

## **Høringsuttalelse fra Schibsted ASA om NOU 2010:14 – ”Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte”**

Schibsted ASA takker for muligheten til å kommentere Mediestøtteutvalgets innstilling.

Schibsted ASA er morselskapet i Schibsted Media Group, den største private medieeieren i Norge, med blant annet VG og Media Norge-mediehusene Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen i sitt eierskap.

Utenfor Norge driver konsernet nå virksomhet i 25 land. Omsetningen i 2010 var 13,7 milliarder kr. Ca. 7.500 mennesker er ansatt i Schibsted Media Groups selskaper, hvorav ca. 2.500 i Norge.

### **Generelt**

Etter vårt syn har Mediestøtteutvalget avlevert et arbeid som preges av grundighet og innsikt, både i gjennomgangen av de mediepolitiske virkemidlene og i utvalgets egen drøfting av norsk mediebransjes utfordringer. Det er et omfattende bakgrunnsmateriale som presenteres i innstillingen. Vi ser det som positivt at Mediestøtteutvalget ble nedsatt, og mener at NOU 2010:14 gir verdifulle innspill til kulturdepartementets og Stortingets videre arbeid med å fatte de mediepolitiske avgjørelsene i en forandringens tid for norske medier. At utvalget er delt i sine hovedkonklusjoner, svekker ikke vårt inntrykk av at et seriøst arbeid er gjort.

For Schibsted ASA er det spesielt to forhold vi vil understreke betydningen av i denne høringsuttalelsen:

For det første er vi opptatt av at norske mediepolitiske virkemidler som har vist seg å fungere etter hensikten, og som i betydelig grad har bidratt til at nordmenn er av de mest mediekonsumerende folk i verden, blir opprettholdt og ført videre.

For det andre mener vi at det mediepolitiske rammeverket her i landet bør bli oppdatert i forhold til de meget omfattende endringene som skjer i dagens mediemarked.

Schibsted ASA deler helt Mediestøtteutvalgets vurderinger på det overordnede plan: Pressefrihet og godt fungerende medier er en grunnleggende forutsetning for ytringsfriheten, rettssikkerheten og det levende demokratiet. Staten skal legge til rette for men offentlig dialog som fungerer, slik også Grunnloven fastslår.

Schibsted ser en sammenheng mellom de pressepolitiske stimuleringstiltak som har vært benyttet i Norge og kvalitativt gode mediers store utbredelse her i landet. Etter vårt syn legitimerer Grunnlovens paragraf 100 en aktiv mediepolitikk. Dersom norske mediehus også i fremtiden skal evne å levere journalistikk av høy kvalitet, er det offentliges bidrag i form av økonomiske og lovmessige rammebetingelser av vesentlig betydning.

### **Pressestøtte og 0-moms**

Pressestøtten og avisenes 0-momssats har vært de viktigste mediepolitiske virkemidlene i Norge, slik det også kommer klart frem i Mediestøtteutvalgets innstilling.

Pressestøtten har ikke kunnet hindre avisdød i Norge, men den har absolutt bidratt til å opprettholde og løfte fram flere stemmer i den offentlige debatt enn hva som ellers etter alt å dømme ville vært tilfelle. Schibsted slutter seg til utvalgets anbefaling om å videreføre pressestøtten. Vi ser det nødvendig, slik som utvalget, at ordningen blir gjort plattformnøytral, slik at den ikke fungerer hindrende for overgang også til digital publisering.

Momsregimet for aviser er trolig den viktigste årsaken til det høye norske mediekonsumet. 0-momssatsen for avisene har fulgt avisbransjen helt fra avgiften kom for mer enn 40 år siden. 0-momsen har vært videreført av alle regjeringer siden. Den har hatt stor praktisk betydning for avisenes prispolitikk overfor lesermarkedet, og den har vært en viktig ressursmessig forutsetning for utviklingen av kvalitetsjournalistikk i de trykte mediene.

Fortsatt er det slik at norske dagsaviser er hovedleverandørene av originale nyheter her i landet. Det dokumenterer også Mediestøtteutvalget. Det er avisene som i hovedsak driver den undersøkende journalistikken som er tids- og kostnadskrevende, men som de fleste er enige om er uhyre viktig i et levende demokrati.

Norske aviser legger på denne måten grunnlaget for store og små offentlige debatter, nasjonalt, regionalt og lokalt. Avisene gir i utstrakt grad grunnlaget for debattprogrammer i TV og bloggere med større eller mindre nedslagsfelt. Avisopplagene faller. Likevel er det fremdeles avisenes forretningsmodeller og inntektsgrunnlaget de skaper som gir grunnlaget for å opprettholde redaksjoner av tilstrekkelig størrelse til å kunne levere kvaliteten i journalistikken. Avisjournalistikken er fortsatt selve navet i den norske nyhetsformidlingen ut over de rene hendelsesnyhetene, slik vi ser det.

### **Uønsket brudd**

For Schibsted fremstår det som mer enn underlig dersom 0-momssatsen for norske aviser skal fjernes nå når avisene befinner seg i den største og mest utfordrende strukturelle og økonomiske endringsprosess i vår tid. Tvert imot er det spesielt viktig i denne prosessen å ikke rokke ved det inntektsgrunnlaget som er en grunnleggende forutsetning for å kunne opprettholde, vedlikeholde og videreutvikle den journalistiske kvaliteten.

Forslaget fra Mediestøtteutvalgets omfordelingsalternativ om å innføre såkalt lavmoms på papiraviser, fremstår for oss som et markant brudd med en hovedlinje som det hittil synes å ha vært bred enighet om i mediepolitikken: Denne politikken har gitt hensiktsmessige rammevilkår og frihet for de store mediebedriftene. Samtidig har det offentlige gitt målrettet støtte til mindre

aviser som ikke har hatt de samme forutsetninger for å lykkes i det åpne marked.

Å innføre en momssats etter et omfordelingsprinsipp, hvor moms på noen aviser skal omfordeles og være med på å finansiere konkurrenter, er en tankegang som etter vårt syn fortsatt bør være fremmed i forhold til de rådende norske holdninger til mediepolitikk. Slik vi ser det, vil det føre til stor skade i de ledende norske redaksjonene og samtidig kunne gjøre flere avhengig av statlig støtte for å finansiere redaksjonell virksomhet.

### **0-moms også digitalt**

Å bringe kvalitetsjournalistikk fra analoge til digitale medieplattformer, og i den forbindelse kunne utvikle kvalitetsjournalistikken videre på de nye plattformene, er mediebransjens utvilsomt største utfordring nå. Den utfordringen forenkles ikke av at solide forretningsmodeller i den analoge medie verden fungerer dårlig i den digitale. Den store mengden gratis innhold som dominerer de digitale medieplattformene gjør det vanskelig å finansiere digital journalistikk.

Mot dette bakteppet ser Schibsted det i utgangspunktet som naturlig å videreføre prinsippet om en 0-momssats også for den digitale journalistikken. Dette vil være i overensstemmelse med den grunnleggende tenkningen i mediepolitikken. Slik vi ser det, vil det også være et godt stimulerings tiltak for utvikling av kvalitetsjournalistikk på digitale plattformer og dermed bidra positivt til satsing på godt innhold uavhengig av distribusjonskanal.

Vi registrerer at det ses som politisk og juridisk utfordrende å etablere nye omsetningsområder utenfor merverdiavgiftslovens standardområder, slik Mediestøtteutvalgets flermedialitetsalternativ behandler. Vi registrerer også alternativets pragmatiske løsning: Man legger laveste momssats til grunn for redaksjonelle digitale tjenester.

Dette er et forbedret alternativ i forhold til dagens situasjon. Schibsted ser det imidlertid ikke som noen ideell løsning for å sikre og støtte opp om utviklingen av kvalitetsjournalistikken fremover. Etter vårt syn kan det ikke være rimelig at et teknologiskifte som vi nå opplever de facto skal innebære at det innføres en

avgift på det frie ord. Vi mener det prinsipielt riktige må være 0-momssats på det frie ord uavhengig av publiseringsplattform.

### **Det viktigste**

Som nevnt innledningsvis har Mediestøtteutvalget gjort et verdifullt arbeid etter Schibsteds vurdering. I denne høringsuttaalelsen har vi valgt å konsentrere oppmerksomheten om de to rammevilkårene som vi uten sammenligning oppfatter som de viktigste: Avisenes 0-momssats og pressestøtteordningen. Vi ser det som avgjørende nødvendig for norske medier i en tid med store endringer i mediebransjen at mediepolitikken i Norge også fremover slår ring om disse ordningene. De har over tid vært viktige for å gi tilfredsstillende vilkår for god journalistikk og mediemangfold. Det kommer de i høy grad fortsatt til å være.

for SCHIBSTED ASA

Rolv Erik Ryssdal (sign)

Konsernsjef