

Kultur- og kirkedepartementet

Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

postmottak@kkd.dep.no

Deres ref.: 2002/2991 ME/ME2 LaB:elt

Vår ref.: 016.1 BW

Oslo, 10. mars 2004

Høringsuttalelse om endring av forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser, dispensasjon fra utbytteforbudet

Det vises til Kultur- og kirkedepartementets høringsnotat av 1. desember 2003 om endringer i forskrift av 7. november 1996 nr. 1015 om produksjonstilskudd til dagsaviser.

Dagspresseutvalgets forslag

Dagspresseutvalget skrev i i NOU 2000: 15 Pressepolitikk ved et tusenårsskifte følgende om utbytteforbudet:

”Etter gjeldende ordning kan ikke en avis ha betalt utbytte til aksjonærene i tilskuddsåret. Denne bestemmelsen gjør det vanskelig for aviser som mottar produksjonsstøtte, å skaffe seg ny egenkapital. Derimot kan avisene betale renter på lånt kapital. Aviser som nyter godt av momsfritaket, har ingen slik begrensning. Utvalget foreslår derfor at denne bestemmelsen opphører.” (7.6.1)

Mediebedriftenes Landsforening er enig i Dagspresseutvalgets beskrivelse. MBL er derfor også enig i departementets beskrivelse av problemstillingen. Aviser som mottar produksjonstilskudd har vanskelig for å tiltrekke seg risikokapital, på grunn av utbytteforbudet i forskriften. Dette forholdet kan vanskeliggjøre en langsiktig sunn utvikling av disse avisene, og gjøre det vanskelig for slike aviser å overleve i akutte situasjoner hvor frisk kapital er helt nødvendig.

Store utfordringer for avisene

Avisene er nå inne i en periode med store endringer. Mediebildet har endret seg radikalt bare siden 1990. Kommersiell tv ble introdusert tidlig på 1990-tallet, og internett har de siste 4 – 5 årene vokst til å bli en stor kanal for formidling av nyheter, underholdning, rubrikkannonser og reklame. Riksdekkende, reklamefinansiert radio har eksistert i ti år. Lokal-tv og lokalradio har gjennomgått en profesjonalisering og er blitt viktigere aktører.

Både annonse- og lesermarkedet er i dag radikalt forskjellig fra bare få år tilbake. For publikum og annonsører er valgfriheten blitt stor. Det er en lang rekke aktører som tilbyr innhold og de fleste av disse aktørene skal tjene penger på det de gjør. Det kan skje enten ved å ta betaling fra

publikum eller annonsører – eller en kombinasjon av dette. Kampen om publikum og annonser er blitt hardere.

Mediebruken endrer seg – i negativ retning for avisene. For befolkningen sett under ett (13 år +) har daglig avislesing sunket fra 91 prosent i 1997 til 86 prosent i 2002. I gruppen 13 – 19 år er nedgangen enda mer dramatisk: Fra 87 prosent i 1997 til 79 prosent i 2002 – en nedgang på 8 prosentpoeng på fem år.

Internettbruk øker kolossalt. De fleste avisene har egne internettaviser og er derfor med på denne utviklingen. De store inntektene fra internett har imidlertid hittil uteblitt.

Det skjer store endringer i annonseringen. Store annonsører flytter fra avis til tv. Dagligvareannonsering, som tradisjonelt er svært viktig for lokalavisene, rammes når for eksempel en annonsør som ICA/Rimi for noen år siden besluttet nesten utelukkende å bruke tv i sin markedsføring av dagligvarer. Dette rammet særlig lokalavisene.

Rubrikkannonseringen, som tidligere utgjorde 25-50 prosent av annonseinntektene til region- og lokalavisene, er i ferd med skyves over mot internett.

Fremveksten av lokale gratisaviser mange steder bidrar til at annonser forsvinner fra lokalavisene.

Direkte markedsføring (DM) er også en trussel, siden DM-aktørene kan tilby annonsørene tilnærmet 100 prosent husstandsdekning.

Endringer på annonsemarkedet kombinert med synkende opplags- og lesertall har gitt mange aviser lavere inntekter. Det er i første rekke de store annonsebærerne som rammes. Lokalaviser klarer seg bedre, fordi det lokale annonsemarkedet er mindre påvirket av konjunktursvingninger og kanalovergang. Likevel har også disse avisene en utfordring i å beholde sine markedsandeler.

For å møte disse utfordringene må avisene utvikle seg. For å beholde markedsandeler over tid må man kompensere med produktutvikling, nye produkter og nye kanaler. Dette innebærer at avisene må ha økonomisk handlekraft til omstilling og utvikling. I langt større grad enn tidligere er avisene avhengige av å drive kontinuerlig utvikling for å opprettholde markedsandeler og skaffe inntekter for å finansiere redaksjonene. De fundamentale endringene som er beskrevet gjelder like mye for de mange små avisbedriftene som mottar produksjonstilskudd som for de store mediehusene.

Det er grunn til å minne om at ordinær økonomisk tenkning er en grunnleggende forutsetning også for aviser. Muligheten til å kunne gi normal avkastning på risikokapital er en nødvendig forutsetning. Eierne som kan tilføre avisene nødvendig risikokapital må kunne påregne utbytte. Tiden da man kunne regne med å finne veldedige eiere er forbi.

Departementets forslag

MBL er som nevnt enig med departementet i beskrivelsen av bakgrunnen og behovet for en endring av forskriftens utbytteforbud. MBL er videre enig i at en eventuell dispensasjonsordning ikke må skade legitimiteten til ordningen med produksjonstilskudd.

MBL kan imidlertid ikke se at den foreslåtte endringen vil bidra til å løse problemet med risikokapital, til det er kravene i forslaget altfor strengt utformet.

MBLs forslag

MBL vil derfor foreslå at det åpnes for en generell adgang til å betale utbytte gjennom at bestemmelsen i forskriftens § 4, femte ledd, som forbyr aviser som mottar tilskudd å betale utbytte til selskapets aksjonærer, blir fjernet.

MBL kan se at det er behov for å hindre at produksjonstilskuddsordningens legitimitet svekkes, og foreslår derfor subsidiært at følgende begrensning tas inn i forskriften når det gjelder utbytte:

Aviser som utbetaler utbytte plikter å avsette et beløp likt mottatt produksjonstilskudd for året til avisens egenkapital.

Dette mener vi vil ivareta ordningens legitimitet ved at det begrenser muligheten til å misbruke den.

Vennlig hilsen
MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING

Arvid Sand
Adm. dir.