheldigt konkurrenceforhold og direkte er imod mediestøtteordningens formål om at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder.

Det er, som det fremgår af bemærkningerne i mange tilfælde medier, der publicerer et meriteret indhold om faglige emner, der er af relevans for en bredere offentlighed. Og det er medier, som ofte opererer kommercielt i konkurrence med medier med andre udgivere. Medier som Ingeniøren, Dansk Handelsblad og Landbrugsavisen er medier med en høj grad af meriteret indhold, som udgives på et kommercielt grundlag og ikke for at tjene partsinteresser. Medier, der alene er udtryk for interessevaretagelse, vil normalt ikke kunne opfylde flere af de øvrige indholdsmæssige kriterier for at få støtte.

Der argumenteres med henvisning til den begrænsede mediestøtte, men dette argument burde vel snarere bruges til at undgå, at medier, der ikke er professionelle publicistiske medier, kan få støtte. Her tænker vi især på, at medier, som ikke kan opfylde det beskedne krav om tre redaktionelle medarbejdere med lønnede redaktionelle medarbejdere, efter forslaget kan få dispensation fra dette krav.

Konkurrence: Generelt er det afgørende for Specialmedierne og de interaktive medier, at den nye støtteordning ikke fører til ny konkurrenceforvridning på mediemarkedet. Det er for eksempel væsentligt, at et lille fritstående netmedie får samme støttevilkår, som en portal, der er en del af et stort mediehus. Derfor skal et nichemedie kunne få støtte på lige fod med omnibusmediernes enkelte portaler – da de konkurrerer om de samme brugere.

Det er den samme skæve konkurrence, der vil opstå, hvis der indføres et ejerskabskriterium, der betyder, at kommercielle medier udgivet af en faglig eller brancheorganisation ikke kan få støtte – mens tilsvarende medier med en anden udgiver bliver støtteberettigede.

Medienævnet:

Det fremgår af lovforslaget og bemærkningerne hertil, at der overlades mange skøn til Medienævnet. Vi vil opfordre til, at lovtæst og bemærkninger præciseres, så nævnet skal foretage færrest mulige subjektive vurderinger, og medier ud fra lovtæst og bemærkninger kan se, hvordan de skal opfylde betingelserne for at få støtte.

Parterne finder derfor, at det er vigtigt, at nævnet kommer til at rumme ekspertise om de forskellige dele af medieverdenen. Vi vil derfor anbefale, at Medienævnet sammensættes efter de principper, som er anført i Mediestøtteudvalgets rapport, så der bliver tre medierepræsentanter med ekspertise henholdsvis for dagblade, specialmedier og internetmedier.

Overgangsbestemmelser:

Specialmedierne finder det hensigtsmæssigt, at der findes midler til at mildne overgangen for de medier, der vil få mindre eller ingen mediestøtte efter den nye produktionsstøtte, så disse kan omstille sig til de nye vilkår. Det er ikke mindst vigtigt, at medier, som helt ryger ud af støtteordningen, får nedtrappet støtten over en årrække.

Vi har valgt i dette hørings svar at lægge vægt på de punkter, som vi finder mest væsentlige i lovforslaget. Vi står gerne til rådighed med udbyggende bemærkninger. I så fald kan interessens netværkenes formænd kontaktes. Chefredaktør Kristian Lund kontaktes på kl@dagensmedicin.dk og adm. direktør Christian Peytz på cp@peytz.dk.

Med venlig hilsen

Kristian Lund

Specialmedierne

Christian Peytz

Interaktive medier

Til Kulturstyrelsen
v/ ifr@kulturstyrelsen.dk

Ringsted, 22. maj 2013

Vedr. høring om udkast til forslag til lov om mediestøtte

Tak for opfordringen til at kommentere.

Sjællandske, der udkommer i Syd- og Vestsjælland, og Frederiksborg Amts Avis rammes mærkbart af den omfordeling, der sker ved skiftet fra distributionsstøtte til produktionsstøtte mellem de betalte dagblade. Det skyldes, at de forholdsvis få morgenaviser, der udkommer seks dage om ugen, bliver taberne. Det forberedende udvalg (Dyremose-udvalget) ønskede at tage højde herfor ved at foreslå en supplementsordning, der også omfatter lokalt forankrede dagblade. Vi konstaterer med beklagelse, at Dyremose-udvalgets forslag (endnu) ikke indgår i lovforslaget.

Af lovforslaget fremgår, at der etableres en tre-årig overgangsordning.

Af et notat, Kulturstyrelsen har udarbejdet, fremgår, at "de medier, der får reduceret støtte, vil blive kompenseret med omkring HALVDELEN af tabet i 2014".

Dette er et barsk skift.

En tre-årig overgangsordning medfører normalt, at man mister højst en tredjedel – og således ikke omkring halvdelen – i år et.

Der er tillige tale om så betydende beløb for de enkelte dagbladstitler, at det er særdeles vigtigt, at dagblade, som står til at tabe, ved, hvad man kan disponere efter, i god tid før lovens ikrafttræden.

Sjællandske Medier A/S udgiver foruden Sjællandske i Syd- og Vestsjælland og Frederiksborg Amts Avis tillige DAGBLADET (Roskilde, Køge, Ringsted) og Nordvestnyt (Holbæk, Kalundborg og Odsherred).

Med venlig hilsen


Torben Dalby Larsen

**SAMARBEJDSFORUM
FOR DANSKE
LYTTER- OG SEERORGANISATIONER**

Ballerup 21.maj 2013

Hørings svar vedr. udkast om mediestøtte

Samarbejdsforum for danske lytter og seerorganisationer (SLS) har ingen kommentarer til lovforslaget

SLS takker for muligheden for at blive hørt.

På SLS vegne

Lea Rosfort
Formand

SLS Præstevænget 12 postboks 8
2750 Ballerup
33791230
info@arf.dk

Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
Att.: Inger Frydendahl

Søborg d. 28/5 2013

Høringssvar fra Søndagsavisen A/S vedr. forslag til lov om mediestøtte:

Søndagsavisen forholder sig i dette høringssvar alene til den forskelsbehandling af betalte aviser og gratisaviser, som lovforslaget lægger op til.

Kravet om 50 % redaktionel belægning i § 5, stk. 6 samt kravet om levering til hele landet på ens vilkår i § 5 stk. 5, er en de facto udelukkelse af gratisaviser.

Økonomien i en gratisavis er skruet sådan sammen, at der skal være mellem 55 % og 65 % annoncer for at annonceindtægterne med de aktuelle annoncepriser kan betale for journalistisk indhold, tryk og distribution. Det bemærkes, at de danske annoncepriser i international målestok er meget lave, og derfor skal belægningsprocenten være højere end i f.eks. Schweiz eller Norge.

Grundlæggende kan læserne få en avis gratis, fordi distributionen er effektiviseret, fordi man bruger enten trafiksystemerne eller husstandsomdeling. En konsekvens af dette er naturligvis, at det er uforholdsmæssigt dyrt for en gratisavis at sende avisen til områder uden for distributionssystemet. Kravet om levering til hele landet vil derfor ofte være en de facto udelukkelse af gratisaviser. Dette gælder i særlig grad for udgivere af gratisaviser, som ikke selv ejer distributionsleddet.

Denne forskelsbehandling mellem betalte og gratis aviser betyder, at de cirka 1,23 mio. danskere over 12 år, som kun læser gratisaviser, holdes uden for lovens formål. Dette er ekstra u hensigtsmæssigt, idet gratisavisernes solo-læsere er kendetegnet ved at være lavindkomstfamilier. Der er således 685.000 danskere med en husstandsindkomst på max kr. 299.999 om året, som kun læser gratisaviser.

Netop disse lavindkomstgrupper er ydermere underrepræsenteret blandt brugerne af de største nyhedssites. Ifølge Gallup Index Danmark tilhører kun 18% af brugerne af de store nyhedssites således lavindkomstgruppen, hvilket svarer til en underrepræsentation på 22% i forhold til gruppens andel i befolkningen generelt. Det understreger, at disse læses primære avis kilder er gratisaviserne.

Den foreslåede lov, vil med andre ord allokere størstedelen af mediestøtten til en informationsmæssig elite, som er læsere af nationale dagblade og ældre læsere af lokale dagblade på bekostning af gruppen af yngre læsere, der netop ikke kan karakteriseres ved at tilhøre en informationsmæssig elite.

Staten yder således en støtte på cirka 25 mio. kr. til at udgive cirka 20.000 eksemplarer af Dagbladet Information, mens Søndagsavisen med et oplag på 1.200.000 eksemplarer afskæres fra at opnå cirka 3 mio. kr. i støtte om året.

Den manglende støtte til gratisaviser kan meget nemt få den konsekvens, at vi som udgivere af gratisaviser må frasortere lavindkomstområder, idet annoncørerne vil betale relativt mindre for at nå disse områder. Konkret kan det oplyses, at Søndagsavisen har set sig nødsaget til at overveje at stoppe udgivelsen af avisen i en række sociale boligområder med lav gennemsnitlig husstandsindkomst. Søndagsavisen er med sine artikler om børneopdragelse, familieforhold, sundhed, privatøkonomi, jobliv og politik en vigtig kilde for f.eks. indvandrerkvinder til det danske samfund. Problemet er blot, at det ikke er en interesse, som annoncørerne vil betale for at pleje.

Ud over at de facto udelukkelsen af gratisavis vil være særdeles uheldigt ud fra et demokratisk synspunkt, så er der også meget stærke argumenter for, at denne forskelsbehandling ikke er i overensstemmelse med EU's statsstøtteregler. Søndagsavisen skal derfor allerede nu varsle, at vi agter at klage til EU-Kommissionen som led i notifikationen såfremt forskelsbehandlingen opretholdes.

De primære argumenter, for at loven ikke opfylder EU's krav til statsstøtte, er:

- Selve formålet med mediestøtten er at fremme borgernes viden og muligheder for at deltage i demokratiet. Aviser med mere end 50 % annoncer har en helt særlig rolle i forhold til informationssvage borgere, fordi den højere annoncebelægning typisk betyder, at aviserne er gratis for læserne. I Danmark har de betalte dagblade 2,8 mio. læsere, mens gratisaviserne (inkl. de lokale ugeaviser) har 3,5 mio. læsere. Og en stor andel af befolkningen læser kun gratisaviser: Der er således samlet set 1.2 mio. borgere, som udelukkende læser gratisaviser og ikke de betalte dagblade.
- 55 % af de danskere, der kun læser gratisaviser, har en indkomst på max kr. 299.999 om året, målt på bruttoindkomst
50 % kravet er altså i direkte modstrid med selve lovens formål, og dermed "sigter støtten ikke til at forfølge et mål af fælles interesse for borgerne".
- Kravet om en bestemt annoncebelægning på minimum 50 % har ingen sammenhæng med ønsket om at fremme mængden af redaktionelt indhold. Der er tværtimod den modsatte sammenhæng, at des flere annoncer en avis har, des flere ressourcer og plads er der til redaktionelt indhold.
- Der er, så vidt vides, ingen analyser som viser en sammenhæng mellem annoncebelægning og læsernes interesse for de redaktionelle artikler, tværtimod har gratisaviser med mange annoncer et højere læsertal end gratisaviser med lav annoncebelægning.

Kravet om maksimalt 50 % annoncebelægning er altså, efter min opfattelse, i modstrid med mediestøtteordningens hovedformål.

- §5 stk. 5 og 6 betyder i realiteten, at støtten er forbeholdt betalte dagblade. Det betyder, at støtten er forbeholdt de gamle spillere på markedet, hvilket skaber en konkurrenceforvriddning i forhold til de nye avistitler på markedet. Forenklet sagt er der meget få af de støtteberettigede aviser, som er yngre end 50-70 år. De nyere titler på avismarkedet er gratisaviser og dermed udelukket fra mediestøtte. Dette understreges af, at forslaget er udarbejdet efter oplæg fra et udvalg, som på avissiden alene var repræsenteret i de betalte dagblade, mens Danmarks to største aviser, Søndagsavisen og MetroXpress, ikke var repræsenteret.
- Omkring halvdelen af det samlede oplag af gratisaviser i Danmark udgives af betalte dagblade, og produktionen af indholdet sker i mere eller mindre totalintegrerede avishuse. Derfor er det i praksis ikke muligt at udskille den del af journalisternes og

redaktørernes arbejdstid, som går til hhv. støtteberettigede og ikke støtteberettigede medier. Dette vil stille nye aktører på markedet, som kun har gratisaviser, dårligere end de gamle avishuse. Jeg bemærker i den sammenhæng, at udvalgets formand, Henning Dyremose, ved præsentationen af udvalgets arbejde medgav, at det kunne være vanskeligt at adskille udgifterne til et betalt dagblad og en gratis ugeavis i et integreret mediehus. De gamle avishuse opnår herved en urimelig konkurrencefordel på bekostning af de aktører, som kun udgiver gratisaviser.

Såfremt Folketinget opretholder udelukkelsen af gratisaviser skal det tilsikres, at alle dagblade juridisk udskiller deres gratisaviser i selvstændige selskaber, som kan sikre en ensartet behandling af alle udgivere af gratisaviser.

- De efter forslaget støtteberettigede dagblade og gratisaviser konkurrerer i vid udstrækning om de samme annoncører, og derfor vil § 5 stk. 5 og 6 udgøre en alvorlig konkurrenceforvridning mellem de to avistyper. Søndagsavisen vil fremlægge detaljeret dokumentation for konkurrencesituationen i en eventuel klagesag.

Det er på denne baggrund min vurdering, at § 5 stk. 5 og 6 i lovforslaget ikke er i overensstemmelse med EU's statsstøtteregler.

Jeg skal derfor opfordre Folketinget til at ændre disse to bestemmelser i lovforslaget, så betalte aviser og gratisaviser stilles lige i relation til at opnå mediestøtte, og således at lov om mediestøtte ikke forvrider konkurrencen i strid med EU's statsstøtteregler.

Med venlig hilsen

Arne Ullum

Ansv. Chefredaktør, Mediedirektør, Søndagsavisen/North Media

Høringssvar til forslag til lov om mediestøtte fra Third Ear

Third Ear er et internetbaseret digitalt magasin, hvor vi fortæller grundigt gennemarbejdede journalistiske historier fra den danske virkelighed hovedsageligt i lyd.

Det digitale magasin Third Ear har to store bekymringer i forhold til forslaget til loven om mediestøtten. Begge bekymringer drejer sig om den planlagte innovationspulje.

1. "Skrevne internetbaserede nyhedsmedier"

I lovforslagets § 8 står at projektstøtte/innovationsstøtte kun kan gives til trykte nyhedsmedier og til *skrevne* internetbaserede nyhedsmedier. Og i "*bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser*" under § 1, er dette uddybet med formuleringen: "*Med skrevne internetbaserede nyhedsmedier forstås internetbaserede nyhedsmedier, der primært består af tekstindhold, mens billeder og lyd, eventuelt i form af videoindslag, alene understøtter tekstindholdet. Billeder og lyd kan ikke i sig selv udgøre det indhold, der er en af forudsætningerne for at opnå tilskud i henhold til denne lov.*"

Vi mener at disse formuleringer vil modarbejde selve ideen med en innovationspulje og er modstridende med et lovforslag der "*forventes udmøntet således, at det er robust overfor relevant teknologisk udvikling*", som det er formuleret i "*bemærkninger til lovforslaget*" § 1.

Det er for os umuligt at forestille sig reel innovation på et internetbaseret journalistisk medie uden at kunne gøre fuld brug af alle de virkemidler dette medie giver mulighed for. Det internetbaserede medie er netop kendetegnet ved at man læser/ser/hører/oplever det på en maskine med en skærm, en højttaler og et interaktivt aspekt (computere, tablets, smart-phones). Med en formulering om at billeder/lyd/video kun må understøtte tekstindholdet, er det ikke muligt at tage det internetbaserede medies potentiale seriøst og målsætningen om at fremme en fremtidssikret innovation i det danske medielandskab vil være unødvendigt besværliggjort.

Når vi ser på vores egen erfaring og på innovative medietiltage i verden omkring os er kendetegnet for de mest vellykkede internetbaserede medier netop deres evne til at blande medietyperne – at formidler deres indhold med de virkemidler, der passer bedst til historien – at kunne veksle mellem tekst, billeder, lyd, video og interaktive elementer. For os er der ingen tvivl om, at det er disse muligheder, der vil innovere vores medieverden.

Vi mener at ideen om en innovationspulje er interessant og fremsynet, men at den burde formuleres på en måde, der sidestiller tekst, billede, lyd, video og interaktive elementer. Vi ser ingen grund til at tekst skulle komme før de andre medietyper i en innovationspulje.

2. Et innovationsudvalg

I lovforslagets § 13 og 14 beskrives det medienævn, der vil blive nedsat af Kulturministeren til at uddele mediestøtten. Vi går ud fra, at medlemmerne i dette nævn vil blive udvalgt hovedsageligt til at administrere mediestøttelovens hovedtilskudsordning. Det er altså på ingen måde selvsagt, at nævnets medlemmer vil have nogen særlig ekspertise indenfor innovation i de journalistiske medier og vi tvivler derfor på, om de er de bedste til at uddele innovationspuljen. Vi vil derfor gerne foreslå, at Kulturministeren ved siden af det planlagte medienævn nedsætter et mindre *innovationsudvalg*, der står for tildelingen af innovationsstøtten. Medlemmerne i dette udvalg vil kunne udvælges på baggrund i deres ekspertise indenfor innovative tiltag i journalistikken. Vi ved at Kulturarvsstyrelsen har opereret med et underudvalg, der var nedsat til at uddele støtte til innovative formidlingsprojekter i museumsverdenen. Dette udvalg var befolket af folk fra film-, digital-kunst- og medie-verdenen, der havde en viden og erfaring indenfor innovativ formidling. Man kunne forestille sig noget lignende i dette tilfælde.

Fra Third Ear håber vi, at i vil tage disse to bekymringer i betragtning i jeres endelige formulering af medielovens innovationspulje, så et dansk publikum kan blive præsenteret for nogle af de fantastiske muligheder for innovativ journalistisk formidling, der er i de nye internetbaserede medier.

Tak for ordet.

Krister Moltzen, på vegne af Third Ear.

Mail: krister@thirdear.dk

Som et par eksempler på internetbaserede journalistiske projekter, der er innovative i deres blanding af medier kan nævnes: Den britiske avis **The Guardians** nye interaktive tiltag "Firestorm":

<http://www.guardian.co.uk/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>

App-udgaven af det amerikanske **Wired Magazine** (kan købes til i-pad i app-store).

Det britisk/amerikanske i-pad-magasin **The Atavist** (kan også fås til i-pad og i-phones/smart-phones i app-store/android-store)

Third Ear kan høres/ses på thirdear.dk og kan også hentes som podcast over vores hjemmeside eller igennem i-tunes-music-store.



DANMARK

Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
Att.: Inger Frydendal

Fremsendt pr. e-mail til ifr@kulturstyrelsen.dk

Odense, den 28. maj 2013
SAG-2013-00313

Vedr.: Høring vedrørende udkast til forslag til lov om mediestøtte

Kulturstyrelsen har ved e-mail af 2. maj 2013 givet TV 2|DANMARK A/S lejlighed til at fremkomme med bemærkninger til udkast til forslag til lov om mediestøtte.

TV 2|DANMARK A/S skal på den baggrund fremkomme med følgende bemærkninger.

Det fremgår af lovforslagets § 3, stk. 3, at der ikke efter loven kan ydes tilskud til *nyhedsmedier, der ejes helt eller delvist af offentlige institutioner, eller af offentligt finansierede selskaber eller lignende*.

TV 2|DANMARK A/S finder det problematisk, at de formelle ejerforhold alene er afgørende for, om et medie kan opnå støtte efter loven, idet det afgørende må være, hvorledes et medie, der i øvrigt opfylder kriterierne for modtagelse af støtte, er finansieret.

Bestemmelsen indebærer således, at TV 2|DANMARK A/S som statsejet, men rent kommercielt finansieret medievirksomhed, ikke kan opnå for eksempel innovationsstøtte til sine nyhedsaktiviteter på internettet, som er i direkte konkurrence med f.eks.



dagbladenes hjemmesider, der er berettiget til støtte, samt DR's hjemmeside, der er licensfinansieret.

Det forekommer konkurrenceforvridende og strider mod mediestøttens ideelle formål.

Med venlig hilsen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Merete Eldrup'.

Merete Eldrup

Administrerende direktør

Høringsvar vedr. forslag til lov om mediestøtte, maj 2013

Idet vi på Zetland i udgangspunktet varmt støtter de grundlæggende tanker bag omlægningen af den nuværende mediestøtteordning, ønsker vi hermed at give følgende kritiske synspunkter til kende.

Hvem vi er ...

Zetland er et lille entreprenørmedie, der udgiver grundige, perspektivrige og velfortalte journalistiske fortællinger, der kan købes og læses på enhver smartphone, tablet eller computer. Zetlands første historie udkom i marts 2012, og er derefter blevet fulgt op af – cirka – en udgivelse om måneden. Motivationen for at stifte og drive Zetland er tredelt. Vi ønsker, 1) at bidrage til overlevelsen og udviklingen af de lange, skrevne dokumentariske genrer i dansk journalistik, 2) at bidrage til udviklingen af kvalitetsjournalistik på tidssvarende platforme, og 3) at afprøve en ny forretningsmodel for journalistik i Danmark, der benytter den nyeste teknologi i bestræbelserne på at gøre det rentabelt at udgive journalistik karakteriseret ved dybde og kvalitet.

Her står vi nu ...

Zetland vandt sidste år Saxo.coms innovationspris, vores historie 'Kuppet' blev nomineret til en Cavling og vi modtog risikovillig kapital. Bliver det foreliggende lovforslag til en ny mediestøtte vedtaget, vil vi ganske givet søge om at få del i de foreslåede innovationsmidler, der netop vil kunne hjælpe en virksomhed som vores i bestræbelserne på at løfte sig fra det forretningsmæssige teenage-stadie til en fuldt funktionsdygtig virksomhed. Det er set i lyset af denne åbenbare interesse, at følgende kritiske bemærkninger skal ses:

Vi mener:

At innovationspuljen udelukkende bør gives som etablerings- og projektstøtte til nye, selvstændige medievirksomheder, der ikke i forvejen modtager produktionsstøtte.

I lovforslaget lægges der op til, at projektstøtten kan tildeles nye medievirksomheder, såvel som projekter, der sigter på at gennemføre en "omstilling eller udvikling af et eksisterende, selvstændigt nyhedsmedie". Vi anerkender, at eksisterende nyhedsmedier kan have mange og gode grunde til at omstille og udvikle deres nyhedsproduktion, men finder det urimeligt – puljens forholdsvis beskedne størrelse taget i betragtning – at projektstøtten kan tildeles medier, der allerede modtager produktionsstøtte. Derfor mener vi, at projektstøtten/innovationsmidlerne udelukkende bør tildeles støtteegnede medier, der ikke i forvejen modtager produktionsstøtte.

At der nedsættes et særligt innovationsudvalg under medienævnet.

I lovforslaget lægges op til etableringen af et medienævn, der skal fordele de samlede støttemidler. Vi anbefaler varmt, at det ikke bliver samme nævn – men

eksempelvis et underudvalg – der skal fordele midlerne i innovationspuljen, eftersom den til alle tider eksisterende medieverden selvsagt vil være overrepræsenteret i nævnet.

I særdeleshed hvis det – imod vores anbefaling – fastholdes, at innovationsmidlerne kan tilfalde medier, allerede modtager mediestøtte, bør dette underudvalg nedsættes. For at undgå, at “den gamle” mediebranche skal fordele innovationsstøtten mellem sine egne innovationsprojekter og helt nye initiativer vil et sådant udvalg utvivlsomt være en fordel at nedsætte for at sikre, at støtten udelukkende gives med øje på graden af nytænkning, uprøvede innovationsmuligheder og fremtidsorienterede løsninger.

At definitionen af nyhedsjournalistik også omfatter genrer, der ikke nødvendigvis følger traditionelle krav til en “nyhed”.

Vi er fuldkommen enige i, at mediestøtten bør tilfalde medier, der producerer redaktionelt indhold “til et dansk publikum og som består af beskrivelser af danske samfundsforhold og/eller et dansk perspektiv på udenlandske nyheder”. Dog advarer vi imod at definere “nyhedsmedie” så snævert, at kun medier, der producerer nyheder efter den traditionelle “nyhedstrekant”, kan tildeles støtte. Lovens definition af et nyhedsmedie bør også levne plads til medier, der ikke nødvendigvis bringer historier i korte, hurtige formater, men som derimod bidrager til det samlede nyhedsbillede med længere, enkeltstående og “langsomme” feature- og baggrundsformater. På et mediemarked, der bliver stadig mere tempofyldt og fragmenteret, er der i høj grad grund til at sikre, at også denne slags medier falder ind under definitionen af nyhedsmedier.

Venlig hilsen – på vegne af hele Zetland,
Lea Korsgaard
Maj 2013

Zetland
Vesterbrogade 24 b 1, tv.
1620 København V

lea@zetland.dk