

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no

Oslo, 18. april 2011

HØRINGSUTTALELSE OM NOU 2010:14 - *LETT Å KOMME TIL ORDE, VANSKELIG Å BLI HØRT - EN MODERNE MEDIESTØTTE*

Vi viser til høringsbrev av 17. januar 2011, og takker for invitasjonen til å kommentere Mediestøtteutvalgets innstilling.

Berner Gruppen eier blant annet Dagbladet og DB Medialab, har ca. 300 ansatte og omsetter for nærmere en milliard kroner i året.

Generelt om utvalgets arbeid

Mediestøtteutvalget har gjort et meget verdifullt arbeid. Utvalget er delt i sine hovedkonklusjoner, men har foretatt en grundig gjennomgang av bransjens vilkår og de mediepolitiske virkemidlene. Utvalget er enstemmig i sin overordnede vurdering av bransjens og journalistikkens utfordringer og behovet for støttetiltak. Skillelinjene mellom "flermedialitetsalternativet" og "omfordelingsalternativet" går først og fremst i spørsmål om moms (merverdiavgiften) og delvis i utformingen av direkte støtte. Det totale materialet som utvalget har levert danner et godt grunnlag for å kunne treffe riktige mediepolitiske beslutninger.

Oppsummering

Det såkalte "flermedialitetsalternativet" i Mediestøtteutvalgets innstilling ligger nærmest Berner Gruppens syn på hvordan framtidens mediestøtte bør innrettes.

Det vi liker ved dette alternativet er at:

- man vil støtte innhold, uavhengig av formidlingsplattform.
- kriteriene for produksjonstilskuddet (oftest kalt pressestøtten) gjøres plattformuavhengig.
- man vil videreføre ordningen med momsfristak for papiraviser.

"Flermedialitetsalternativet" er et godt utgangspunkt for en modernisering av mediestøtten. Det er balansert i forhold til ulike hensyn som må ivaretas når mediebransjen er i en utfordrende transformasjonsfase der gamle forretningsmodeller skal avløses av nye.

Vi tolker høringsbrevet slik at opprettholdelse av *dagens* mediestøttesystem kan være et alternativ til de forslag som nå er fremmet av utvalget. Dersom det blir resultatet, håper vi likevel at kriteriene for produksjonstilskudd (pressestøtte) endres og tilpasses medieutviklingen. Dagens tildelingskriterier er arkaiske. Vi begrunner det senere i høringsuttalelsen. En uforholdsmessig stor del av pressestøtten havner hos et fåtall aktører – nærmest på ren odel. Ordningen virker konserverende og er til hinder for utvikling fra analoge til digitale publiseringsplattformer.

Berner Gruppen mener at:

- de to sentrale virkemidlene i mediepolitikken fortsatt må være ordningen med pressestøtte og momsfritak for papiraviser.
- produksjonsstøtten (pressestøtten) må være plattformnøytral.
- tildelingskriteriene for pressestøtten må innrettes slik at redaksjoner som produserer eget innhold - uansett publiseringsplattform og distribusjonsmåte – tilgodeses.
- pressestøtten må gjelde medier med en ansvarlig redaktør som er underlagt straffelovens bestemmelser, det etiske regelverk og som er redaksjonelt uavhengige, i henhold til Redaktørplakaten og Lov om redaksjonell fridom.

I spørsmålet om moms på digitale nyhets- og aktualitetstjenester har Berner Gruppen et annet primærstandpunkt enn det Mediestøtteutvalget, og også bransjeorganisasjonen MBL har. Utvalget – og MBL - foreslår en ny lavsats, åtte prosent, for digitale tjenester. Vårt primærstandpunkt er at det norske prinsippet om nullsats på det frie ord er mulig å videreføre, uavhengig av publiseringsplattform.

Virkemidlene har fungert – og fungerer

De økonomiske virkemidlene i pressepolitikken – både de direkte tilskuddsordningene og mva-fritaket – har historisk vært legitimert ut fra begrunnelsen om at en differensiert dagspresse er viktig for ytringsfriheten og et levende demokrati. Den *direkte* tilskuddsordningen ble innført i en periode der man fryktet omfattende avisdød, og målsettingen var å styrke det økonomiske grunnlaget for avisene, særlig de mest utsatte. Pressepolitikken ble dermed innrettet for å opprettholde det eksisterende avismønsteret.

Senere har pressepolitikken vært utredet og gjennomgått flere ganger, blant annet for å se om markedsendringene har påvirket pressestøttens legitimitet og virkning. Hovedkonklusjonen har alltid vært at dagspressen har avgjørende betydning for vårt demokrati, og at ordningen fungerer.

Tid for fornuftig fornyelse

Mandatet for Mediestøtteutvalget tar utgangspunkt i Grunnlovens paragraf 100 og Ytringsfrihetskommisjonens formaninger om at staten har et ansvar for å etterse at man har en infrastruktur som gir gode rammevilkår for den offentlige samtalen.

Mandatet inviterer til en viss grad av ydmykhet i forhold til historie, rammeverk og bransjens totale situasjon. Man må legge til grunn at hensikten med å gjennomgå mediestøtten er å sikre en videreføring av de positive virkningene som dagens ordning har hatt - hvor nettopp mediemangfold og kvalitet er de viktigste.

Når Berner Gruppen i all hovedsak støtter "flermedialitetsalternativet", er det fordi grunnholdningen er en flermedial tenkning som fremmer mangfold og kvalitet, og sikrer mediernes uavhengighet. Alternativet tar inn over seg bransjens store

utfordringer i forhold til å utvikle fornuftige forretningsmodeller når mediebruken flytter seg fra det analoge til det digitale. Bransjen trenger tid, men samtidig må rammevilkår og støtteordninger sikre innovasjon og fornyelse.

Det er halvannet år siden Mediestøtteutvalget ble oppnevnt. Bare i løpet av den tiden som har gått siden den gang har det skjedd til dels dramatiske endringer for, og i bransjen. Den gang arbeidet startet var det for eksempel bare de mest teknologisk interesserte som hadde hørt om iPad og androide lesebrett.

For mange aktører er det brått blitt slik at markedene rent faktisk holder på å vokse sammen til "et integrert system" med de muligheter og utfordringer som knytter seg til krysspublisering. I bransjen pågår et intenst arbeid som skal gjøre gamle klassiske papirdrevne avishus i stand til å møte utfordringene knyttet til multimedial publisering, enkle brukergrensesnitt og betalingsløsninger. Den helt overordnede utfordring er knyttet til spørsmålet om hvordan man i fremtiden skal finansiere god og dagsordenssettende journalistikk. Hvordan skal man tjene penger? Hva skal være gratis (reklamefinansiert) og hva kan man ta betalt for?

Skjønnsbaserte ordninger

I innstillingen fra utvalget er det flere forslag om bruk av statlige midler til eksperimentering med støtte til såkalte uavhengige redaksjonelle miljøer, enkeltprosjekter og enkeltpersoner. Det kan hende slike konstruksjoner fortjener støtte fra det offentlige, men vi kan knapt se at disse tankene har noe å gjøre i tilknytning til en kultur- og næringsbegrunnet mediestøtteordning, rettet inn mot bransjen. Flere av de forslag som fremmes i denne kategorien vil også utløse hemningsløse administrasjonskostnader, ikke minst fordi man legger opp til kompliserte støttemodeller der skjønnsmessige vurderinger vil stå sentralt.

Nullmoms og papiravisenes betydning for journalistikken

Berner Gruppen vil understreke betydningen av at mediebransjen har forutsigbare rammebetingelser. Vi vil derfor advare mot at man innfører moms på papiraviser. Det er definitivt ikke noen god ide. Timingen kunne knapt vært dårligere.

Selve fundamentet i norsk mediepolitikk har vært basert på at det frie ord ikke skal skattelegges. Denne holdningen har vært meget framsynt og vellykket, basert på konsensus i norsk politikk. Det vil være et paradoks å innføre moms på aviser på et tidspunkt hvor avisopplagene faller, samtidig som mediehusene har store utfordringer knyttet til å utvikle gangbare forretningsmodeller for det samme innholdet på digitale plattformer.

Momsfritak på papiraviser er et uttrykk for den holdning at staten ikke skal avgiftsbelegge nyheter, aktualitetsstoff og debatt. Dette er en indirekte støtte som har bidratt til at Norge er et av verdens mest avislesende land med et stort mediemangfold. Den har dessuten gitt redaksjonene handlingsrom for å kunne satse digitalt. Nullsatsen er en indirekte støtteordning, som i sin natur reflekterer mediebruken. Det er en styrke ved systemet at staten da har en armlengdes avstand til mediene. Det vil ikke være særlig framtidsrettet om denne ordningen erstattes med ulik form for direkte støtte til mediebedriftene.

En sentral del av begrunnelsen for å fortsette ordningen med momsfritak for papiravisene er at redaksjonene i de tradisjonelle avishusene er selve navet i nyhetsproduksjonen i Norge. Det er disse miljøene som fortsatt leverer mest av egenprodusert, uavhengig, dagsordenssettende journalistikk. Det er de daglige avisene som setter agenda for radio- og tv-debatter og frittstående bloggere som leter etter noe å kommentere.

Papirredaksjonene er et bolverk mot en fattigere norsk offentlighet. Det er med basis i den redaksjonelle staben i avisene at norske medieaktører har vært i stand til å etablere sterke nyhetstjenester på nett og mobil, og nå også miljøer med et særskilt fokus på det stadig større utvalget av berøringsskjermer.

Uten rammevilkår og støtteordninger som tar hensyn til avisenes plass og betydning, vil svært mange medieaktører måtte redusere stabene i dramatisk omfang – nettopp fordi de digitale forretningsmodellene ikke har funnet sin form, og slett ikke gir grunnlag for å finansiere egne, store redaksjoner. Å påføre papiravisene moms nå vil bety forsterket opplagsfall og/eller økte kostnader, og dermed svekket lønnsomhet. Det er inntektene fra papiravisene som faktisk finansierer den omstillingen alle snakker om.

Selv om papirplattformen er under press er det mediehusene – de lokale, regionale og nasjonale – som med sine etablerte merkevarer har de beste forutsetninger for å ta posisjonen som integrerte, digitale mediehus. Journalistikken vil – slik den alltid gjør – gå dit teknologien går.

Tildelingskriteriene for pressestøtten må endres

Mediastøtteutvalget erkjenner den historiske betydning ordningen med produksjonstilskudd har hatt. Men man mener at dagens fordelingskriterier for produksjonstilskuddet, der støtten fordeles etter opplag av papiraviser, bør endres slik at fordelingen blir plattformuavhengig. Dette er vi helt enig i.

Utvalget foreslår derfor en videreføring eller styrking av produksjonstilskuddet, med nye fordelingskriterier. De nye kriteriene som foreslås er

- brukerbetaling (en forlengelse av opplagskriteriet),
- redaksjonell bemanning
- nettodekning (leser- og seermålinger).

Vi ser at de ulike kriteriene er vektet noe ulikt i de to alternativene.

På dette stadium er det vanskelig å forstå hvordan man skal kunne gjøre ordningen praktikabel. Det gjenstår en grundig og gjennomtenkt konkretisering og detaljering. Men det sentrale poeng må være å etterse at støtten virkelig tilgjengeliggjøres for de aktørene som lager eget innhold, beregnet på den norske offentlighet, uansett plattform.

Subsidieordninger fører alltid til at noen aktører er dyktige på å tilpasse seg mulighetene. Slik har det også vært med pressestøtten. Man bør klare å bryte det uheldige mønsteret hvor noen få aktører sitter igjen med en uforholdsmessig stor andel av støtten fordi man nærmest har basert hele sin forretningsidé på å utgi papiraviser som kommer inn under dagens støttesystem.

Når det gjelder forslaget om å benytte brukerbetaling (på digitale plattformer) som et sentralt kriterium, er vi nølende. Vår skepsis kan ha sin årsak i at vi ikke har forstått hvordan dette er tenkt. Men det finnes knapt noen aktører i hele verden som i dag tjener penger på å ta betalt for nyheter på nett. Og det er en feilslutning å tro at abonnementsordninger i seg selv garanterer for en kvalitet som er støtteberettiget, eller mer moralsk høyverdig enn løssalgs – og reklamefinansiert digital journalistikk.

Ordningen må baseres på journalistiske innsatsfaktorer og folks mediebruk.

Pressestøtte og innovasjon – en bro til fremtiden

Norske mediehus har de siste år brukt enorme beløp på å utvikle sine ulike digitale satsninger. Sammenlikner man med andre markeder er det ikke tilfeldig at det er de

klassiske mediebedriftene som har tatt mange av topposisjonene enten vi snakker om nett eller mobil, og som nå også er de mest toneangivende i forhold til lesebrett- og smarttelefonbølgen.

Berner Gruppen og Dagbladet har for eksempel gjennom 15 år brukt mange hundre millioner kroner på å komme dit vi er nå med hensyn til å utvikle og distribuere innhold på digitale plattformer. Satsingen har gitt resultater i form av en uavhengig, sterkt posisjon på nettet, og tilsvarende interessant utvikling på mobilplattformen.

Som medieaktør har Dagbladet gjort nettopp det "omfordelingsalternativet" etterlyser – gjennom innovasjon å bygge en bro til framtiden. Da er det litt nedslående at det samme "alternativet" foreslår en innføring av moms på papiraviser nærmest som en straff for manglende fornyelse. Vi understreker igjen at det er med basis i papiravisens posisjon og journalistiske tyngde at Dagbladet og andre avishus har vært i stand til å utvikle nettavisposisjoner som mediemarked i andre deler av verden bare kan drømme om.

Moms for digitale nyhets- og aktualitetstjenester

I likhet med det Schibsted og Media Norge anfører i sine høringsuttalelser i herværende sak, er Berner Gruppens primære standpunkt at det også for digitale nyhetstjenester bør være en nullsats, og at det antakelig ikke er urealistisk å få til en slik løsning.

Det pågår en diskusjon om momsregimet i EU. Flere land i Europa som vi kan sammenlikne oss med som har gunstige momsordninger for journalistisk innhold. Våre økonomiske instrumenter på mediefeltet har paralleller til støtteordninger i andre europeiske land.

Vi registrerer at det pågår en debatt om hvordan man skal innrette dette i framtiden. Man ser stadig oftere at det tas til ordet for at slike ordninger ikke bare kan videreføres, men også utvides. Det er bare i det norske finansdepartementet at man alltid, og i en hver sammenheng, ikke ser andre muligheter enn 25 prosent moms.

Et sentralt poeng i denne sammenheng er at digital medievirksomhet er det mest globale som fins. Norske aktører er i konstant konkurranse med de internasjonale som ikke bare tar lesere og brukere, men følgelig også en stadig større del av reklamemarkedet. Overgangen til digitale plattformer medfører med andre ord store markedsendringer. Relativt små norske aktører med små volum, skal nå konkurrere med store internasjonale aktører med store volum.

Internett og andre digitale plattformer er i sin natur grenseløs. Vi tviler ikke på at norske skattemyndigheter vil klare å innkreve moms – høy eller lavsats – fra norske aktører. Men vi har litt vanskelig for å se hvordan de samme myndigheter skal kunne innkreve moms fra de internasjonale aktører som norske medieaktører skal konkurrere med. Det er en stor sannsynlighet for at moms på digitale medier vil bety konkurransevridning.

Den historiske begrunnelsen for nullmoms på aviser i Norge kan ikke knyttes til en oppfatning om at man gjorde det fordi man mente det fysiske papiret hadde en særlig verdi. Med moms fritaket ga man en indirekte støtte til papiravisene fordi det var der man kunne lese det innholdet som satte dagsorden og som i neste omgang utløste kommentarer og meningsbrytning.

Vårt prinsipielle og primære standpunkt er at moms fritaket ikke kan knyttes til publiseringsplattformen, men til innholdet – nyheter, kultur, kommentarer og debatt.

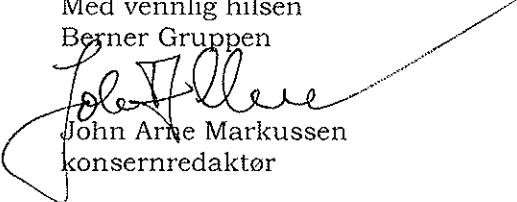
Subsidiært støtter vi Mediestøtteutvalget som foreslår det at det innføres 8 prosent moms for digitale nyhets- og aktualitetstjenester. Disse har nå 25 prosent moms.

Med en ny lavsats ønsker utvalget å stimulere til at det kan utvikles gode forretningsmodeller på nett som kan bære framtidens kvalitetsjournalistikk. Man mener at en ny nullsats på digitale tjenester er urealistisk. Dette mener altså vi er en for defensiv holdning.

Bransjeorganisasjonen MBL skriver i sin høringsuttalelse i forbindelse med NOU 2010: 14 at "mva på digitalt innhold må være lavest mulig. Det er derfor gledelig at utvalget nesten enstemmig (ni av ti) foreslår at det innføres lav mva-sats på dette området."

Mens MBL og et samlet Mediestøtteutvalg mener at det er urealitetisk å tro på nullsats for digitale medier, mener altså noen av de toneangivende mediehusene, deriblant Berner Gruppen, at det er fullt mulig å arbeide for at momsfritaket på digitale journalistiske produkter skal videreføres også i forhold til regelverket i EU/EØS. Det vil være i full overensstemmelse med grunntanken i norsk mediepolitikk. En slik løsning vil være et viktig stimulerings tiltak for utvikling av kvalitetsjournalistikk på digitale plattformer.

Med vennlig hilsen
Berner Gruppen



John Arne Markussen
konsernredaktør