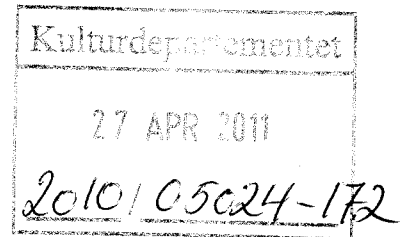


# Aller

Adm.dir Roger Hansen  
Aller Media A/S  
Postboks 1169, Sentrum  
0107 Oslo

Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo



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

Oslo, 13. april 2011

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

Vi viser til høringsbrev av 17.01.2011. Mediene har som kjent ulik profil og fyller ulike roller og funksjoner i samfunnet, også overfor den enkelte mediebruker. I tillegg er de ulike mediene i varierende omfang omfattet av statens mediepolitikk og dens virkemidler. Den offentlige mediepolitikken er tilsvarende innrettet ved at den består av virkemidler som skal ivareta ulike områder knyttet til mediens funksjoner og oppgaver. Hovedelementene i mediestøtten er kringkastingslisens, merverdiavgiftsfritak for aviser, produksjonsstøtte for aviser, merverdiavgiftsfritak for publikasjoner med høy abonnementsandel (80/20-regel), spesielle reklameprivilegier for riksdekkende kommersielle kringkastere, filmstøtte etc.

*Magasin- og ukepresse kommer i denne sammenhengen dårlig ut.*

Begrunnelsen for de ulike mediestøtteordningene varierer og relaterer seg til de overordnede målene i statens mediepolitikk, som er å "sikre ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati" gjennom "mangfold og kvalitet i norske medier":

- Kringkastingslisensen er begrunnet i det såkalte allmennkringkastingsoppdraget eller den public service funksjonen disse mediene har.
- Merverdiavgiftsfritaket for aviser er begrunnet i den spesielle funksjonen avisene har som nyhetsmedier, ytringskanaler og debattfora for politikk og viktige samfunnsspørsmål.
- Produksjonsstøtten for aviser er begrunnet i en kombinasjon av avisenes samfunnsrolle og behovet for et mangfold av denne type ytringskanaler lokalt og nasjonalt.

Det finnes i dag ingen særskilt mediestøtte som retter seg spesifikt mot mediens kulturelle og språklige funksjon og rolle, selv om dette aspektet også inngår i begrunnelsen for de

eksisterende støtteordningene. De mediepolitiske målene har ulik samfunnsmessig viktighet og noen av mediens funksjoner og roller trenger derfor sterkere støtte og mer omfattende incitamenten enn andre.

Samtidig er det slik at alle mediens funksjoner og roller har en viktighet som gjør at de prinsipielt bør gjøres til gjenstand for offentlige incitamenten på en slik måte at det er mulig å optimalisere og fylle de oppgavene det enkelte medium har for borgerne. I tillegg står norske mediehus generelt overfor store utfordringer, og hvor flommen av uautorisert informasjon på ulike kanaler har eksplodert. Derfor er det viktigere enn noensinne å bevare og utvikle sterke, uavhengige og kompetente miljøer som opprettholder og utvikler journalistisk egenproduksjon. Norsk innhold, enten det er fra ukeblader, aviser eller tv, er under større press enn noen gang tidligere. Digitalisering av produktene og distribusjon via Internett, har åpnet det norske markedet for kommersielle tjenester og innholdsaktører fra hele verden. Dette er en helt ny virkelighet som i høyeste grad også angår magasiner og ukeblader!

Vi hadde derfor ønsket en grundig behandling av ukepressen i mediestøtteutvalgets innstilling, og vi merker oss at utvalget ”anbefaler” at dette sees nærmere på, noe vi regner med at dep. vil gjøre. Før vi går nærmere inn på dette, vil vi kort kommentere utvalgets ulike konklusjoner.

### **Utvalget**

Vi støtter MBLs uttalelse i forbindelse med denne høringen, og hovedpunktene kan oppsummeres slik:

- Vi mener det er en utvetydig positiv sammenheng mellom de pressepolitiske virkemidlene og den sterke stillingen mediene har i Norge, sammenlignet med de fleste andre land.
- Det er positivt at utvalget samler seg i synet på åtte prosent lavmoms på elektroniske redaksjonelle tjenester, og vi støtter forslaget.
- Det er positivt at utvalget samler seg rundt viktigheten av produksjonstilskuddet. Dette er en målrettet ordning for økonomisk utsatte aviser. Ordningen har langt på vei virket etter hensikten.
- Vi ønsker fortsatt fritak for moms på kjøp av aviser.
- Vi ønsker en mer utførlig behandling av ukepressen. Vi mener at salg av trykte ukeblader og magasiner må få åtte prosent lavmoms. En innrømmelse av en redusert sats for magasin og ukepresse vil være i samsvar med de merverdiavgiftsreglene som gjelder i EU. En slik redusert sats kan ikke stå svakere etter EØS-avtalens statsstøtteregler for Norges del, enn det som gjelder for EUs medlemsstater. En redusert merverdiavgiftssats for magasin og ukepresse, rammes ikke av forbudet mot ulovlig statsstøtte i EØS-avtalen artikkel 61.

### **Ukepressens funksjon**

Magasiner og ukepresse har til dels en annen profil og et annet innhold enn aviser og nasjonal kringkasting, idet de i hovedsak ikke er innrettet mot politikk, løpende samfunnsdebatt og

nyheter i klassisk forstand. Magasiner og ukeblader fyller imidlertid andre viktige behov for borgerne, knyttet til annen type informasjon leserne trenger for å forstå sin rolle i samfunnet og utvikle seg. Magasinene og ukebladene har dermed en viktig kulturell og språklig betydning, og en opplysnings- og informasjonsrolle som når utover hele landet.

Magasiner og ukeblader har i dag 25 prosent moms, bortsett fra når de "hovedsakelig omsettes til faste abonnenter eller som hovedsakelig deles ut til foreningsmedlemmer" eller har "overveiende politisk, litterært eller religiøst innhold". Hovedsakelig er definert som minst 80 prosent. Da er de fritatt for moms.

I den offentlige kulturpolitikken er det norske språket fremhevet særskilt.

Kulturdepartementet skriver i Prop. 1 S (2010–2011):

*"Norge er et lite språkområde, og det norske språket er under konstant press. Regjeringen ser det som viktig å ha en offensiv språkpolitikk, slik at norsk forblir det foretrukne språk i alle deler av norsk samfunnsliv. Skrifkulturen er bærebjelken i norsk samfunns- og kulturliv."*

I Stortingsmeldingen "Kultur i tiden" fra 1992, heter det i kapittelet om språk og litteratur:

*"Siktemålet med norsk språkpolitikk må fortsatt være at norsk språk skal fungere som kommunikasjonsmiddel på alle plan og i alle sammenhenger i Norge: som dagligspråk, litteraturspråk og fagspråk."*

I den samme meldingen ble det videre vist til at det fra mange hold klages over at unges ferdigheter i skriftspråket ikke er gode nok, og at det vil være en sentral språkpolitisk oppgave å stimulere barns leselyst i tiden fremover for å styrke det norske skriftspråket. Snart 20 år etter er vel dette fortsatt en sentral oppgave.

Dette ble fulgt opp i Stortingsmeldingen "Media i tida" fra 1993, hvor det bl.a. ble slått fast at:

*"Vekeblada er den einaste typen av skrivne medium som har flest lesarar mellom folk med låg utdanning og inntekt. Det er også denne typen som har størst overrepresentasjon av unge lesarar."*

I dette språkpolitiske perspektivet har således ukeblader og magasiner en viktig betydning i det norske samfunnet og for utviklingen av den norske kulturen. Norske medier opplever i varierende grad konkurranse fra utlandet, særlig USA og Storbritannia. Språkrådet viser i rapporten *"Språkstatus 2010" fra februar 2010 til en undersøkelse fra 2008, hvor det fremkommer at det i aldersgruppa 15–24 år er flest som meiner at engelsk er eit betre språk enn norsk, 43 prosent av dei er heilt eller delvis samde i påstanden.*

For mange er ukeblader og magasiner blant de aller viktigste kildene til skriftlig norsk man oppsøker regelmessig. I løpet av en gjennomsnittlig uke leser halvparten av befolkningen over 12 år<sup>1</sup> minst et ukeblad eller magasin (45,3 % for menn og 57,4 % for kvinner). I aldersgruppen 12 – 19 år (begge kjønn) er det hele 35,8 % som leser ukeblad eller magasin hver uke.

Også i de andre aldergruppene er lesingen høy – lavest er de over 70 år med 35,1 %. De geografiske forskjellene er derfor små, men lesingen er størst i Oslo (55 %), mens resten av landet ligger mellom 48,2 % og 53,2 %.

En høy momssats på ukeblader og magasiner er et hinder for lesing av disse produktene, gjennom at prisene blir høyere enn de kunne vært. I lys av de mediepolitiske målene, og

---

<sup>1</sup> Kilde: Synovate Norsk Medieindeks 12 år+ 2010.v

magasin og ukepressens betydning for lesing, språk og kultur bør derfor momssatsen være lavest mulig.

### **Begrunnelse for lav momssats**

Magasiner og ukeblader har bare i beskjedent omfang noen incitamentersom understøtter disse språklige og kulturelle funksjonene, da disse mediene ikke omfattes av fritaket for merverdiavgift til medier med nyheter, politikk og samfunn som hovedbegrunnelse. De vil heller ikke være omfattet av de incitamentersom er knyttet til kringkastingsvirksomheten – eller til bøker (forlagsvirksomhet). Like fullt har magasin- og ukepressen i kraft av sin kulturelle og språklige funksjon, utbredelse og bredde, en viktig kulturell og språklig rolle i samfunnet. I de fleste europeiske land har ukeblad og magasiner lav momssats.

Målene for mediepolitikken er å sikre den enkelte yringsfrihet, og et variert medie- og informasjonstilbud til alle. I tillegg har mediepolitikken som overordnet mål at norsk språk og kulturell identitet skal styrkes.

Momsordninger som er særskilt innrettet mot kulturelle uttrykksformer er blitt diskutert i det såkalte "Kultur momsutvalget". Det blir her foreslått at det blir innført lavmoms (8 %) på visse kulturelle uttrykksformer, blant annet knyttet til film og idrett.

Ukepressen har en lang historie som viktig formidler av norsk kultur og norsk språk. I en utredning med tittelen "Ukepressen – en viktig del av norsk skriftkultur" konkluderer tidligere kulturminister Lars Roar Langslet bl.a. med at det ikke finnes en *"holdbar kulturell begrunnelse for den diskrimineringen ukepressen utsettes for med det nåværende avgiftssystemet"*, og videre at det ikke er *"holdbart å rangere bøker, aviser og ukeblader i en synkende skala for kulturell høyverdighet"* -Professor Finn Erik Vinje har på sin side uttalt at *"Ukepressens språklige standard er således av betydning for kulturtilstanden i landet."* Kultur og språk er forutsetninger for å kunne sende og motta budskap med mening, og dermed delta i samfunnet som opplyst borger.

De språk- og kulturpolitiske aspektene må vektlegges sterkt i et lite språksamfunn som Norge, som er under økende påvirkning fra engelsk. For å kunne stå i mot denne påvirkningen, og med forankring i det norske språk kunne lykkes med å sikre yringsfrihet og et levende demokrati, er det viktig at norske redaksjonelle medier gis best mulige forutsetninger. Det er i denne sammenheng relevant å se nettopp til England, hvor alle trykte medier, ukepressen inkludert, har moms fritak. Begrunnelsen for moms fritaket der har vært å bevare og styrke befolkningens lese- og skriveferdigheter, formulert som følger:

- A well-informed, functional population is a literate one
- A literate population requires the stimulus to read
- This stimulus comes through books, newspapers and magazines

Kvinner er i flertall når det gjelder kjøp og lesing av magasiner og blader. Kanalen har spilt en vesentlig rolle i å sette temaer i kvinners liv på dagsorden, og fulgt utviklingen av kvinners mange roller i samfunnet over tid. Ukeblader og magasiner har vært og er en viktig kilde for kvinner til å orientere seg og få kunnskap og bygge identitet gjennom at bladene synliggjør kvinnelige rollemodeller. Et doktorgradsarbeid ved Universitetet i Bergen påviser blant annet dette.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Brita Ytre-Arne, stipendiat, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen.

En stor del av magasin-/ukepressen er nisjepreget, og flere av magasinene har stoff som leses av menn og unge gutter. Disse magasinene bidrar til økt lesing blant unge gutter og menn, blant annet i grupper som ikke er storlesere.

Magasin/ukepressen har også generelt en spesiell styrke blant yngre og de i befolkningen med lavere utdanning. Gjennom en kanal med stor og bred dekning har norske ukeblader i årtier gitt disse gruppene et tilbud som de kjenner seg igjen i og som reflekterer deres hverdag. Blader har vært en vesentlig bidragsyter i mer enn hundre år i Norge når det gjelder folkeopplysning. Leserene har orientert seg om spørsmål knyttet til eget liv og den personlige sfæren, gjennom å belyse temaer som har sammenheng med enkeltindividets rolle i samfunnet. Ukeblader og magasiner har vært og er et språklig og kulturelt lim i det norske samfunnet. Magasin og ukepressen har bidratt til mindre distanse mellom de med høy og de med lav utdanning, som brobygger i forhold til informasjonskløfter.

**Aller Media AS er en av tre store ukepresseforlag i Norge. Nøkkeltall for virksomheten viser:**

<i>2010. Tall i NOK 1.000.000</i>	<i>Aller Media AS</i>
Omsetning	964
Driftsresultat	82
Resultat før skatt	34
Egenkapital	214
Antall ansatte (stk.)*	271

**\*63,5% kvinner og 36,5% menn**

**Ser vi på opplags- og lesertall, så viser de følgende:**

<i>2010. Tall i stk.</i>	<i>Kvinner</i>	<i>Menn</i>	<i>Markedsandel totalt</i>
Totalt opplag	27.391.690	947.725	37,5%
Totalt antall lesere	3.564.000	499.000	32,0%

Vi stiller oss bak MBLs høringsuttalelse, men vil i tillegg fremheve magasin og ukepressens betydning for språk og kultur, som folkeopplysningskanal og med en funksjon og rolle som et lim mellom borgerne, som vi mener er godt dokumentert.

En lav momssats for ukeblader og magasiner vil stimulere til økt lesing av norskspråklig stoff om norske forhold.

Vennlig hilsen  
Roger Hansen  
adm.direktør  
Aller Media AS