

BRANCHEFORENINGEN

AF DANSKE
DISTRIBUTIONSVIRKSOMHEDER

30. april 2023

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

Kulturministeriet

Kopi: kum@kum.dk

BIDRAG TIL HØRING OVER BEKENDTGØRELSESUDKAST VEDR. STØTTE TIL UGEAVISER J.NR. 2023-2106

1. Indledning

Dette høringssvar fra Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder retter sig både mod støtteudmålingen og mod de kriterier der foreslås for at modtage støtte.

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. Dette for at holde hånden under lokale medier, fremfor at lade støtten gå til fx trafikaviser, der opstilles i standere ved offentlige transportknudepunkter, og som derfor ikke tilgår lokale borgere men derimod alene pendlere.

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

Derudover anbefaler vi, at man i forbindelse med de digitale medier udpensler, hvad der forstås med distribution af disse. 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.

Afslutningsvis anbefaler vi, at man ser på kravet om redaktionelt indhold. Ønsker man at beholde og udvikle de lokale medier, skal der udarbejdes reelt redaktionelt og journalistisk bearbejdet lokalt stof. Et krav på 15 pct. er sandsynligvis for lavt til at fastholde læseren. Derfor bør man fra politisk hold stille større krav til de lokale medier.

2. Støtteudmåling med udgangspunkt i mediernes redaktionelle omkostninger

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

Lokalavisen er samlingspunkt for borgere, erhvervsliv, foreningsliv og lokaldemokratiet, som bl.a. skriver, hvad der sker lokalt, og giver synlighed for lokal kultur, idræt og foreningsliv, og ofte indeholder bl.a. orientering fra kommunen samt bringer den lokale demokratiske debat.

Vores bekymring går på, at hvis støtten ikke går til distribution i det lokale område, men derimod til bl.a. pendlere gennem såkaldte 'trafikaviser', vil det netop ikke holde liv i lokalaviserne, men blot være til gavn for den hurtige læsning til turen til og fra arbejde.

Vi læser forslaget som et ønske om at holde hånden under lokal- og ugeaviserne med en garanti for, at de fortsat bliver uddelt i lokalområderne. Derfor bør man forudsætte støtten, til de medier, der faktisk leverer på det mål. Vi mener ikke, det giver mening at yde støtte til medier, der påtænker at fjerne lokal- og ugeaviserne, og i stedet smide dem ned på trafikholdepladser, som det særligt sker i de store byer. Det understøtter ikke lokaldemokratiet. De, der læser aviserne i metroen og i togene, er sjældent lokale borgere, men blot rejsende.

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.

Da aviserne allerede er økonomisk pressede, kan det betyde farvel til en række lokale medier og dermed den lokale sammenhængskraft blandt borgerne ude i landet, hvis pengene går til 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

3. Vedr. digitale, lokale medier

Ordet "distribueres" anvendes også i forbindelse med støtte til digitale medier, hvilket vi anbefaler at man forklarer og tydeliggør meningen med, i den endelige bekendtgørelse. 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.

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

Effekten af en fysisk tryksag versus digital avis er, at flere borgere får informationer om lokalsamfundet via den fysiske tryksag, 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".

Det digitale marked består ikke bare af store danske virksomheder og internetbutikker. Markedet er globalt og tæller kæmpemæssige koncerner med gigantiske marketingbudgetter i ryggen. De store digitale spillere har ganske enkelt større muskler, som gør konkurrencen hård og ubarmhjertig for små spillere fra danske lokalsamfund.

¹ <https://tryksagen.dk/lokalaviser/>

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

De små butikker mangler både penge og viden for at kunne bryde succesfuldt igennem på det digitale marked. Uden faste kunder vil omsætningen for mange blive presset i bund. Det øger risikoen for, at endnu flere lokale forretninger må lide butiksdøden.³

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 i § 2, nr. 3 anførte definition, kombineret med de i udkastets § 4 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 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. ovenfor.

4. Kriterier for at modtage støtte; Redaktionelt indhold

Bekendtgørelsen anviser, at andelen af redaktionelt stof skal udgøre minimum 15 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 4,5 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 15 pct og hæve denne andel, hvis man ønsker at fremme lokaljournalistikken.

5. 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.⁴ Her er lokale medier en nøgle til opretholdelsen af gode lokale forhold herunder vigtig for den nye, lokale erhvervsdrivende, som ikke finder sine kunder i trafikavisen, 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 Grakom 2021

⁴ <https://tryksagen.dk/lokalsamfund/>

Til: jdc@kum.dk
Cc: mje@kum.dk
Fra: Brande Bladet (vj@brandebladet.dk)
Titel: "Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106
Sendt: 28-04-2023 10:06
Bilag: image001.gif;

Hermed høringssvar fra Brande Bladet:

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København

Brande den 28. april 2023

Høringssvar fra Brande Bladet

Tak fordi vi får lov til at komme med vores kommentarer vedr. støtte til lokale trykte ugeaviser. Desværre er vi kun få privatejede ugeaviser der er blevet spurgt, og vi undrer os over at Danske Lokalaviser – som repræsenterer privatejede ugeaviser – ikke er blevet spurgt. Det var rent faktisk Danske Lokalaviser der bragte emnet omkring støtte til ugeaviser, på banen for ca. 8 år siden.

Generelt:

Så er jeg ikke for mediestøtte – men da dagbladene får mange millioner hvert år, og kan bruge dem på deres ugeaviser, som vi konkurrerer med – mener jeg at det er dybt konkurrenceforvridende hvis ikke vi også får.

Det, jeg – og mange af mine kollegaer på de små ugeaviser – beder om, er at I ikke får det lavet så vi falder igennem på de krav der stilles.

Det er vigtigt at have for øje, at mange af de mindste ugeaviser bliver lavet af meget få hænder, og at der et sammensurium af ejere, ansatte og meddelere, der hver uge får lavet en spændende og oplysende ugeavis, der fortæller om netop det område de dækker, og som for fleres vedkommende ikke bliver dækket af andre medier. Mange kan have svært ved at fremvise lønseddel til journalist, da de selv, deres ansatte og meddelere i fællesskab skriver om livets gang i det pågældende område.

Det er ikke tekstmængden jeg er nervøs for.

Jeg er mere nervøs for at mange bliver afvist, fordi de ikke kan fremvise lønsedler på journalister på flere hundrede tusinde kroner.

Forslag:

Man bør tildele alle ugeaviser - uanset størrelse – f.eks. 200.000 kroner.

(med ret til at vurdere hver enkel – og, i tilfælde de ikke lever op de krav og forventninger man har til en lokal ugeavis, fratage dem beløbet):

Og så kan resten fordeles efter lønudgifter.

Dagblade gør i stor stil brug af genbrug af artikler i deres ugeaviser, og kan altid finde lønsedler på journalister.

Den mulighed har de små privatejede ugeaviser ikke.

Netop de mindste ugeaviser kommer i de mest tynd befolkede områder – som samtidig på alle andre områder er nyhedsørkner.

Forsvinder ugeavisen er de ilde stedt – og det er jo netop derfor vi har bedt om støtte!

For at bevare ugeaviserne selv i de mindste områder!

På forhånd tak.

Kan træffes på vj@brandebladet.dk eller på tlf. 5084 9605

Jeg stiller mig gerne til rådighed for uddybende kommentarer.

Med venlig hilsen

Villy Guldbrand Jensen

vj@brandebladet.dk

Brande  Bladet

Brande Bladet

Storegade 25

7330 Brande

Tlf. 5084 9605

www.brandebladet.dk

Til: mje@kum.dk (Maria Bang Jeppesen)
Fra: Jarle Dalgaard Christensen (jdc@kum.dk)
Titel: VS: Høringsberretigede til bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106
Sendt: 01-05-2023 12:39
Bilag: bydelsaviserne_black_03.jpeg; to aviser logos.jpeg;

Fra: Bydelsaviserne <lcfg@bydelsaviserne.dk>
Sendt: 30. april 2023 21:27
Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>
Emne: Re: Høringsberretigede til bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106

Høringssvar til jdc@kum.dk og mje@kum.dk med henvisning til ”Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106”

1. Bekendtgørelsen i høring har gode kriterier og sikrer en bred støtte til små og større lokalmedier . Vigtigt at støttemodtagere ikke er begrænset til ugentlige printaviser men også helt små medier med månedsaviser og digitale udgaver.
2. Det bør være muligt at medregne freelancere i redaktionelle udgifter. Disse har været vigtige medarbejdere i 2022, som var et udpræget kriseår for lokalmedier. Hvor mange fastlønnede medarbejdere måtte afskediges.
3. Den kommende vejledning til udregning af redaktionelle udgifter er et afgørende dokument, som også burde være i høring.
4. Det er vigtigt at personligt ejede enkeltmandsvirksomheder ligestilles med andre selskabsformer, således at lønudgifter til ejer sidestilles med lønnede medarbejdere. For enkeltmandsvirksomheder er løn til ejer lig ‘hævet overskud’.
5. Mht. årsværk har mange af disse selvstændige flere løntimer en hvad der svarer til et årsværk. De arbejder mere end det.

Med venlig hilsen

Lars Greir

bydelsaviserne

Arne Jacobsens Allé 15 DK 2310 Orestad TEL +45 3115 3040

nordhavnavis orestadavis

Til: jdc@kum.dk, mje@kum.dk
Fra: Thorkil Christensen (tc@aarsavis.dk)
Titel: Høringssvar - j. Nr. 2023-2106 - Ugeaviser
Sendt: 30-04-2023 21:30

Danske Lokalaviser

Kulturministeriet,
Nybrogade 2,
1203 København K

Høringssvar vedr. udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser
j. nr. 2023-2106

Som formand for udgiverorganisationen Danske Lokalaviser tillader jeg mig hermed at sende et høringssvar til bekendtgørelsen om støtte til ugeaviser.

I 2016 gjorde Danske Lokalaviser ministeriet opmærksom på, at det kunne blive nødvendigt med en støtteordning, hvis politikerne fortsat ønsker trykte lokale ugeaviser - og hvis man fortsat ønsker at kunne nå ud med budskaber til alle borgere i hele Danmark. I dag er der omkring 170 trykte ugeaviser tilbage som ifølge seneste læserundersøgelse, foretaget af Gallup, har mere end 2,3 mio. læsere over 12 år.

De 170 titler er for en stor dels vedkommende knyttet op på landets store dagbladshuse, som i forvejen får produktionsstøtte. Tilbage er et halvt hundrede blade, som altid har klaret sig selv, men som nu er så økonomisk trængt, at flere må lukke meget snart, uden økonomisk støtte. Årsagen er tilbagegang i indtægterne på grund af konkurrence fra de sociale medier, færre butikker (annoncører) i lokalsamfundene, samt stærkt øgede udgifter til papir, tryk og distribution.

Den trykte lokale ugeavis er "limen", der binder mange små lokalsamfund sammen. Ugeavisen er ikke ved at gå af mode, som det af og til hævdes. Det ses bl. a. af stigende læsertal selv om det er blevet meget vanskeligere at få avisen distribueret sammenlignet med tidligere. De fleste trykte ugeaviser har også en digital udgave - en såkaldt "bladreavis".

Vi bakker gerne op om det forslag til støttemodel som Danske Mediers fagudvalg for ugeaviser lægger op til, og vil især fremhæve, at det er vigtigt med et grundbeløb til alle ugeaviser, uanset redaktionelle omkostninger og årsværk som er den støtteudmåling som bekendtgørelsesforslaget omhandler. De helt små ugeaviser har en vigtig rolle i lokalsamfundet og skrives af meddelere og deltidsansatte - det er igennem deres redaktionelle stof, at borgerne holder sig orienteret om bl. a. kulturelle begivenheder, kommunalt stof, mærkedage og lokal sport, men også lokal debat via læserbreve. Meget er ikke en nyhed før det har været nævnt i den lokale ugeavis!

Vi mener endvidere, at det er vigtigt at holde fast i et højt antal udgivelser pr. år - gerne mindst 48, så udgivelsen tilnærmelsesvis lever op til ordene "lokal ugeavis".

I den afsatte pulje på 43,1 mio. kr. tages også hensyn til digitale udgivelser. Det er helt fair, men vi mener, at der bør udarbejdes meget konkrete retningslinjer for hvordan digitale medier kan opnå støtte, hvis ikke ordningen skal misbruges. Der er i dag mange byportaler som ikke bringer læsig lokaljournalistik, men som genererer betalt indhold indhold og robotgenererede nyheder fra eksempelvis Falck og politiets døgnrapporter, tinglysningsoplysninger m.m. - og med meget stor fejlmargen til følge. Det er ikke redigerede udgivelser, ofte med så lidt indhold, at det vil være en fejl at lade dem tage eventuelle støttekroner fra de trykte lokale ugeaviser, hvor der bruges mange kræfter på hæderlig lokal journalistik.

Jeg håber, at ovenstående kan inspirere til indholdet i bekendtgørelsen om støtte til ugeaviser.

Med venlig hilsen
DANSKE LOKALAVISER

Thorkil Christensen,
Formand

Mediernes Hus
Kalkbrønderiløbskaj 4
2100 København Ø

+45 33 97 40 00
info@danskemedier.dk
www.danskemedier.dk

Danske Medier :



26. april 2023

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

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

Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser

Danske Medier takker for muligheden for at afgive høringssvar og bifalder regeringens ønske om at give en håndsrækning til ugeaviserne i Danmark. Ugeaviserne udgør et væsentligt element i formidlingen af nyhedsjournalistik i alle egne af landet, og ugeaviserne når hver uge ud til en meget stor andel af danskerne – herunder personer, der ellers ikke er i kontakt med redaktionelle medier. Læsertal fra Index Danmark/Gallup viser, at trykte ugeaviser ugentligt er i kontakt med 2.322.000 læsere. Det er således indiskutabelt, at ugeaviserne spiller en altafgørende rolle for den helt lokale nyhedsformidling og dermed også for både demokratiet og den fælles identitetsfølelse i Danmark.

Danske Medier organiserer og repræsenterer ugeaviserne i Danmark og er på denne baggrund optaget af, at ugeavispuljen kommer til at fungere hurtigt og effektivt. For at sikre, at midlerne i den nye ugeavispulje fordeles på den mest hensigtsmæssige måde, og at puljen bliver administrerbar, er der dog en række afsnit i bekendtgørelsen, der bør justeres, inden den træder i kraft:

Støttebetingelser

En hyppig og regulær udgivelsesfrekvens er afgørende for mediets publicistiske rolle i lokalsamfundet. Af §2 2) fremgår det, at udgivelsen skal udkomme på "*regelmæssig basis*", for at være berettiget tilskud. Dette bør ændres til "*ugentlig basis i mindst 44 uger pr. kalenderår*" for at sikre, at midlerne faktisk tildeles ugentlige nyhedsmedier og ikke andre mindre aktuelle udgivelser. Dette bør konsekvensrettes, så det også fremgår af §4 8).

En vis udbredelse er afgørende for mediets publicistiske rolle i lokalsamfundet. Derfor anbefaler Danske Medier, at der stilles krav om, et medie har et kontrolleret oplag på mindst 4.000. Aviser i små kommuner, eksempelvis på øer, kan få dispensation herfor, hvis de dækker hele kommunen.

Danske Medier bemærker, at der i udkastet til bekendtgørelsen ikke stilles krav om, at tilskudsmodtagere skal husstandsomdele eller standeromdele deres medie, hvilket ellers er

kendetegnende for ugeaviserne som mediegruppe. Krav om distributionsformer kan tilføjes bekendtgørelsen for at sikre, at det er ugeaviser, som danskerne kender dem, der kan få andel i støtten.

Af §3 fremgår det, at tilskud alene *"ydes til medier, der ikke samtidig ydes redaktionel produktionsstøtte eller etableringsstøtte"*. Danske Medier forstår denne formulering således, at en ugeavis kan få støtte til en medarbejder, der bruger dele af sin arbejdstid ved et medie, der modtager redaktionel produktionsstøtte, men at ugeavisstøtten skal beregnes ud fra andelen af tid, som medarbejderen bruger på indholdsproduktion ved en ugeavis.

Af §4 4) fremgår det, at tilskud betinges af, at *udgivelsen "har et indhold, hvor mindst 15 pct. af det samlede indhold er redaktionelt stof"*. Danske Medier finder dog, at grænsen i stedet bør være 25 pct. redaktionelt indhold målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger for at sikre et publicistisk fundament blandt de støtteberettigede medier.

Det er principielt afgørende, at bekendtgørelsen ikke indeholder elementer, der kan tilskynde ugeaviser til at udelade annoncesalg af frygt for at miste adgangen til tilskud, eller at de frakendes tilskud, fordi de periodisk har solgt et stort antal annoncer. I forlængelse af afsnittet om *"mindst [25] pct. indhold målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger"* bør der derfor tilføjes *"eller minimum seks sider (tabloid) redaktionelt stof målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger"*. Ellers risikeres det, at ugeaviser, der i enkelte udgivelsesuger har ekstraordinært mange annoncer (eks. Op til jul eller Black Friday), kan miste adgangen til tilskud, selvom den nominelle mængde af redaktionelt indhold er uændret og ligger på et betydeligt niveau. Dette forhold bør bekendtgørelsen nødvendigvis adressere.

Efter Danske Mediers opfattelse bør en ugeavis altså være støtteberettiget, hvis den eksempelvis over fire uger har: Tre udgivelser på hver 36 sider og hver med 25 pct. redaktionelt indhold samt en enkelt udgivelse på 64 sider med 10 siders redaktionelt indhold. Udgivelsen på 64 sider lever ikke op til kravet om 25 pct. redaktionelt indhold, men opfylder kravet om seks sider og indeholder desuden nominelt mere redaktionelt indhold end de tre foregående (og mindre) aviser. Derfor er det helt afgørende, at en ugeavis kan være støtteberettiget ved at opfylde en kombination af de to krav over en periode på fire udgivelser.

Opsummerende anbefaler Danske Medier formuleringen *"Ugeavisen har et indhold, hvor mindst 25 pct. af det samlede indhold er redaktionelt stof eller mindst seks sider (tabloid) redaktionelt stof, målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger."*

Støttebetingelser til digitale medier

Danske Medier finder, at udkastets § 2 3) vedr. digitale ugeaviser er for svagt defineret, og at afsnittet bør præciseres inden bekendtgørelsen kan træde i kraft. Det fremgår her, at også en digital ugeavis skal udkomme på *"regelmæssig basis"*. Denne formulering er for ukonkret og kan medføre tvister om fortolkning. Derfor bør kriteriet være objektivt, hvor Danske Medier konkret anbefaler, at 10 artikler om ugen i gennemsnit pr. år må betragtes som et absolut minimum for at kunne kvalificere en digital ugeavis til at spille en publicistisk rolle, som berettiger støtte.

Alsidighed i stof- og kildevalg er afgørende for et medies publicistiske rolle. Det er vigtigt at bekendtgørelsen ikke åbner for, at virksomheder uden publicistiske ambitioner udvander puljen. I disse år, ser vi eksempler på hjemmesider, der udgiver for sig for at drive journalistisk virksomhed, men som i realiteten blot videreformidler robotjournalistik og skrab fra internetdatabaser. Danske Medier foreslår derfor, at der i tillæg til §3 stk. 2 (som omhandler hvilke medier, der ikke ydes støtte til) tilføjes ”Medier hvis indhold efter Medienævnets vurdering i overvejende grad er automatisk genereret (via internetdatabaser, chatbotter el. lign.) uden egentlig selvstændigt redaktionel behandling”.

Det er vigtigt at kunne følge mediets udbredelse for at kunne vurdere dets publicistiske rolle, og det vil derfor være naturligt at stille et krav om en vis udbredelse digitalt som betingelse for støtte. Derfor bør et digitalt medie være tilmeldt den officielle danske internetmåling for at kunne modtage støtte.

Det er i relation til §2 på samme måde vigtigt med en klar definition af begrebet ”ugeavislignende publikation”. Det er uklart hvad dette begreb dækker over. Såfremt dette begreb ikke kan defineres tydeligt med målbare og objektive parametre, bør det udgå.

Det fremgår af bekendtgørelsens §4 stk. 5, at ”ved vurderingen af digitale mediers indhold sker opmålingen på baggrund af mediets wireframe”. Danske Medier mener opsummerende, at der i tillæg til denne formulering jf. ovenstående kan tilføjes en række yderligere kriterier, der sikrer at midlerne i ugeavispuljen tilfalder reelle digitale ugeaviser. Danske Medier henviser på denne baggrund til det tidligere fremsendte notat vedr. forslag til kriterier for støtte fra ugeavispuljen fremsendt til Kulturministeriet i november 2022, hvor sådanne kriterier udfoldes yderligere. Dette notat vedlægges i en opdateret udgave som bilag til nærværende høringsvar.

Udmåling af tilskud

Danske Medier foreslår, at ugeavispuljen fordeles efter et lighedsprincip, hvor alle ugeavistitler får samme beløb udbetalt, hvis de lever op til de fastsatte kriterier. Denne fremgangsmåde vil åbenlyst lette sagsbehandlingen for embedsværket og Medienævnet og mindske den administrative byrde for ansøgerne. Alternativt kan alle ugeaviser der lever op til kravene modtage en startstøtte på fx 200.000 kr. før eventuelle grænseværdier for tilskudsbeløb træder i kraft. Dette vil medvirke til at sikre, at alle puljens midler fordeles.

Hvis regeringen fastholder sin foreslåede model for udmåling af støtte, må denne justeres for at sikre, at hele puljen faktisk udbetales:

Af § 12 fremgår det, at et medie maksimalt kan få dækket 35 % af sine redaktionelle omkostninger og maksimalt få udbetalt 300.000 kr. årligt. Ugeaviserne rundt om i landet er meget forskellige, hvad angår geografisk dækning, mængden af redaktionelt indhold og medarbejdersammensætning. Således drives nogle aviser tilnærmelsesvis af enkeltpersoner, mens andre har flere medarbejdere og derved større redaktionelle omkostninger. I sidstnævntes tilfælde vil der være risiko for at få mindre støtte, end der ellers kunne være blevet bevilget grundet loftet på 300.000.

I 2022 var der 170 ugeavistitler i Danmark (tilmeldt Danske Mediers oplagskontrol). Hvis puljen på 43,1 mio. kr. blev fordelt ligeligt mellem disse, vil hver enkelt titel modtage ca. 253.000 kr. Men hvis en væsentlig andel af titlerne får en relativt lille udbetaling – hvilket man kan forvente med det fremsatte forslag – vil der nødvendigvis være flere penge tilbage i puljen til de øvrige titler, og derved kan mange andre ugeaviser ramme titelloftet. Dette kan potentielt medføre, at puljens samlede beløb ikke bliver udbetalt. Et sådan scenarie vil være stik mod den politiske hensigt og ugeavisernes ønske. Regeringen må i sin endelige udarbejdning af bekendtgørelsen sikre, at kriterierne fastsættes således at alle puljens midler fordeles.

Danske Medier finder således, at loftet på 300.000 kr. ikke vil fungere efter hensigten, og loftet er efter Danske Mediers kendskab hverken blevet efterspurgt af mediebranchens interessenter eller nogen politiske partier. Derfor appellerer Danske Medier på det kraftigste til at titelloftet bortfalder, eller at beløbet hæves til 500.000 kr. årligt. Som minimum bør et titelloft bortfalde i det tilfælde, at der fortsat er midler tilbage i puljen, efter udregningen af udbetalingen har fundet sted. Dette er et absolut afgørende kritikpunkt af bekendtgørelsen, som der må rettes op på, inden den træder i kraft.

Praktikanter bør jf. paragraf 4, stk. 4, kunne indgå i beregningen af det 0,5 redaktionelle årsværk, der er betingelse for at kunne opnå støtte. Danske Medier anbefaler, at det præciseres, at der kun kan ydes støtte til praktikanter fra anerkendte journalistiske uddannelser. Det bør i §4, stk. 8 tilføjes at *"klummer, kommentarer, blogindlæg m.v. ikke kan tælles med som selvstændigt journalistisk bearbejdet stof, såfremt den pågældende bidragsyder ikke er fast tilknyttet og aflønnet af nyhedsmediet"*, som man kender det fra den øvrige mediestøttelovgivning (Bekendtgørelse om mediestøtte).

Klagemuligheder

Af §17 fremgår det, at det ikke vil være muligt klage over en afgørelse truffet efter denne bekendtgørelse. Danske Medier stiller sig uforstående over for dette element og mener, at det bryder med både almindelig retspraksis generelt og med praksis for andre dele af mediestøttesystemet specifikt. Således er det for eksempel både muligt at indgive klage vedrørende afgørelser om redaktionel produktionsstøtte (mediestøtte) eller afgørelser vedrørende distributionstilskud til ideelle blade og tidsskrifter (Bladpuljen).

Sekretariatsbetjening af Medienævnet

Af §5 fremgår det, at Medienævnet skal administrere ugeavispuljen. Danske Medier finder det nødvendigt, at der tilføres ekstra midler til sekretariatsbetjeningen af Medienævnet, når nævnet får flere opgaver, som tilfældet er her, hvis man vil undgå administrative flaskehalse.

Man må formode, at et meget stort antal ugeavistitler kommer til at søge puljen, og at samtlige af disse skal sagsbehandles, for at vurdere om de kan blive berettiget tilskud. Der er således tale om en ganske betragtelig administrationsopgave, som der må findes midler til ved siden af de midler, der er afsat i selve ugeavispuljen, hvis kvaliteten og den nødvendige hastighed i sagsbehandlingen skal sikres.

Ugeavispuljens fremtid

Ugeaviserne er gennem de seneste år blevet udfordret af en række udefrakommende omstændigheder, der har påvirket mulighederne for at drive ugeavis ganske negativt. Udenlandske techgiganter har opslugt hovedparten af annoncemarkedet – ugeavisernes hidtidige eneste indtægtskilde – mens papirpriserne er eskaleret voldsomt de seneste år. Samtidig stiller public service-medierne i stigende grad indhold tilgængeligt uden annoncer og abonnementsbetaling, der minder om ugeavisernes indhold. Konsekvensen har været, at mange ugeavistitler gennem de seneste år desværre er lukket og sammenlagt rundt om i landet – eksempelvis Ugeavisen Bornholm, der sidste år måtte lukke.

Danske Medier bifalder etableringen af en ugeavispulje, men er uforstående overfor, at regeringen i sit finanslovsudspil kun har afsat penge til puljen i 2023. Af den tidligere regerings finanslovsudspil var der således også fundet finansiering til ugeavispuljen frem til 2025, hertil ville beløbet i puljen vokse i de kommende år. Danske Medier er den klare opfattelse, at der er bred folkelig og parlamentarisk opbakning til en ugeavispulje og opfordrer på det kraftigste til, at der findes finansiering til at fortsætte ugeavispuljen i de kommende år.

Der pågår en udvikling i branchen i disse år, hvor man blandt andet arbejder mod øget digitalisering. At få sikkerhed for en flerårig støtte vil give ugeaviserne en vis sikkerhed for den fremtidige økonomi og dermed muliggøre planlægningen af de kommende års budgetter, hvilket kan medvirke til at sikre den langsigtede bæredygtighed. Derfor bør der findes finansiering til ugeavispuljen for en årrække, hvor Danske Medier konkret foreslår en femårig periode. En fremtidssikring af ugeavispuljen vil give de lokale ugeaviser et rygstød til at komme igennem den akutte krise i branchen og medvirke til, at flere ugeavistitler kan gennemføre deres udviklingsarbejde, så vi også i fremtiden har lokale ugeaviser i hele landet, der kan servicere nærmiljøet med lokalt nyhedsstof.

Danske Medier står naturligvis til rådighed, hvis ovenstående bemærkninger ønskes uddybet. Henvendelse herom kan rettes til politisk konsulent Nikolaj Lægaard Simonsen på nls@danskemedier.dk

Venlig hilsen

Danske Medier

Mads Brandstrup

Adm. direktør

Danske Mediers anbefalinger til implementering af ugeavispulje

Danske Medier anbefaler, at en trykt lokal ugeavis kan modtage støtte fra en ugeavispulje, hvis ugeavisen:

- 1) er et selvstændigt medie med egen forside, kolofon med angivelse af en ansvarshavende redaktør og har en selvstændig titel
- 2) primært husstandsomdeles (eller omdeles ved standere i lokalområdet ved biblioteker, tankstationer, svømmehaller mv.) mindst en gang om ugen i mindst 44 uger pr. kalenderår adresseløst i et geografisk afgrænset område, som ikke har frabedt sig lokale ugeaviser
- 3) indholdet overvejende er af interesse for beboerne i et geografisk afgrænset lokalt område såsom en kommune, et bymæssigt kvarter eller et naturligt handelsdistrikt
- 4) har et kontrolleret oplag på mindst 4.000. Aviser i små kommuner kan få dispensation herfor, hvis de dækker hele kommunen
- 5) har redaktionelt indhold fra flere kilder
- 6) ikke har direkte tilknytning mellem det redaktionelle stof og annoncerne
- 7) har et hovedformål med udgivelsen, som ikke er kommerciel reklame
- 8) er omfattet af medieansvarsloven og anmeldt til Pressenævnet
- 9) er oplagskontrolleret f.eks. i Danske Mediers Oplagskontrol eller et tilsvarende system.
- 10) indeholder enten minimum 25 pct. redaktionelt stof eller minimum seks sider (tabloid) redaktionelt stof målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger. Det redaktionelle stof skal være i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof overvejende lokalt stof.
- 11) har minimum tilknyttet 0,5 lønnet redaktionelt årsværk til den enkelte medietitel.

For et digitalt lokalmedier bør følgende kriterier opfyldes:

1. er et selvstændigt medie med en ansvarshavende redaktør og har en selvstændig titel
2. indholdet overvejende er af interesse for beboerne i et geografisk afgrænset lokalt område såsom en kommune, et bymæssigt kvarter eller et naturligt handelsdistrikt
3. har redaktionelt indhold fra flere kilder
4. har mindst 10 egenproducerede lokale indlæg pr. uge
5. ikke har direkte tilknytning mellem det redaktionelle stof og annoncerne
6. har et hovedformål med udgivelsen, som ikke er kommerciel reklame
7. er omfattet af medieansvarsloven og anmeldt til Pressenævnet
8. Er tilmeldt den officielle danske internetmåling
9. Indeholder en andel af egenproduceret redaktionelt stof. Det redaktionelle stof skal være i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof overvejende lokalt stof. Der skal minimum være 10 egenproducerede nyheder pr. titel pr. uge i gennemsnit på et år. Disse nyheder skal have unikt indhold for det givne område.
10. Der skal minimum være tilknyttet lønnet 0,5 redaktionelt årsværk til den enkelte medietitel.

Danske Medier anbefaler, at ordningen evalueres efter to år. Danske Medier stiller sig til rådighed for yderligere drøftelse af ovenstående forslag. Kontakt politisk konsulent Nikolaj Lægaard nls@danskemedier.dk / 4042 4263.

Fakta om lokale ugeaviser i Danmark

- Lokale ugeaviser omfatter husstandsomdelte aviser, der udgives ugentligt på en fast ugedag. Aviserne er annoncefinansierede og gratis for husstanden at modtage.
- Det samlede oplag er ca. 180 mio. eksemplarer årligt.
- I 2022 er der ca. 165 selvstændige lokale ugeaviser (titler) i Danmark. Disse har i gennemsnit et oplag på ca. 20.000 eksemplarer.
- Ugeaviserne har et meget stort reach i den danske befolkning. Ifølge tal fra Slots- og Kulturstyrelsen læste 2.201.000 danskere i alderen 12 år og derover ugentligt lokal ugeavis i 2020.

Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

København, d. 27. april 2023

Dansk Folkeoplysnings Samråd (DFS) takker for muligheden for at afgive høringssvar til ovenstående lovforslag.

Vi har ingen bemærkninger.

Med venlig hilsen

Natacha Holst Hansen,
Fungerende sekretariatschef

Til: mje@kum.dk, jdc@kum.dk
Fra: Stine Nissen Jensen (SNJ@fho.dk)
Titel: Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106
Sendt: 17-04-2023 10:59
Bilag: image003.png; Høringsbrev vedr. udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).pdf; Høringsliste.pdf; Udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).pdf;

Hej

FH har ingen bemærkninger til høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).
Med venlig hilsen

Stine Nissen Jensen

Afdelingssekretær, Ledelsessekretariatet

Direkte: 3524 6414 / Mail: SNJ@fho.dk

Fagbevægelsens Hovedorganisation / www.fho.dk

[Her kan du læse hvordan Fagbevægelsens Hovedorganisation behandler dine data](#)



Fra: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>

Sendt: 1. april 2023 13:18

Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Maria Bang Jeppesen <mje@kum.dk>

Emne: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).

Der er frist for at afgive bemærkninger den 1. maj 2023.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen

Chefkonsulent

Kulturministeriet | Nybrogade 2 | 1203 København K

41 39 38 98 | jdc@kum.dk | www.kum.dk





Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K
Att.: jdc@kum.dk og mje@kum.dk

28. april 2023

Høringssvar fra FARSØ AVIS

Tak fordi vi er med på høringslisten, så vi har mulighed for at fremsende et par bemærkninger, omkring støtte til lokale trykte ugeaviser.

Listen er forbløffende lang, men jeg synes dog at der mangler en væsentlig spiller, nemlig sammenslutningen **Danske Lokaltaviser**, som repræsenterer en del, ikke dagbladsejede ugeaviser. Ser man på høringsdeltagere, så er netop denne gruppe i særdeleshed meget svagt repræsenteret i forhold til de store bladhouses aviser. Ligeledes ligner bekendtgørelsen noget der er lavet for at tilgodese de dagbladsejede ugeaviser.

Der er afsat 43,1 mio. kr. hvilket syntes af rigtig meget, men set i forhold til hvad dagbladene får i mediestøtte, synes det dog lidt magert. Eksempelvis får to dagblade alene ca. 54 mio. kr. i støtte årligt (KD og Information), - altså 10 mio. mere end hvad der er afsat til samtlige trykte ugeaviser, og en lang række digitale medier.

Når det er sagt, er enhver støtte velkommen.

Det er ingen hemmelighed at lokale trykte ugeaviser er presset økonomisk, p.g.a. af faldende omsætning, større udgifter til distribution og en kraftig stigning i trykudgifterne.

Desuden er de ikke dagbladsejede ugeaviser udsat for en urimelig og unfair konkurrence fra de dagsbladsejede ugeaviser, hvis blad/mediehuse næsten pr. automatik får to-cifrede milliontilskud hvert eneste år. Denne konkurrenceulighed er værre end virkningerne af f.eks. coronaen.

I princippet er Farsø Avis imod mediestøtte, lad os få fri konkurrence på medie- og annoncemarkedet. Men så længe der tilflyder dagbladene og deres ugeaviser to-cifrede beløb i støtte hvert år, er vi desværre nødt til at få hjælp, hvis man ønsker lokale ugeaviser som ikke er udgivet af dagblade.

Farsø Avis foreslår at mediestøtten primært går til de trykte medier, da det jo netop er dem som har de store udgifter til trykning og distribution. Og i særdeleshed til medier der ikke i forvejen får støtte. De dagbladsejede ugeaviser får allerede i dag indirekte støtte via den store mediestøtteordninger der udbetales hvert år til dagbladene.

Hvis dagbladsejede ugeaviser bliver begunstiget på samme måde, vil den urimelige konkurrencesituation være uændret.

Hvordan modellen skal skrues sammen, har jeg ikke p.t. ingen løsning på.

RABØL A/S
Søndergården 8
9640 Farsø

Tlf. 98 63 10 61
Dir. tlf. 96 49 88 12
lars.rabol@rabol.dk

Konto: 9174 180 01 00816
CVR nr. 32 64 88 27

Hørings svar – fortsat.

Desuden her er par bemærkninger / tilføjelser som bør være med i bekendtgørelsen.

Kapitel 2 - §4 – 4): De 15 % redaktionelt skal være udarbejdet til den udgivende avis.
D.v.s. at "genbrugsartikler" ikke bør tælle med.

Eksempel: Hvis et bladhus har 5 medier og den samme artikel er med i alle 5, må artiklen kun tælle med i en af aviserne.

Kapitel 2 - §4 – 8): Avisen omdeles mindst 48 gange årligt (kalenderår).

Kapitel 2 – stk 4: Formålet med en lokal ugeavis er netop at den afspejler det lokale område den omdeles i. Både i udseende, redaktionel tekst, billeder m.m.

Flere og flere aviser, især fra de større bladhusene med mange udgivelser, ensretter deres ugeaviser så det ved første øjekast er umuligt at se hvor de hører til. Ens forside, ens lay-out, samme redaktionelle tekster, billeder, samme overflytningsannoncer m.m. Det er de naturligvis i deres gode ret, men støtten bør gradueres, de bladhusene i forvejen får millioner i mediestøtte.

Derfor bør der ikke gives støtte, eller kun minimal støtte til disse "ensrettede aviser" hvor det er svært at se om det er en lokalavis.

Med andre ord er kapitel 2 - stk 4 ordlyd præcis og vigtig, nemlig at:

"Mediet brand og profil afspejler, at der er tale om et lokalt medie fra det pågældende geografiske område". Måske skal stykke præciseres mere konkret.

Kapitel 2 § 4 3)

I opgørelsen af redaktionelle årsværk skal freelancemedarbejde naturligvis regnes med, og ikke mindst de såkaldte "meddelere" som er uundværlige for især de mindre ugeaviser.

Det er netop fra disse kilder, at man får gode lokale tips/historier som avisens redaktion kan bygge videre på.

Kapitel 4 § 12:

At beregne støtten alene ud fra de redaktionelle omkostninger, er skræddersyet til de større aviser. Det er en dårlig løsning.

En løsning og den mest retfærdige er, at alle aviser, uanset redaktionelle omkostninger modtager et fast grundbeløb. Hvis ikke, vil de større aviser med flere redaktionelle medarbejdere løbe med en stor del af puljen, og de mindre ugeaviser vil ikke kunne opnå særlig meget støtte.

Det koster trods alt lige meget at producere en artikel til en lille og til en stor avis.

Et forslag kan være at alle får et grundbeløb på f.eks. min. kr. 150,000 og at procentsatsen for det redaktionelle arbejde til gengæld nedsættes til 20%. Med et loft på kr. 300.000 skal man have 750.000 i redaktionelle udgifter for at nå max. beløbet.

Loftet på de kr. 300.000 er OK, men bør sættes op, når det afsættes mere støtte til de lokale ugeaviser.

Håber at ovenstående input bevirker at også de mindre privatejede ugeaviser også har en fremtid.

Med venlig hilsen

FARSØ AVIS - Rabøl A/S

Lars Rabøl, redaktør og udgiver

Tlf. 96 49 88 12 - Mail: lars.rabol@rabol.dk eller redaktionen@farso-avis.dk

RABØL A/S

Søndergården 8

9640 Farsø

Tlf. 98 63 10 61

Dir. tlf. 96 49 88 12

lars.rabol@rabol.dk

Konto: 9174 180 01 00816

CVR nr. 32 64 88 27

Til: jdc@kum.dk (Jarle Dalgaard Christensen), mje@kum.dk (Maria Bang Jeppesen)
Fra: Sabrina Nadia Amtrup Jørgensen (snaj@forbrugerombudsmanden.dk)
Titel: Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106
Sendt: 24-04-2023 14:17
Bilag: image001.gif; image002.png;

Kære Jarle Dalgaard Christensen

Forbrugerombudsmanden har modtaget Kulturministeriets høringsbrev af 1. april 2023 med anmodning om eventuelle bemærkninger til udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser

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: 1. april 2023 13:18
Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Maria Bang Jeppesen <mje@kum.dk>
Emne: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).

Der er frist for at afgive bemærkninger den 1. maj 2023.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen

Chefkonsulent

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



Høringssvar om 'lokalavispuljen' fra Vadehavets Mediecenter ApS

Først en lyn-introduktion til vore to aviser: Hjerting Posten, der oprindeligt blev grundlagt af Hjerting IF, er udkommet siden 1980. Den udkommer i 13.000 eksemplarer 11 gange årligt. Den kan læses på hjertingposten.dk. Fanø Posten er udkommet siden medio 2016 og udkommer i mellem 5000 og 5600 eksemplarer (i turistsæsonen, hvor der også er tyske sider). Den udkommer 14 gange om året. Den kan læses på fanøposten.dk.

Begge aviser er annoncefinansierede og husstandsomdeles, dels af egne bude, dels af FK Distribution, der har monopol.

Aviserne udkommer på miljøcertificeret papir med vegetabilsk tryksværte. Aviserne kan uden problemer genbruges.

Aviserne ejes i dag af Vadehavets Mediecenter ApS, der er 100 procent ejet af undertegnede, købt i en arbejdsløshedsperiode med et ret stort lån. Det er cirka 1,8 ansatte, hvis avisbudenes timer tælles med. Der er godt halvanden ansatte i redaktionen, en redaktør og en layouter. Der indkøbes ofte stof fra freelancejournalister og andre.

Vi har følgende kommentarer til udkastet, som i øvrigt har mange gode takter:

1. Støtteordningen bør ikke hedde ugeavispuljen, måske nærmere lokalmediepuljen. Ordningen er jo ikke forbeholdt ugeaviser.
2. Den største fejl ved udkastet er, at freelanceomkostninger ikke tæller med. Vi brugte i 2022 omkring 100.000 kroner på freelancejournalistik. Det øger kvaliteten af aviserne, det giver mulighed for at give læserne artikler, der er skrevet af kvinder og ikke kun den mandlige redaktør, og det giver generelt større diversitet og kvalitet i aviserne. Det giver også mulighed for at dække begivenheder, som redaktøren ikke selv kan dække, fordi der foregår to vigtige arrangementer på samme tid. Vi køber stof om naturen, om iværksættere, lokale begivenheder, portrætter, historiske artikler og meget andet.
3. Medier, der udkommer på papir, er højt elskede af læsere, der ikke længere er småbørnsforældre. Og de, der har fravalgt at få reklamer, kan alligevel se tilbud fra deres lokale butikker. Det er uhyre populært. At udkomme på avis og at omdele aviser er imidlertid meget dyrt, så de trykte medier har brug for, at de annonceindtægter, som især Facebook 'stjæler' bliver erstattet af andre indtægter. Ellers forsvinder de små lokalaviser på papir. Om statsstøtte er den rette vej, er op til Folketinget. Det bedste ville være, at alle medier kunne klare sig selv, men i dag har vi en uholdbar situation, hvor nogle lokalmedier ejes og understøttes af de statsstøttede dagblade, der ejer dem. Andre må klare sig selv. Det giver en skæv konkurrence.
4. For små medier med en lille økonomi er revisorpligt ved ansøgning en stor sten i skoen. Det burde være nok at indsende de seneste årsregnskaber.

 **HJERTING POSTEN**
– go' energi i 6710!

 **FANØ POSTEN**
– hele øen rundt!

Vadehavets Mediecenter ApS Hovedgaden 75, 1. th, 6720 Fanø & Bytoften 2A, 6710 Esbjerg V

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.

Annonsesætning målrettet danske mediebrugere	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022p	2023p	2019-2022	2019-2023
Samlet annonceomsætning (MDKK)	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%
Dagblade	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%
Ugeaviser	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%
Magasiner	873	829	624	468	310	192	145	127	101	81	45	0	0	0	0	0	0		
Årlige publ.	473	516	491	499	537	452	409	394	405	397	422	483	524	419	479	625	631		
Outdoor	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%
TV	285	250	217	232	270	278	288	307	329	371	388	409	379	369	371	379	368	0%	-3%
Radio															24	29	34		
Podcast																			
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.

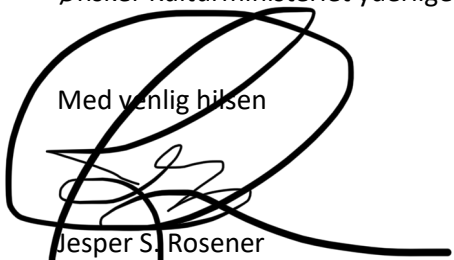
Derfor er det altafgørende for ugeavisernes overlevelse, at de kommer til at modtage en større andel af støttepuljen, end der er lagt op til i udkastet. Den mest effektive måde et opnå dette på, vil være at henvise digitale medier til at søge støtte fra andre ordninger som for eksempel produktionsstøtten 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

Til: jdc@kum.dk (Jarle Dalgaard Christensen), mje@kum.dk (Maria Bang Jeppesen)
Cc: MMW@kfst.dk (Martin Molter West), nvh@kfst.dk (Nanna Vejen Snitkjær), madsbr@em.dk (Mads Sohnmann Bramsen (EM-DEP))
Fra: Elisabeth Simonsen (esi@kfst.dk)
Titel: Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser i 2023 j.nr. 2023-2106
Sendt: 18-04-2023 09:20
Bilag: image001.gif; image002.png;

Kære Jarle og Maria

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har modtaget høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser.

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

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker, at det er vigtigt, når der opstilles betingelser for modtagelse af støtte, at der er tale om ikke-diskriminerende, gennemsigtige og objektive betingelser.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker yderligere, at det ikke kan udelukkes, at der vil være virksomheder, der ikke opfylder betingelserne, der vil opleve det som konkurrenceforvridende, at de ikke kan modtage støtte. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke på det foreliggende grundlag mulighed for at vurdere, om der er tale om potentielt konkurrenceforvridende betingelser.

Med venlig hilsen
Elisabeth

Elisabeth Simonsen

Fuldmægtig
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen/
Danish Competition and Consumer Authority
Direkte +45 4171 5070
E-mail esi@kfst.dk
Følg os: [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Facebook](#)



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

Fra: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>
Sendt: 1. april 2023 13:18
Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Maria Bang Jeppesen <mje@kum.dk>
Emne: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).

Der er frist for at afgive bemærkninger den 1. maj 2023.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen
Chefkonsulent

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K
Sendt via mail til jdc@kum.dk og mje@kum.dk

Sønderborg, 30. april 2023

HØRINGSSVAR

Bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106

På vegne af Foreningen af lokale, fritstående, journalistiske internetmedier skal jeg hermed takke for, at vi må afgive vores høringssvar til 'Udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023'.

Foreningen repræsenterer omkring 20 mindre digitale medier, som alle udkommer med eget produceret lokalt indhold i et afgrænset område, typisk en kommune. Foreningens medlemmer er IKKE medlem af Danske Medier og således ikke repræsenteret af de store medieres brancheorganisation.

Vi glæder os over, at Regeringen vil understøtte den demokratiske samtale og nærdemokratiet ved at uddele støtte til lokale medier, og vi glæder os særligt over, at de mindre, 100 % lokale digitale medier får mulighed for at få andel i støtten.

Vi skal samtidig kvittere for følgende betingelser for at modtage støtte:

- at indholdet skal være lokalt, dækkende flere forskellige emner i udgiverområdet, og at indholdet skal være selvstændigt, bearbejdet indhold, som udgives 'eksklusivt' på det lokale medie,
- at kravet om antallet af redaktionelle medarbejdere skal udgøre minimum 0,5 lønnet redaktionelt årsværk,
- at kravet om tydelig lokal identifikation i form af brand og profil afspejler, at der er tale om et lokalt medie fra det pågældende område, og
- at der maksimalt kan udbetales 300.000 kroner årligt pr. medie for at sikre, at der er midler nok i puljen til også de helt små, lokale og digitale medier.

Vi har følgende bemærkninger til bekendtgørelsen:

Indholdsdefinition

Vi foreslår, at billedgallerier, web-tv samt podcast kan tælles med i opgørelsen af indhold/redaktionelt stof, og at indhold genereret via AI chatrobotter samt tekstrobotter og anden form for indeksering og efterfølgende publicering af andre mediers indhold, ikke kan tælles med i opgørelsen af indhold/redaktionelt stof.

foreningen af

lokale, fritstående
journalistiske internetmedier

Vi arbejder for bedre
rammevilkår for de
lokale internet
medier

Andel af redaktionelt, eget produceret indhold

For at sikre, at støtten ydes til lokal journalistik, foreslår vi, at der som minimum skal være 50 procent eget produceret og publiceret lokaljournalistik / indhold, som ikke har været – eller vil blive – publiceret eller re-publiceret på/I andre medier.

Publicistisk rækkevidde

Såfremt en 'digital ugeavis' skal have mulighed for at søge støtte, foreslår vi, at mediet skal have en publicistisk rækkevidde på minimum 10.000 unikke brugere pr. kalendermåned (gennemsnitligt over 12 måneder), jf. Google Analytics definitioner eller et andet, gratis anerkendt måleværktøj for internettrafik. Det er således vigtigt, ikke at 'tvinge' en 'digital ugeavis' til at benytte et måleværktøj, som der skal betales for, eksempelvis Dansk Online Index.

Udgivelsesfrekvens

Vi foreslår en mere klar definition af udgivelsesfrekvens. For 'digital ugeavis' bør udgivelsesfrekvensen være minimum 3 dage om ugen (gennemsnitligt over 12 måneder). Ved udgivelsesfrekvens forstås, hvornår den 'digitale ugeavis' opdateres med nyt, unikt og eget produceret indhold.

Publicering og re-publicering

Vi bifalder, at indhold skal være selvstændigt, bearbejdet lokalt indhold, som kun kan findes på det pågældende medie 'eksklusivt', men da mange digitale, lokale nyhedssites benytter sig af at 're-publicere' uddrag af indhold på deres tilknyttede sociale medier, eksempelvis Twitter, Instagram, Facebook og YouTube, bør der være mulighed for at benytte uddrag af indhold på de sociale medier. Vi foreslår derfor, at medierne gerne må bringe uddrag af indhold på sociale medier, hvor der henvises til indholdet i sit fulde omfang

Definition af redaktionelt årsværk

Et redaktionelt årsværk kan både være en skrivende reporter, en skrivende journalist, producerende podcast tilrettelægger/vært eller en producerende web-tv tilrettelægger/vært.

Evaluering og fremtidige støtteordning til lokale medier

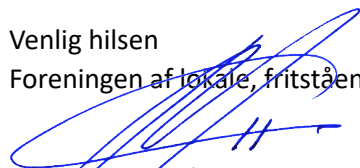
Vi foreslår, at der sker en evaluering af denne konkrete støtteordning sker ultimo 2023 for at få vished om, hvor mange lokale medier, der reelt er støtteberettiget, herunder om de udmeldte rammer for maksimalt 300.000 kroner i støtte pr. medier er for lidt – eller for meget.

Vi håber, at en ny medieaftale vil indeholde muligheden for, at også digitale, lokale medier fremover kan søge støtte, og vores ønske er, at dette kommer til at indgå i en kommende medieforlig med en længere tidsmæssig horisont.

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: +45 3110 7887

Mail: formand@lokaleinternetmedier.dk

Web: www.lokaleinternetmedier.dk

foreningen af

lokale, fritstående
journalistiske internetmedier

Vi arbejder for bedre
rammevilkår for de
lokale internet
medier

Til: jdc@kum.dk (Jarle Dalgaard Christensen), mje@kum.dk
Fra: Anders Ojgaard (ao@magasinetkbh.dk)
Titel: Høring over bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106
Sendt: 01-05-2023 10:20
Bilag: hekv4z2f.png;

Kære Kulturministerium,

Herunder Magasinet KBHs høringssvar til bekendtgørelsesudkast vedr. støtte til ugeaviser j.nr. 2023-2106.

Magasinet udgives juridisk af Manifesta ApS, CVR 28 86 45 74.

—

Først og fremmest er det meget glædeligt, at de mindre lokalmedier med denne bekendtgørelse vil blive styrket. Netop de små medier udfører gerne et journalistisk feltarbejde, som flere lidt større lokalmedier — ofte med et mere kommercielt fokus — ikke gør.

Det er også meget glædeligt, at puljen er begrænset til medier, der ikke samtidig modtager redaktionel produktionsstøtte. Dermed koncentrerer puljen om de små medier, der i dag er i et skævt konkurrenceforhold med de større medier og mediehuse, der allerede modtaget støtte.

Vi har dog visse bekymringer vedrørende enkeltpunkter i udkastet:

§4, stk. 3

Antal årsværk

For at modtage almindelig, redaktionel produktionsstøtte eksisterer i dag et krav om, at et medie skal have 3,0 fastansatte, redaktionelle medarbejderne. Dette krav er utidssvarende i en digital virkelighed, hvor ganske små medier kan producere professionel — og for samfundet relevant — indsigt og debat.

Derfor bifalder Magasinet KBH, at dette krav i udkastet til bekendtgørelsen er nedsat markant.

Vi mener dog, at kravet — set i relation til puljens størrelse på 43,1 mio. kroner — er sat for lavt.

Med et krav om blot 0,5 redaktionelle årsværk er der en relativt stor risiko for, at puljen kan blive udvandet af et stort antal mikro-medier, der reelt vil have en begrænset læserkreds og som mere har karakter af "sideprojekter" for individer med anden beskæftigelse. Sættes kravet i stedet til 1,0 årsværk kan denne risiko nedsættes mærkbart, og man kan koncentrere puljen om regulære medieudgivelser.

§4, stk. 4 og 7

Journalistisk produktion

For at modtage støtte i henhold til udkastet skal et medies indhold mindst bestå af "mindst 15 procent" redaktionelt stof.

Dette tal er meget lavt, og vi har svært ved at forstå, hvorfor det er sat så lavt. Hvis formålet er at støtte den lokale journalistik bør tallet sættes betydeligt højere — vi foreslår 70%.

Der eksisterer flere danske lokalmedier, hvor journalistikken reelt er et sideprodukt til en reklameudgivelse med både eksplicit reklame og såkaldt "sponsorerede artikler", hvor der skrives reklametekster for lokale virksomheder — udformet som journalistisk indhold.

Disse medier har ofte blot en minimums-produktion af journalistik, som typisk enten er gengivelser af pressemeddelelser eller citathistorier fra andre medier.

Ved kun at kræve, at 15% af et medie består af redaktionelt stof, åbner man op for, at disse medier også får del i puljen, som ellers formodentligt er tiltænkt de lokalmedier, der gør et reelt arbejde for at

oplyse lokalområdet og skabe demokratisk debat.

At man samtidig kun kræver, at 33% af det redaktionelle stof er "selvstændigt bearbejdet" betyder, at blot 5% af et lokalmedie skal indeholde reel journalistik for at være støtteberettiget. Dette mener vi er meget problematisk og vil udvande puljen markant, således at den ikke kommer de rette lokalmedier til nær så meget gavn, som den vil gøre med højere krav.

Vi opfordrer derfor til, at disse krav til den journalistiske produktion skærpes markant.

§3, stk. 2 og 3 **Udelukkelse af reklamemedier**

I forlængelse af ovenstående opfordres til, at §3, stk. 2 præciseres, således at det bliver lettere for Medienævnet at vurdere, hvornår et medies "hovedformål er reklame".

Mange lokalmedier er domineret af "sponsoreret indhold", som på overfladen kan ligne journalistik men som reelt er reklame. Vi mener, det er centralt at undgå, at puljen udmøntes til denne typer medier, og for at nå dette mål, kan denne paragraf med fordel klargøres for de personer, der skal administrere lovgivningen — og for de virksomheder der kan søge om støtte.

§12 **Tilskuddets størrelse**

Det er i udkastet angivet, at "tilskud maksimalt kan udgøre 35% af mediets redaktionelle omkostninger".

Dette er dog ikke nærmere specificeret. Hvornår vil mediet være berettiget til at modtage dette maksimale tilskud? Og hvornår vil det eventuelt kun være berettiget til at modtage en relativt lavere dækning af de redaktionelle omkostninger? Hvilke kriterier vil blive taget i anvendelse i en eventuel differentiering?

Vi opfordrer til, at dette tydeliggøres i den endelige bekendtgørelse, så der er klarhed for både de ansøgende medier og for Medienævnet, der skal administrere bekendtgørelsen.

§17 **Ankemulighed**

Der er ifølge udkastet ikke mulighed for at klage over Medienævnets afgørelser.

Vi mener, at dette er problematisk — og at der bør indføres en klagemulighed hos en instans separat fra Medienævnet.

Når støtteberettigelse fremover skal afgøres, vil der også være tale om subjektive vurderinger af f.eks. karakteren af det journalistiske stof — og om hvorvidt stoffet overhovedet kan karakteriseres som værende journalistisk.

Medienævnet består af syv personer, hvis kompetencer med hensyn til administration af lovgivning ikke nødvendigvis er tydelig. En udnævnelse til nævnet er midlertidig, og nævnet består også af lægfolk.

Der er derfor en ikke ubetydelig risiko for, at der kan foretages vurderinger, der ikke var hensigten med lovgivningen.

Som eksempel på problematikken kan nævnes, at Magasinet KBH i anden forbindelse har været i kontakt med Medienævnets sekretær, da en beslutning fra nævnet var stik modsat en beslutning taget i en stor set identisk sag blot et par år tidligere.

Sekretæren sagde i den forbindelse telefonisk til magasinet, at der var "kommet et nyt nævn" siden sidst. Med andre ord administrerede det nyudpegede nævn samme lovgivning anderledes end det tidligere nævn.

Vi mener derfor, at der bør indføres en ankemulighed, ligesom der er det for mange andre offentlige

instanser — f.eks. Planklagenævnet. Dette gælder ikke udelukkende for den aktuelle bekendtgørelse men for Medienævnet generelt.

De bedste hilsener
Anders Ojgaard
Ansv. redaktør

M +45 22 44 09 00
E ao@magasinetkbh.dk



MAGASINET KBH
Løngangstræde 18, 3.
1468 København K

www.magasinetkbh.dk



Kulturministeriet

Att.: Jarle Dalgaard Christensen

28. april 2023

Vedr.: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

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

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

Dernæst skal vi her blot understrege, at vi håber på, at den endelige bekendtgørelse udfærdiges således, at den i videst muligt omfang tilgodeser landets trykte ugeaviser, som med sine 2,3 mio. læsere hver eneste uge spiller en vigtig rolle i den demokratiske lokale samtale her i landet.

Vi er i vores midtjyske medievirksomhed determinerede i nyheds- og informationsformidlingen via vores ugeaviser; både de store ugeaviser i vores hovedbyer (Herning-Silkeborg-Ikast-Skive) og i de mindre by- og landsamfund. Sammenhængskraften i vores geografier er afhængig af disse udgivelser. Det er vi meget bevidste om. Og sådan er det i hele landet. De trykte ugeaviser har en vigtig rolle at spille.

Derfor bifalder vi også politikernes klare ønske om at støtte disse udgivelser, som ud over det store pres fra Tech-giganterne senest er blevet ramt af stærkt stigende omkostninger til papir og distribution.

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

./.. Bilag: Høringssvar fra Danske Medier

Til Kulturministeriet

Att. chefkonsulent Jarle Dalgaard Christensen, jdc@kum.dk og fuldmægtig Maria Bang Jeppesen, mje@kum.dk

1. maj 2023

Medienævnet
Slots- og Kulturstyrelsen

Hammerichsgade 14
1611 København V
Telefon 33 95 42 00

mediestotte@slks.dk
www.slks.dk

Jour. nr. 23/05422

Høringssvar fra Medienævnet ang. udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023

Medienævnet kvitterer for modtagelsen af høring fra Kulturministeriet vedrørende udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 ("Ugeavispuljen").

Det fremgår, at der er afsat 43,1 mio. kr. til en pulje til ugeaviser i 2023 med henblik på at fremme lokaljournalistik til borgerne, og at bekendtgørelsen udstedes hurtigst muligt efter høringen og EU-Kommissionens eventuelle godkendelse af ordningen i henhold til statsstøttereglerne mv.

Det fremgår endvidere, at puljen skal administreres af Medienævnet, som både skal træffe afgørelse, føre kontrol og tilsyn efter bekendtgørelsens bestemmelser.

Medienævnet hilser på den baggrund Ugeavispuljen velkommen, og anser administrationen af puljen som en vigtig opgave, der er velplaceret i Medienævnet.

Det er samtidig Medienævnets vurdering, at indførelsen af den nye pulje vil medføre et selvstændigt ressourcetræk i både sekretariat og nævn, og at det derfor bliver nødvendigt at tilføre nye ressourcer til området til brug for administration af Ugeavispuljen.

Dette og øvrige punkter vil blive uddybet i det følgende.

1. Ugeavispuljens administrative ressourcebehov

Administrationen af puljen vil afstedkomme et øget ressourceforbrug både i Medienævnets sekretariat og blandt nævnets medlemmer.

Dette skyldes både målgruppens størrelse, muligheden for genoptagelsesansøgninger og tilsynsopgaven:

Målgruppens størrelse

Det anslås, at der er omkring 230 ugeaviser i målgruppen for den nye pulje, og at langt hovedparten vil søge om støtte. Ugeavispuljen må derfor antages at få flere end dobbelt så mange ansøgninger som eksempelvis Innovationspuljen.

For sekretariatet vil arbejdet med puljen medføre en øget informations- og vejledningsindsats i forhold til de nye ansøgere, og sekretariatsbistanden til nævnet med oplysning og forberedelse af sager og efterfølgende udfærdigelse og ekspedition af afgørelser vil kræve ekstra ressourcer.

For Medienævnet vil puljen betyde, at det bliver nødvendigt at forhøje Medienævnets årlige antal af møder fra fire til seks, og at nævnets medlemmer skal bruge yderligere tid til forberedelse og behandling af ansøgninger. Der er derfor behov for at justere medlemmernes honorar, ligesom indførelse af yderligere møder vil kræve en opdatering af forretningsordenen for Medienævnet (bekendtgørelsen).

Muligheden for genoptagelsesansøgninger

Det fremgår af udkastet til bekendtgørelse, at Medienævnet ved bedømmelsen af ugeavisernes støtteberettigelse skal foretage en række skønsmæssige helhedsvurderinger på baggrund af bl.a. ansøgningens beskrivelse af mediet og den indsendte dokumentation.

Det gælder bl.a. § 4, stk. 1, nr. 1 og nr. 2, hvorefter det er en betingelse for at opnå tilskud, at mediet *"er et selvstændigt medie"* med en ansvarshavende redaktør, og at mediet *"er et lokalt medie"*.

Det er erfaringen fra administrationen af den redaktionelle produktionsstøtte, at vurderinger af denne type ofte giver anledning til genoptagelsesansøgninger, når der er meddelt afslag på støtte.

Det bemærkes i den forbindelse, at selvom Medienævnets afgørelser ikke påklages til anden administrativ myndighed, har nævnet haft praksis for at give mulighed for at søge om genoptagelse inden for en vis frist, hvis en ansøger er utilfreds med et afslag. Denne praksis vil formentlig også blive aktuel for Ugeavispuljen, hvilket er baggrunden for, at nævnet får behov for to yderligere møder om året; ét til behandling af ansøgninger og ét til behandling af genoptagelsesansøgninger.

Skønsmæssige helhedsvurderinger er velkendte fra administrationen af den eksisterende mediestøtteordning, hvor de ofte giver anledning til tvivl og klager, fordi der i hver enkelt sag er tale om en afvejning af modstående hensyn og parametre, hvor de konkrete forhold spiller en stor rolle for Medienævnets afgørelse.

Selvom der lægges op til en forenkling af de parametre, der skal inddrages i vurderingen, forudsætter Medienævnet, at de skønsmæssige helhedsvurderinger i forhold til ugeaviser vil føre til et ikke ubetydeligt antal af genoptagelsesansøgninger; i hvert fald indtil der har udviklet sig en fast praksis om disse skønsmæssige begreber.

Hvis dette bliver tilfældet, vil det afstedkomme et øget ressourceforbrug både blandt nævnets medlemmer og i sekretariatet.

Tilsyn

Det fremgår af § 15, at *"Medienævnet fører tilsyn med ordningen herunder ved stikprøvekontrol ved modtagere af tilskud efter denne bekendtgørelse."*

Nævnet adresserede allerede tilsynsopgaven i sit høringssvar til *Forslag til lov om ændring af radio- og fjernsynsloven og lov om mediestøtte*, hvoraf Ugeavispuljen også fremgik.

Her anførte Medienævnet: *"Henset til det potentielt store ansøgerfelt, der vil være til denne pulje, vil tilsynsopgaven med uddelinger til puljens modtagere skulle tilrettelægges og prioriteres på en måde, så den tager hensyn til, at der formentlig vil være tale om relativt begrænsede støttebeløb til hvert medie. Nævnet vurderer derfor, at tilsynet primært vil blive gennemført som stikprøvekontrol."*

Det er fortsat Medienævnets indstilling, at tilsynsopgaven bliver betydelig og i sig selv vil medføre et selvstændigt ressourcetræk hos både sekretariat og nævn.

2. Selvstændigt journalistisk bearbejdet indhold

Det fremgår af § 4, stk. 1, nr. 7, at det er en betingelse for at opnå tilskud, at mediet *"har et indhold, hvor mindst 33 pct. af det redaktionelle stof er selvstændigt journalistisk bearbejdet med henblik på offentliggørelse i det pågældende medie"*.

Da det for mediegruppen af ugeaviser formentlig kan blive vanskeligt at identificere og efterprøve, om indholdet er egenproduceret, er Medienævnet meget positiv over for, at det i § 4, stk. 8 foreslås, at *"Klummer, kommentarer, blogindlæg m.v. som leveres uden betaling kan tælles med som selvstændigt journalistisk bearbejdet stof, såfremt den pågældende bidragsyder er fast tilknyttet mediet."*

Dette vil uden tvivl lette den fortolkningstvivel og de identifikationsvanskeligheder, som kravet om selvstændigt journalistisk bearbejdet indhold kan give for mediegruppen af ugeaviser, der ofte giver plads til indhold fra eksterne bidragsydere i lokalmiljøet, der ikke kan betragtes som fast tilknyttede.

3. Klageadgang

Det fremgår af § 17, at *"Medienævnets afgørelser truffet efter denne bekendtgørelse kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed."*

Som nævnt ovenfor, har Medienævnet i forhold til den redaktionelle produktionsstøtte haft praksis for, at ansøgere, der har fået afslag, kan anmode om genoptagelse inden for en af nævnet fastsat administrativ frist.

På grund af Ugeavispuljens lighedspunkter med den redaktionelle produktionsstøtte, antager nævnet, at denne praksis også vil også blive aktuel for Ugeavispuljen.

Dette vil betyde, at nævnet – i lighed med praksis for den redaktionelle produktionsstøtte – vil skulle reservere en del af bevillingen til de ansøgere, der måtte få medhold i, at deres sag skal genoptages, og afgørelsen ændres til et tilsagn, og at den endelige fordeling og udbetaling af de reserverede midler må afvente behandlingen af genoptagelsesansøgninger.

4. Afsluttende bemærkninger

Som allerede nævnt og påpeget i punkterne oven for, er det Medienævnets vurdering, at administrationen af Ugeavispuljen vil medføre et selvstændigt ressourcetræk, som nødvendiggør tilførsel af nye ressourcer til både sekretariat og nævn, hvis opgaven skal løftes tilfredsstillende.

Hvis ovenstående giver anledning til spørgsmål eller kommentarer, er ministeriet meget velkommen til at kontakte mig.

Venlig hilsen



Vibeke Borberg
Formand for Medienævnet

26. april 2023

Kulturministeriet

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

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

Kulturministeriet har ved mail af 1. april 2023 anmodet bl.a. Pressenævnet om eventuelle bemærkninger til udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser.

I den anledning har Pressenævnet følgende bemærkninger:

Det fremgår af udkast til bekendtgørelsens § 1, at bekendtgørelsen finder anvendelse på tilskud, der ydes til trykte og digitale skrevne lokaler ugeaviser. Videre fremgår det af bekendtgørelsens § 4, stk. 1, nr. 9, at det er en betingelse for at få tilskud, at mediet ”er omfattet af Pressenævnets kompetence og på ansøgningstidspunktet er anmeldt hos Pressenævnet”.

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.

Det er således udelukkende elektroniske medier, der har mulighed for på eget initiativ at foretage anmeldelse til Pressenævnet, hvilket i forhold til eventuelle trykte medier kan give anledning til overvejelse af formuleringen af § 4, stk. 1, nr. 9, i udkast til bekendtgørelsen, idet ordlyden kan give indtryk af, at der er tale om kumulativt krav for medier generelt.

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 anmeldt medie. De angivne medier på listerne opfylder derfor ikke nødvendigvis de materielle betingelser i medieansvarslovens § 1, nr. 3. Nævnet har i den forbindelse noteret sig, at der er taget højde herfor i udkast til bekendtgørelsens § 16, stk. 1, nr. 2.

Bekendtgørelsen om støtte til ugeaviser, der er omfattet af Pressenævnets kompetence, kan medføre, at flere lokaler nyhedsmedier er omfattet af medieansvarsloven, hvorfor det ikke kan udelukke en forøgelse af antallet af klager til behandling i Pressenævnet. Det forekommer imidlertid ikke sandsynligt, at ændringen vil føre til større ressourceforbrug for Pressenævnet.

Der henvises til Pressenævnets sag nr. 2023-811-0094.

Med venlig hilsen



Lisbeth Feldvoss

Til: jdc@kum.dk, mje@kum.dk
Fra: 19kontor@rigsrevisionen.dk (19kontor@rigsrevisionen.dk)
Titel: Høringssvar vedr. udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen) - sagnr. 2023-2106
Sendt: 03-04-2023 11:36
Bilag: image001.png;

Kulturministeriet har den 1. april 2023 sendt udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 i høring.

Ministeriernes forpligtelse til at høre Rigsrevisionen er fastlagt af rigsrevisorloven, §§ 7 og 10 (Lovbekendtgørelse nr. 101 af 19/01/2012) og angår revisions- og/eller regnskabsforhold, der kan have betydning for Rigsrevisionens opgaver.

Vi har gennemgået bekendtgørelsen og kan konstatere, at den ikke omhandler revisions- eller regnskabsforhold i staten eller andre offentlige virksomheder, der revideres af Rigsrevisionen.

Vi har derfor ikke behandlet henvendelsen yderligere.

Med venlig hilsen

Mette E. Matthiasen
Specialkonsulent



Landgreven 4
DK-1301 København K

Tlf. +45 33 92 84 00
Dir.+45 33 92 85 73
mem@rigsrevisionen.dk

www.rigsrevisionen.dk

Læs om Rigsrevisionens behandling af personoplysninger [her](#)

Fra: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>

Sendt: 1. april 2023 13:18

Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Maria Bang Jeppesen <mje@kum.dk>

Emne: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).

Der er frist for at afgive bemærkninger den 1. maj 2023.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen
Chefkonsulent

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

Salling Bogtrykkeri ApS.

Salling Avis – Spøttrup Ugeavis

Kulturministeriet

Nybrogade 2
1203 København

Roslev, 14. april 2022

Høringssvar vedr. støtte til ugeaviser

Tak for det fremsendte udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser – og muligheden for, at vi som udgiver af nogle af Danmarks mindste trykte lokale ugeaviser i et tyndtbefolket område, får lejlighed til at bidrage med et høringssvar.

Vi bifalder, at puljen på 43,1 mio. kr. skal medvirke til fremme af lokaljournalistik til borgerne. I denne forbindelse mener vi, at støtten også bør gives for at fastholde det trykte medie i lokalsamfundet fordi det har betydning for befolkningen. De trykte lokale ugeaviser oplever netop i denne tid en fremgang i læsertallene, men desværre – på grund af tidens ugunst – faldende annonceindtægter og stærkt stigende omkostninger til især papir, el og distribution.

Den trykte ugeavis, men også den digitale internetportal, er med til at styrke sammenhængskraften i de små lokalsamfund i Danmark. Her når landets ca. 170 trykte lokale ugeaviser hele vejen rundt. De er, som vi ser og hører det, med til at fastholde og styrke den demokratiske proces på en måde som ingen andre medier længere kan. Lokale trykte ugeaviser er ikke kun for borgere over 35 år, men læserinteressen stiger med alderen fordi den enkelte nogle år efter stiftelse af familie og hjem, pr. automatik, får en interesse for at følge med i, hvad der rører sig i lokalsamfundet.

Begge medier er vigtige og har en mission i tilknytning til ovenstående, men de digitale portaler har ikke tilnærmelsesvis en drift med samme omkostningsniveau som trykte ugeaviser, der stadig, ifølge Kantar Group/Gallup, har en meget stor og stigende læserskare. Det kan skyldes, at det lokale dagblad af mange desværre bliver fravalgt på grund af prisen for et abonnement på 5.000 til 6.000 kr. årligt.

Når dette er skrevet mener vi, at støtte fra ugeavispuljen bør deles op i tre:

Trykte ugeaviser

1) Et fast grundbeløb til alle trykte ugeaviser, uanset redaktionelle udgifter. Et grundbeløb vil hjælpe de helt små ugeaviser til fortsat at kunne bringe lokalstof på trods af tabte annonceindtægter efter butikslukninger, kommunesammenlægning og manglende økonomi i foreningslivet til at annoncere for.

2) Større ugeaviser med journalistiske medarbejdere ansat/tilknyttet: Et fast grundbeløb og et procentmæssigt fastsat beløb som tilskud til deciderede redaktionelle udgifter.

3) Dagbladsejede ugeaviser med genbrugsstof fra dagbladet eller e-avisen: Et fast grundbeløb og et procentmæssigt fastsat beløb som tilskud til deciderede redaktionelle udgifter, men således, at der ikke udbetales støtte for samme artikel eller foto til både dagbladet og ugeavisen. Sidstnævnte for at undgå konkurrenceforvridning.

Digitale udgivelser

Vi mener, at der bør udarbejdes særskilte retningslinjer for digitale portaler/e-aviser, men således, at der kun ydes støtte for regulært betalt journalistisk arbejde, og ikke for eksempelvis robotjournalistik eller til digitale udgivelser som kopierer væsentlige dele af indholdet. Det er samtidig vigtigt at slå fast, at ingen laver en digital lokal ugeavis, men derimod en lokal internetportal. Det gør mange trykte ugeaviser også, og med den trykte ugeavis tilføjet portalen, men der bør naturligvis ikke kunne ydes dobbelt økonomisk støtte.

Der bør arbejdes mere med, hvordan rene digitale portaler med ægte lokal journalistisk indhold (Eks.: "Kun Mors" eller "Vores Brabrand") kan opnå støtte efter bekendtgørelsen. Vi har ikke løsningen, men paragraf 2,3 bør præciseres og omskrives så der indføres begrænsninger og klare retningslinjer, for at der ikke opstår misbrug af støttemidlerne.

Generelt

Ved gennemgang af forslaget til bekendtgørelsen kan vi med hensyn til ovenstående bifalde ordlyden af teksten i Kapitel 1 og delvist Kapitel 2.

Vi er enige i ordlyden af Kapitel 3 om de overordnede støttebetingelser.

Vedrørende Kapitel 2, paragraf 4, stk. 3 mener vi, at der bør tages hensyn til, at et antal mindre aviser drives som mand/kone-virksomhed, og at de alene klarer alle arbejdsgange fra det redaktionelle stof, annoncesalg, opsætning af avisen til tryk og almindeligt forefaldende kontorarbejde. Mange af disse små aviser er velkrevne, oplysende og efterspurgt af læserne, men er i fare for at lukke på grund af manglende annonceindtægter efter butikslukninger, hård konkurrence fra sociale medier, stigende papirpriser, høje elomkostninger, øgede distributionsudgifter, eller fordi kædeforretninger udsender egne reklametryksager og henter tilskud hjem hertil fra vareleverandører til produktionen heraf.

De trykte ugeaviser bringer betalte rubrikannoncer fra foreningslivet – og der er mange væsentlige nyheder af oplysende karakter for borgerne heri. Men også denne indtægtsdel er for nedadgående på grund af foreningslivets mangel på penge.

I stk. 8 om ugeavisens udgivelsesfrekvens mener vi, at ordlyden og tanken bag "på regelmæssig basis" bør ændres til f. eks. min. 48 udgivelser pr. år. Altså en opstramning, så avisen lever op til ugeavisbegrebet.

I Kapitel 4, paragraf 12, mener vi at procentsatsen på 35 for tilskud til redaktionelle omkostninger bør hæves til 60 for at Ugeavispuljen kan give mening.

Til sidst vil vi anføre, at uden lokale trykte ugeaviser vil megen debat i lokalsamfundet, og rigtig meget information fra politikere og det offentlige til borgerne (og omvendt) gå tabt. Økonomisk støtte er desværre blevet nødvendig for de lokale trykte ugeavisers overlevelse – især i provinsen, hvor mulighederne for information og annonceindtægter ikke er så mangfoldige som i København og andre store byer.

Den trykte lokale ugeavis giver mulighed for fordybelse. Den digitale portal for hurtig kort information.

Det vil glæde os, hvis ovenstående kan være til nytte for det videre arbejde med udarbejdelse af bekendtgørelsen.

Med venlig hilsen

Salling Avis og Spøttrup Ugeavis

Salling Bogtrykkeri ApS.

Thorkil Christensen,
Redaktør og udgiver

Tlf. 98 62 17 11 eller 29 63 15 97

Mail: tc@aarsavis.dk

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København



Støvring Bogtryk/Offset ApS

Støvring, den 28. april 2023

Tilbage melding vedr. høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser

Tak for muligheden for at deltage i høringen vedr. støtte til ugeaviser. Det er meget positivt, at man fra regeringens side har afsat en pulje på 43,1 mio. kr., og så meget desto mere vigtigt, at midlerne støtter de udgivelser, der er mest udfordrede.

Trykte ugeaviser vs. digitale ugeaviser

I det fremsendte udkast er der en skævhed i forhold til de krav, der stilles til trykte og digitale ugeaviser. For de trykte ugeaviser vedkommende er skal en række betingelser være opfyldt for at komme i betragtning til støtte, hvilket ikke i samme omfang gør sig gældende for de digitale ugeaviser. Eksempelvis bør det udspecificeres, at algoritme-genererede "lokale ugeaviser" ikke kan komme i betragtning til støtte. De teknologiske muligheder udvikler sig med stor hast, og snart vil robot-genereret stof sandsynligvis i endnu højere grad ukritisk blive benyttet redaktionelt.

Formuleringen - "En periodisk udgivelse, der udkommer på regelmæssig basis..." (§ 2. Stk. 3) er for ukonkret - både i forhold til trykte og digitale ugeaviser. En minimums udgivelsesfrekvens på 47-48 uger må være et krav, når der er tale om en ugeavis - og... kan et digitalt medie, der i princippet udkommer 24/7, overhovedet betegnes som en ugeavis?

Det er givet god mening, at der er et loft over den mulige støtte for hver udgivelse, men der bør indføres nogle begrænsninger, så lokal-medier ikke kan dele et naturligt lokalområde op flere enkeltstående lokal-medier for dermed at opnå en utilsigtet støtte. For digitale mediers vedkommende er det relativt enkelt og økonomisk overkommeligt at oprette "ultra-lokale" udgivelser.

Omkostninger til tryk, papir, distribution, energi m.v. er stærkt stigende og en betydelig trussel for især mange private ugeavisers mulighed for at overleve. Samtidig oplever man i stort omfang, et betydeligt vigende annoncemarked hvilket i sidste ende fører til lukning af den lokale ugeavis. Derfor bør den overvejende del af den samlede pulje specifikt tildeles de trykte medier som et fast tilskud - eks. kr. 150.000-200.000 pr. ugeavis evt. afhængig af oplag.

Mediehuse vs. selvstændige/private ugeaviser

De store mediehuse har nogle redaktionelle muligheder og fordele, som adskiller sig væsentligt fra de selvstændige lokale ugeaviser. Her ser man i stort omfang lokalt stof blive genbrugt i forskellige former på mediehusenes talrige redaktionelle platforme. En relevant artikel kan starte i det betalte regionale eller landsdækkende dagblad, hvorefter den optræder i en lettere redigeret form på husets nyhedssites, og sociale medier for til slut at blive benyttet lokalt i en eller flere af mediehusets ugeaviser. Modtager mediehuset/dagbladet i forvejen mediestøtte, får man således indirekte støtte her fra samt yderligere støtte fra den nye pulje til ugeaviser. Der bør derfor indføres et økonomisk loft for den samlede mediestøtte, så et mediehus ikke modtager utilsigtet ekstra mediestøtte, innovationsstøtte etc. Alt andet vil være konkurrenceforvridende i forhold til den private ugeavis. Samtidig har mediehusene mulighed for at udnytte både salgsmæssige, produktionsmæssige ressourcer i langt højere grad end den mindre ugeavis, og er derfor ikke på samme måde økonomisk ramt. Intentionerne med ugeavis-puljen er at støtte de udfordrede medier, og ikke de der ikke allerede modtager forskellige former for støtte.

Redaktionelle medarbejdere

Støtte til de ugeaviser der har journalister/redaktionelle medarbejdere ansat giver selvsagt god mening, men det må være en fejl, at lokal-meddelere og freelancere, som i stort omfang er tilknyttet især små ugeaviser, ikke er omfattet af mediestøtten. Mulighed for at dække yderområderne afhænger for mange ugeavisers vedkommende af netop lokal-meddelere og freelancers redaktionelle bidrag.

Det kan undre, at læserbreve/-indlæg til den lokale debat ikke medregnes som selvstændigt redaktionelt stof. En af lokalavisens fornemste opgaver er jo netop, at alle borgere i lokalsamfundet kan komme til orde og ytre sig demokratisk. Den lokale debat bidrager i den grad til sammenhængskraften lokalt, hvilket har været en del af intentionerne for etableringen af støtten til de lokale ugeaviser. Faktisk burde det være et krav, at borgerne havde mulighed for at ytre sig på papir eller digitalt.

En prioritering af de selvstændige/privatejede ugeaviser, der har deres rod i lokalsamfundet, er afgørende. Med dette udspil er der risiko for, at den støtte de mindste ugeaviser kan opnå, ikke får den tilsigtede effekt. Det vil være de største ugeaviser, der har de bedste forudsætninger for at udnytte mulighederne for mediestøtte, specielt når betingelserne for støtte udelukkende er beregnet ud redaktionelle krav.

Tak for muligheden for at deltage i høringen. Jeg håber, min tilbagemelding vil blive benyttet konstruktivt. Jeg står naturligvis til rådighed, hvis der skulle være spørgsmål eller uklarheder.

Med venlig hilsen

Henrik Møller
Udgiver og redaktør

SBO Grafisk - Støvring Bogtryk/Offset ApS

Doktorvænget 6 - 9530 Støvring - Telefon 98 37 24 00 - E-mail: hm@SBOgrafisk.dk

Til: jdc@kum.dk (Jarle Dalgaard Christensen), mje@kum.dk (Maria Bang Jeppesen)
Cc: jens.nicolaisen@sn.dk (Jens Nicolaisen)
Fra: Jens Nicolaisen (jens.nicolaisen@sn.dk)
Titel: SV: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)
Sendt: 01-05-2023 13:42
Bilag: image001.png; image002.png; image003.png; Høringssvar vedr. bekendtgørelse om ugeavispulje.pdf;

Kære Kulturministerie (Jarle og Maria)

Sjællandske Medier vil gerne takke for muligheden for at afgive høringssvar og bifalder regeringens ønske om at give en håndsrækning til ugeaviserne i Danmark. Ugeaviserne udgør et væsentligt element i formidlingen af nyhedsjournalistik i vores udgivelsesområde som dækker hele Sjælland udenfor København, og ugeaviserne når hver uge ud til en meget stor andel af sjællændere – herunder personer, der ellers ikke er i kontakt med redaktionelle medier. Læsertal fra Index Danmark/Gallup viser, at Sjællandske Mediers trykte ugeaviser ugentligt er i kontakt med 855.000 læsere. Det er således indiskutabelt, at ugeaviserne spiller en altafgørende rolle for den helt lokale nyhedsformidling og dermed også for både demokratiet og den fælles identitetsfølelse på hele Sjælland.

Vi i Sjællandske Medier er sammen med Danske Medier optaget af, at ugeavispuljen kommer til at fungere hurtigt og effektivt. For at sikre, at midlerne i den nye ugeavispulje fordeles på den mest hensigtsmæssige måde, og at puljen bliver administrerbar, har vi samarbejdet sammen om at give et så konstruktivt og så godt høringssvar som muligt.

Derfor henviser vi til Danske Mediers høringssvar som for en god ordens skyld er vedhæftet. Vi deler alle input men vil gerne henlede særligt til følgende kommentar:

Opsummerende anbefaler Danske Medier formuleringen ”*Ugeavisen har et indhold, hvor mindst 25 pct. af det samlede indhold er redaktionelt stof eller mindst seks sider (tabloid) redaktionelt stof, målt i gennemsnit over fire fortløbende omdelinger.*” Det at anvende både reglen om mindst 25 % eller mindst seks sider (tabloid) redaktionelt stof, ser vi som afgørende for, at ordningen kommer til at virke for både store og små ugeaviser, og samtidig tilsikrer demokratiunderstøttende lokaljournalistik.

At støtten vil er vigtig fremgår af Sjællandske Mediers seneste regnskab. Vi er som fondsejet virksomhed alene sat i verden til at give så megen uafhængig journalistik til Sjællænderne som muligt. Det gør vi via vore dagblade, ugeaviser og sn.dk. Regnskabet viste et stort underskud i driften. Ugeavispuljen vil bidrage til, at vi kan lave mere uafhængig lokaljournalistik end vi vil kunne uden ugeavisstøtten.

Venlig hilsen

Jens Nicolaisen

Administrerende direktør

Sjællandske Medier

+ 45 20 19 41 32

Søgade 4 - 12 | 4100 Ringsted

jens.nicolaisen@sn.dk

sn dk

Fra: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>

Sendt: 1. april 2023 13:18

Til: Jarle Dalgaard Christensen <jdc@kum.dk>; Maria Bang Jeppesen <mje@kum.dk>

Emne: Høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen)

Se venligst vedhæftede høring over udkast til bekendtgørelse om støtte til ugeaviser i 2023 (ugeavispuljen).

Der er frist for at afgive bemærkninger den 1. maj 2023.

Venlig hilsen

Jarle Dalgaard Christensen

Chefkonsulent

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

