

Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no

Egmont Hjemmet Mortensen AS  
0441 Oslo  
Besøksadresse: Gullhaugvn. 1

Tel +47 22 58 50 00

www.egmonthm.no  
Org. NO 964441332 MVA

14-04-2011

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

**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.

**Om oss**

Egmont Hjemmet Mortensen er Norges største utgiver av ukeblader og magasiner. Selskapet hadde i 2010 en omsetning på ca 1,3 milliarder kroner, med ca 540 medarbeidere. Vi solgte vel 34 millioner blader i 2010, og gjennom en utgave av alle våre ulike blader og magasiner når vi 2,8 millioner lesere.

**Kort om Mediestøtteutvalgets forslag**

Vi støtter MBLs uttalelse; der hovedpunktene kan oppsummeres slik:

- Vi mener at de pressepolitiske virkemidlene har lagt grunnlag for 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.
- Vi støtter flermedialitetsalternativets forslag om fortsatt fritak for moms på kjøp av aviser, og for de magasiner og tidsskrifter som nå er fritatt.
- Vi advarer mot forslaget som går inn for en omfordeling mot bransjens klare anbefalinger. Bransjen ønsker ikke at det blir innført åtte prosent moms på kjøp av aviser, slik omfordelingsalternativet legger opp til, og ønsker heller ikke den fordelingsmekanismen som er en del av forslaget.

- Det er positivt at utvalget samler seg om viktigheten av produksjonstilskuddet, og en tilpasning av dette til dagens situasjon. Dette er en målrettet ordning for økonomisk utsatte aviser.
- I likhet med MBL hadde vi ønsket at utvalget behandlet magasin- og ukepressen, som del av mediernes rammevilkår. Vi mener at salg av trykte ukeblader og magasiner må få redusert momssats (åtte prosent).

### **Oppsummert**

Vi stiller oss bak MBLs høringsuttalelse vedr Mediestøtteutvalgets ulike forslag.

Vi stiller oss bak MBLs forslag om at det innføres en lav momssats (8%) for magasin- og ukepressen for å stimulere til økt lesing av norskspråklig stoff om norske forhold.

I vår høringsuttalelse vil vi vektlegge magasin- og ukepressen, og særskilt fremheve blader og magasiners betydning for språk og kultur, som vi mener er godt dokumentert.

### **Medienes ulike roller og statens mediepolitikk**

Ulike medier har ulik profil og fyller ulike roller og funksjoner i samfunnet og for den enkelte mediebruker. Mediene og mediebrukerne er i varierende omfang vurdert og behandlet som del statens mediepolitikk, og dermed dens virkemidler.

Den offentlige mediepolitikken omfatter virkemidler som skal ivareta ulike funksjoner og oppgaver mediene fyller. Hovedelementene i mediestøtten er kringkastingslisens, merverdiavgiftsfritak for aviser, produksjonsstøtte for aviser, spesielle reklameprivilegier for riksdekkende kommersielle kringkastere, filmstøtte etc. Magasin- og ukepressen og dens lesere omfattes i liten grad av særskilte virkemidler.

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

- Kringkastingslisensen er begrunnet i allmennkringkastingsoppdraget eller den public service-funksjonen disse mediene har.
- Momsfritaket for aviser er begrunnet i den spesielle funksjonen avisene har som nyhetsmedier, ytringskanaler og debattfora for politikk og 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 mediernes kulturelle og språklige funksjon og rolle, selv om dette aspektet også inngår i begrunnelsen for de eksisterende støtteordningene.

En drøfting av mediepolitikk i vår tid må også ta inn over seg de grunnleggende endringene som skjer i medievaner, hos så vel mediebrukere som kommersielle aktører. Tradisjonelle bransjegranser viskes ut, de enkelte mediekanalene spiller flere roller enn tidligere, og mediebedriftene søker etter tilpassede forretningsmodeller, delvis i konkurranse med aktører utenfor de tradisjonelle mediebedriftene.

I likhet med øvrige mediekanaler er også magasin- og ukepressen nå en aktør på flere arenaer; både nett-tjenester og mobile løsninger i tillegg til trykte blader og magasiner, som så langt er viktigst både for leserne, samfunnet og bransjen.

Staten bør innrette sin mediepolitikk slik at den understøtter utviklingen av bærekraftige betalingsmodeller for redaksjonelt digitalt innhold - fra så vel de etablerte mediene med print som utgangspunkt, som fra nye, rent digitale medieaktører som leverer redaksjonelt kvalitetsinnhold til beste for samfunnet og borgerne.

Alle medienes funksjoner og roller har en betydning som gjør at de bør behandles som en del av statens mediepolitikk, og omfattes av offentlige incitament - slik at de best mulig kan fylle de oppgavene det enkelte medium har for samfunnet og borgerne.

Magasin- og ukepressen er en del av mediebransjen som fyller sine særskilte funksjoner for brukerne. Vi hadde forventet en relevant behandling av ukepressen i mediestøtteutvalgets innstilling, og opplever det som en mangel at denne delen av mediebransjen ikke er særskilt vurdert.

### **Ukepressens og magasiners funksjon**

Magasiner og ukeblader har 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 samfunnet og borgerne, knyttet til annen type informasjon leserne trenger for å forstå sin rolle i samfunnet og utvikle seg både individuelt og som samfunnsaktør. Magasinene og ukebladene har en viktig kulturell og språklig betydning.

Magasiner og ukeblader har i dag 25 prosent moms, bortsett fra dersom 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 bladomsetningen 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. Skriftkulturen er bærebjelken i norsk samfunns- og kulturliv [...]”

I dette språkpolitiske perspektivet har ukeblader og magasiner en viktig betydning i det norske samfunnet og for utviklingen av norsk språk og kultur.

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 for de over 70 år med 35,1 %. De geografiske forskjellene er små, med høyest lesing 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 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; de omfattes ikke 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 ytringsfrihet, og et variert medie- og informasjonstilbud til alle. I tillegg har mediepolitikken som overordnet mål at norsk språk og kulturell identitet skal styrkes.

---

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

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.

Magasin- og ukepressen har en lang historie som viktig formidler av norsk kultur og norsk språk. Professor Finn Erik Vinje uttalte 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. Det er viktig at redaksjonelle medier på det norske markedet gis best mulige forutsetninger for å lykkes i den transformasjonen mediene er inne i.

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>

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 ellers 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 at magasiner og blader tar opp temaer som har sammenheng med enkeltindivids 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, og som brobygger i forhold til informasjonskløfter.

---

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

**Forslag om innføring av lav momssats**

For å stimulere til økt lesing av norskspråklig stoff om norske forhold foreslår vi at det innføres en lav momssats (8 %) for de delene av magasin- og ukepressen som ikke allerede er omfattet av nullmoms

Dette kan gjøres ved at følgende nye paragraf inntas som ny § 5-12 i merverdiavgiftsloven kapittel 5:

*§ 5-12. [Ukeblad, magasin og andre] Tidsskrift som ikke er omfattet av fritaksreglene*

*Det skal beregnes merverdiavgift med redusert sats for omsetning av [ukeblad, magasin og] tidsskrift som ikke er omfattet av loven her kapittel 6.*

For nærmere vurdering av forslaget juridiske sider viser vi til MBLs høringsuttalelse.

Med vennlig hilsen



Anne Britt Berentsen

Adm.direktør

+47 907 29 952

anne.britt.berentsen@egmonthm.no