

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Deres ref: 2010/05024 ME/ME3 HHO:elt

Lillestrøm, 14. april 2011

NOU 2010:14 ”Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte”

Høringsuttalelse fra Romerikes Blad

Vår konklusjon

- Romerikes Blad er imot innføring av moms på aviser og tidsskrifter. Momsfritaket må fortsatt gjelde og gjøres uavhengig av publiseringsplattform for redaksjonelt innhold.
- Ordningen med direktestøtte til medier må opprettholdes og gjøres plattformnøytral. Støtten bør vris mer mot lokale medier og redaksjonelle miljøer som kan utvikle kvalitetsjournalistikk.
- Romerikes Blad støtter flermedialitets-alternativet, bortsett fra på punktet om moms på digitale, redaksjonelle produkter.

Innledning

Norsk mediepolitikk har til nå fungert etter sin hensikt; å bidra til et mangfold av medier på ulike kanaler som sikrer en bred informasjonsflyt og en stor og mangfoldig arena for ytringer og offentlig debatt. Både momsfritaket og direktestøtten til enkeltmedier har gjennom år bidratt til å opprettholde og også utvide dette mangfoldet, noe som har ført Norge helt i toppen av verdens avislesende nasjoner. Dette har også understøttet Norges plass blant verdens best fungerende demokratiske nasjoner.

Folks mediebruk og hele mediesektoren er i en voldsom endring. De økonomiske utfordringene for mediebedriftene er store, og det pågår en omfattende tilpasning og produktutvikling for å møte nye behov. Det er derfor særdeles viktig at mediepolitikken ikke endres i en retning som forsterker de økonomiske utfordringene og vanskeliggjør den tilpasning som pågår. Mediepolitikken må fortsatt være forutsigbar og bidra til å sikre at seriøse mediebedrifter fortsatt kan levere kvalitetsjournalistikk og informasjon som er til å stole på, i den flom av høyst ulik informasjon befolkningen daglig utsettes for. Mediebedriftene må ha rammevilkår som gir nødvendig handlingsrom for fortsatt produktutvikling, nyskapning og redaksjonell satsing.

Fakta om Romerikes Blad

Vi finner det passende her å gi noe detaljert informasjon om vår egen avis og den medievirkelighet vi befinner oss i.

Romerikes Blad er A-pressens største avis og den største dagsavisen på Romerike. Avisen dekker 14 kommuner med noe forskjellig prioritering, avhengig av beliggenhet, konkurrerende aviser og total markedssituasjon.

Godkjent opplag pr 2010 er 33.364 eksemplarer. De siste tre årene har papiroplaget gått ned, med størst nedgang i 2010 på 2497 eksemplarer (7%). Dette har primært strukturell årsak og avspeiler lesermarkedets endringer.

Antall lesere av papirutgaven er ved siste registrering 100.000. Dette er en nedgang på 9000 i løpet av ett år. Samtidig har avisens nettutgave rb.no en positiv utvikling. Antall daglige brukere har økt med 13 prosent til i snitt 30.400, mens lesertallet for nett- og mobilutgaven har økt med 12.000 siste år, til 45.000, en økning på 36 prosent.

Ser vi tallene i sammenheng er antall lesere av våre utgaver i sum 3000 flere enn ved registreringen for ett år siden. Egne målinger viser at bare rundt halvparten av dem som forlater papirutgaven, går over til nettutgaven. De øvrige velger andre nettsted eller annen mediebruk.

Romerikes Blad måtte foreta betydelige kostnadstilpasninger som følge av finanskrisen og den uro det skapte i annonsemarkedet. Vi har mistet en årlig annonseomsetning på 40 millioner kroner siden toppåret 2008 og har måttet kompensere for dette gjennom ekstraordinære kostnadskutt i tilsvarende størrelsesorden for å opprettholde en sunn og fornuftig lønnsomhet. Dette kommer på toppen av årlige kostnadstilpasninger på hele 2000-tallet.

I 2009 ble søndagsutgaven av papiravisen lagt ned, det samme ble to etablerte ukentlige lokalbilag som supplerte hovedavisen. Også tv-stasjonen TV Romerike som lokalitetsmessig var integrert, ble lagt ned, det samme ble Radio Romerike som mistet sin konsesjon. Det ble foretatt bemanningsreduksjoner i alle avdelinger i mediehuset.

Romerikes Blad er den dominerende reklameaktøren på Romerike og har en sterk markedsposisjon. Men dette hindrer ikke at motkonjunkturer i markedet og strukturelle endringer i mediebruken slår kraftig ut. Avisen er derfor i en sårbar posisjon når både papiroplag og lesertall går ned og konkurransen om reklamekronene samtidig øker. Redusert

leseropplutning vil over tid ha negativ betydning for reklameomsetningen. Redusert omsetning fører til nye kostnadsreduksjoner som igjen kan gå ut over produktets størrelse og innhold.

Totale salgsinntekter for Romerikes Blad AS var i 2010 231,6 mill kroner, en nedgang på 3,8 prosent fra året før. Driftskostnadene er i samme periode redusert med 4,9 prosent. Ved utgangen av året sysselsatte selskapet 89 hel- og deltidsansatte. Bemanningen er tatt betydelig ned de siste årene.

Bedriften har klart å opprettholde en sunn økonomi, men det ligger store utfordringer i å håndtere reduserte opplagsinntekter og samtidig sikre reklameinntekter som i sum gir en nødvendig økonomisk plattform for videre innholdsutvikling på flere medieplattformer.

I Romerikes Blads nedslagsfelt er det konkurranse med veletablerte og solide lokalaviser som dekker en eller flere nærliggende kommuner. Det er også etablert gratisaviser i to primærkommuner som er i direktekonkurranse om reklameinntekter. I tillegg merkes økende konkurranse om reklameinntekter også fra internasjonale nett-giganter som Google og Facebook. Dette er aktører som verken har noe publisistisk samfunnsoppdrag eller samfunnsansvar slik avisene har. De skummer inntekter også fra lokale markeder uten å ha kostnader til innholdsproduksjon.

Samlet virksomhet er videre preget av at Romerikes Blad opererer i et marked som ligger Oslo-nært. De store avisene som utkommer i hovedstaden, er derfor i direktekonkurranse med Romerikes Blad i deler av nedslagsfeltet, dette uten at de tilbyr særlig lokalt innhold fra området. Mange med bosted på Romerike, arbeider i Oslo og forholder seg mye til hovedstaden. Spesielt er konkurransen fra Aftenposten merkbar. Det er derfor helt avgjørende at Romerikes Blad kan tilby et redaksjonelt innhold som kvalitetsmessig holder et nivå som er konkurransedyktig.

Romerikes Blads redaksjon teller totalt 45 faste årsverk som både lager papir- og nettutgaven. I tillegg til hovedredaksjonen i Lillestrøm har vi lokalredaksjon på Jessheim. Lansering av medie Brett-utgave skjer med det første og skal håndteres av samme personale.

Siden 2004 er antallet journalister som arbeider direkte med papirutgaven, redusert med 18. Dette utfordrer naturlig nok muligheten for å oppfylle de krav både vi selv og leserne setter til kvaliteten på innholdet.

Romerikes Blad produserte 19.332 avissider i fjor, fordelt på 303 utgaver. Den redaksjonelle andelen var 70,7 prosent som utgjør 15.955 sider. Hoveddelen av innholdet representerer lokale nyheter innenfor et bredt spekter både geografisk og tematisk, inkludert sport og kultur.

Romerikes Blad er i dag det fremste mediet som binder Romerike sammen i form av en felles møteplass. For den lokale meningsutveksling og lesermedvirkning er Romerikes Blad det største og viktigste mediet. Tellinger viser at vi i 2010 trykket rundt 1700 ordinære debattinnlegg fra våre lesere. I tillegg kommer rundt 6000 korte innlegg sendt pr sms, der deler av disse også avspeiler meninger i samfunnsspørsmål.

Egne meninger gjengis i form av 606 lederartikler. Redaksjonens medarbeidere skriver selv rundt 460 signerte kommentarer på meningsplass, i tillegg skriver sports- og kulturjournalister

jevnlige kommentarer i sine seksjoner. Inviterte gjestekommentatorer bidrar med rundt 90 debattinnlegg på meningssidene.

På vår nettutgave rb.no publiserte vi i fjor 727 innlegg fra lesere og 17.460 kommentarer til disse på vår meningssone.

Romerikes Blad representerer med dette det klart største miljøet for meninger og leserdebatt på Romerike. Avisen er også klart ledende i å formidle nyheter fra hele regionen og bidra til en informasjonsstrøm om lokale forhold ingen andre tar seg av.

Momsforslaget

Forslaget fra mediestøtteutvalgets fem medlemmer om å innføre moms på salg av aviser og tidsskrifter vil vi sterkt advare mot, uansett om satsen er lav eller høy. Det mediebransjen nå minst av alt trenger er tiltak som forsterker de betydelige utfordringer som tunge, strukturelle endringer i lesermarkedet allerede representerer. Moms på papiraviser vil måtte medføre høyere pris til abonnenter og løssalgskjøpere, noe som må forventes å gi seg utslag i færre papiraviskjøpere. Dette vil igjen over tid virkelig negativt inn på reklameomsetningen som følge av at annonsører når færre lesere med sine budskap.

En momsinnføring vil svekke det inntektsgrunnlaget som finansierer redaksjonell bemanning og redaksjonelt innhold. Følgende av reduserte inntekter vil være bemanningsreduksjoner og mindre rom for å satse på løpende redaksjonell kvalitetsdekning og nødvendig innholdsutvikling. Dette vil i første omgang gå ut over tyngre, tidkrevende redaksjonelle prosjekter som tar sikte på å avdekke skjulte forhold i samfunnet og som det er viktig å få fram i offentlighetens lys. Dermed fratras befolkningen innsyn i samfunnsforhold som er avgjørende for en sunn samfunnsutvikling gjennom åpenhet og demokratiske prosesser.

Moms på papiraviser vil ventelig gi betydelige negative utslag også for en avis av Romerikes Blads størrelse og økonomi. Svekket inntjening vil påvirke produktets innhold og kvalitet, og det igjen vil svekke Romerikes Blad i eget primærmarked og mot konkurrenter som innholdsmessig ikke tilbyr det lokale informasjonstilfang og -mangfold vi i dag representerer.

Vi mener momsfritaket må opprettholdes, og prinsipielt vurdert må det være uavhengig av publiseringsplattform. Det er ingen forskjell på redaksjonell innholdsproduksjon til en papiravis og til en nettavis. Formidling av journalistisk innhold må være momsfrittatt innenfor en plattformnøytral mediepolitikk. Forslaget om lavmoms på digital publisering kan derfor ikke gis tilslutning. Det må være en sentral oppgave å få aksept i EU for nullmoms også for digital publisering, slik det ser ut til å kunne være åpning for.

Direktetestøtte

Skal vi kunne opprettholde det positive element en mangfoldig avisflora representerer i vårt demokrati, er det nødvendig også med fortsatt direktetestøtte til enkeltmedier med svak økonomi, og til nye prosjekter i oppstartingsfasen. Direktetestøtten bør ha en innretning som stimulerer til nyskaping, omstilling og produktfornyelse, og som kan gi støttetrengende enkeltmedier en sunnere egenøkonomi. Støtten til enkeltbedrifter må i sum ikke bli så

omfattende at den framstår urimelig, med den følge at hele ordningen kommer i miskreditt blant publikum.

Støtten bør i større grad tilgodese lokale medier og lokale redaksjonelle miljøer som tar et helhetsansvar for en løpende nyhets- og informasjonsformidling ut fra journalistiske kriterier. Støtte til kvalitetsutviklende journalistikk bør oppgraderes.

Slik medieutviklingen skjer, må det ligge som en forutsetning at direktestøtte gjøres plattformnøytral.

Utredningens tilrådinger

Omfordelingsalternativet oppfatter vi å være skritt i feile retninger. Momsinnføring for å finansiere økt direktestøtte i form av en tilbakeføring av innkrevd beløp, vil samlet sett virke svekkende og ikke styrkende for norske medier. Mediebedrifter som til nå har hatt kraft til betydelig nyutvikling på digitale plattformer, vil få redusert sine økonomiske muligheter til fortsatt å være spydspisser i medieutviklingen. Muligheten for å drive tidkrevende, undersøkende journalistikk vil også fort svekkes.

Bransjens rammevilkår vil også bli preget av uforutsigbarhet. Skiftende politisk flertall vil kunne endre momssatsen når avgiften først er innført. Dette kan fort skape økonomiske avhengighetsbånd mellom pressen og besluttede myndigheter som harmonerer svært dårlig med samfunnets behov for en statlig uavhengig presse.

Forslagene i dette alternativet framstår som eksperimenter med høyst usikkert utfall i en tid der mediene allerede har store nok utfordringer knyttet til voldsomme, strukturelle endringer.

Romerikes Blad støtter derfor flermedialitets-alternativet i utredningen. Støtten gjelder imidlertid ikke forslaget om lavmoms på digitale, redaksjonelle produkter. Nullmoms for journalistisk produksjon må gjelde uavhengig av publiseringsplattform.

For Romerikes Blad



Thor Woje
sjefredaktør