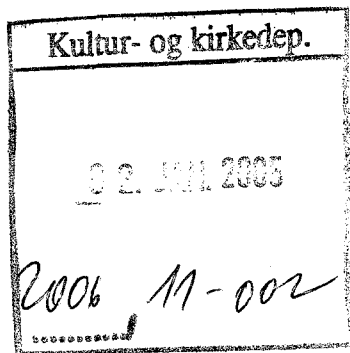


Kultur- og kirkedepartementet,
Postboks 8030 Dep.,
0030 Oslo



SCHIBSTED

SCHIBSTED ASA | Phone: + 47 23 10 66 00
Apotekergaten 10 | Fax: + 47 23 10 66 01
P.O. Box 490 Sentrum | schibsted@schibsted.no
NO-0105 OSLO | http://www.schibsted.no
NORWAY | VAT No: 933739384

Oslo, 7. desember 2005

Høringsuttalelse om forslag til endringer i medieeierskapsloven

Det vises til Kultur- og kirkedepartementets høringsnotat av 30. november d.å. med forslag til endringer i lov av 13. juni 1997 nr. 53 om tilsyn med erverv i dagspresse og kringkasting (medieeierskapsloven) – sist endret for mindre enn ett år siden.

Schibsted ASA takker for muligheten til å uttale seg som høringsinnstans:

Medieeierskapsloven har ett formål: ”Å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud”.

Å opprettholde et variert og mangfoldig medietilbud, er utvilsomt et ønske som deles av både medieaktører, myndigheter og forbrukere. Schibsted er enig i at ytringsfriheten og et allsidig medietilbud må fremmes og vernes. Schibsted er *ikke* enig i at dette sikres ved regulering av eierforholdene i media.

- Meningsmangfoldet kontrolleres ikke – og søkes ikke kontrollert – av de store, profesjonelle eierne i norske medier.
- Norske redaktørers frie stilling er grunnfestet i norsk medietradisjon og akseptert av eierne.
- Terskelen for å nå et stort publikum med sine synspunkter har aldri vært lavere enn i dag, på grunn av de mulighetene til å ytre seg som internett og andre publiseringsplattformer gir.

Medieeierskapsloven er grunnleggende tuftet på den hypotese at konsentrasjon av eierskap vil utgjøre en trussel for mediemangfoldet, ytringsfriheten og dermed demokratiet. I utkastet til retningslinjer for myndighetsutøvelse etter medieeierskapsloven fra 1998, skriver det daværende forvaltningsorganet for loven, Eierskapstilsynet, selv om dette:

”I Norge har det vært en økende tendens til eierkonsentrasjon i mediesektoren de senere år. Eierskapsloven baserer seg først og fremst på et føre var-prinsipp. Selv om man i Norge per i dag ikke har slik eierkonsentrasjon i mediesektoren at ytringsfriheten trues, er det fare for at utviklingen vil fortsette i retning av enda sterkere eierkonsentrasjon. Resultatet kan bli en eierkonsentrasjon som er uforenlig med lovens formål. Håpet er at eierskapsloven kan hindre en slik samfunnsmessig uheldig utvikling”.

Eierskapstilsynet har senere skiftet navn, er under omorganisering og har fått ny adresse i Fredriksstad. Dette føre var-grunnlaget for medieeierskapslovens eksistens har imidlertid ikke

vært endret fra tilsynets eller departementets side siden loven ble vedtatt i sin opprinnelige form.

Det er likevel aldri hevdet fra regjering, storting eller i offentlige utredninger at dagens eiere i norske medier har representert eller representerer noen trussel mot ytringsfriheten ved sin faktiske utøvelse av sitt eierskap. Ikke i noen av de dokumenter som er fremlagt og behandlet av regjering og storting de senere år er det gjort forsøk på å underbygge den hypotese som loven bygger på.

Medieeierskapsloven baserer seg altså på en frykt for hva som teoretisk kan skje som et resultat av eierkonsentrasjon i media, mens de faktiske erfaringer med eksisterende norske medieeiere ikke støtter opp om begrunnelsen for lovens eksistens – tvert imot.

Det er etter Schibsteds oppfatning en grunnleggende svakhet ved medieeierskapsloven at den nettopp er så utpreget fundamentert på teoretiske forestillinger som går helt på tvers av norsk medieeiertradisjon og innarbeidet praksis i forholdet mellom eier og redaksjon i norske meningsbærende medier.

Schibsteds oppfatning er at eierskap til medier ikke bør reguleres ut over de grenser som konkurranseloven og Konkurransetilsynet setter for andre næringer. Vi hevder dette syn på et prinsipielt grunnlag, og på basis av Schibsteds egen 145-årige bakgrunn og tradisjon som medieeier.

Advokat Siri Teigum i advokatfirmaet Thommessen Krefting Greve Lund har utarbeidet et notat for Schibsted ASA knyttet til forholdet mellom medieeierskapsloven og konkurranseretten. Advokat Teigum er anerkjent som en av landets fremste jurister innen konkurranseretten. I notatet foretar hun en nærmere vurdering av, om og i hvilken grad hensynene bak medieeierskapsloven og forslaget til endringer i denne også kan ivaretas av konkurranseloven.

Siri Teigums hovedkonklusjon er at det ikke er behov for en medieeierskapslov ved siden av konkurranseloven. Ønsket om å verne ytringsfriheten og det redaksjonelle mangfold kan gjøres ved bruk av vilkår i tilknytning til konsesjoner og styrking av Redaktørplakatens prinsipper.

Notatet fra advokat Teigum og en mer omfattende juridisk betenkning som hun har foretatt, fremlegges på forespørsel.

Gjennom Redaktørplakaten er det nedfelt regler for å sikre frie og selvstendige redaksjoner, regler som var akseptert av alle seriøse norske medieeiere lenge før medieeierskapsloven ble en realitet. I avisers og andre mediebedrifters daglige arbeid er det redaksjonenes uavhengighet og integritet som er det beste vern av ytringsfriheten. Den norske publisistiske tradisjon er nedfelt i Redaktørplakaten. Her fremgår redaksjonell uavhengighet som et ukrenkelig grunnprinsipp.

Det er fremmet forslag om å lovfeste prinsippene i Redaktørplakaten. Etter Schibsteds vurdering vil det være et klart mer effektivt og fremtidsrettet vern av ytringsfriheten enn eierbegrensninger. En lovfestelse av Redaktørplakatens prinsipper vil også være effektivt i forhold til utenlandsk eide mediebedrifter i Norge, der andre tradisjoner enn de norske kan prege eierskapet.

Norske medier er inne i en omfattende endringsprosess. Noen av utfordringene man står overfor kan være spesifikke for vårt land. De aller fleste av dem er imidlertid en del av en generell internasjonal brytningstid for medier. Alle utfordringene i næringen har det til felles at de krever medieeierskap med sterk økonomisk ryggrad. Omstillingsevne forutsetter styrke.

Derfor er det behov for en liberalisering, ikke en skjerping, av reglene knyttet til medieeierskap.

Fem gode grunner taler for det:

1. Kvalitetsavisene opplever nedgang i inntekter og antall lesere

Avisene står overfor betydelige utfordringer. Spesielt gjelder dette abonnementsavisene, som er brakt inn i en til dels meget vanskelig situasjon:

Både avisenes tradisjonelt viktigste inntektskilde, rubrikkannonserne, og leserne går i økende grad til andre mediekanalet, først og fremst til de elektroniske mediene.

Dette stiller enorme krav til omstilling og økt fokus på redaksjonell kvalitet.

Utfordringene på leser- og inntektssiden omfatter hele medienæringen og er en felles utfordring. Jo flere som blir stående utenfor de nettverk som har den kompetanse og kapital som må til for å opprettholde avisen som et foretrukket medium, desto mer forsterkes de eksisterende negative tendensene.

Dette rammer alle aviser, og er i siste instans en trussel mot mediemangfoldet. Med andre ord: Begrensningene på eierskap i dagspresse kan virke stikk mot sin hensikt.

2. Mediesektoren profesjonaliseres

I tråd med den generelle samfunnsutviklingen må også medier drives som effektive og innovative bedrifter. Medienæringen er spesiell i mange sammenhenger, men driften må være profesjonell og dynamisk for at en bedrift, uansett bransje, skal overleve.

Mange aviser har fortsatt etablerte eiere (for eksempel enkelte 3. og 4. generasjons familieeiere) som både mangler nødvendig motivasjon og tilgang til kompetanse for rasjonell avisdrift og aktiv produktutvikling. Medieeierskapsloven virker som et aktivt hinder både for disse eiernes mulighet til å selge seg ut, og for deres mulighet til å hente inn nødvendig kompetanse og kapital utenfra.

3. Konkurransen og mangfoldet øker

Dagspressen er en forutsetning for et velfungerende demokrati. Dagspressen utfordres imidlertid av sine lesere, fordi de i stadig større grad velger andre aktiviteter og andre medier som kilde til informasjon og underholdning. Forbrukerne kan i dag velge et større antall ulike medier enn noen gang for tilgang til for eksempel nyheter, samtidig som de enkelte mediene har vidt forskjellige egenskaper når det gjelder evnen til å formidle informasjon.

Samtidig fører den økte konkurransen og floraen av nye informasjonskanaler til at betingelsene for frie ytringer er bedre enn noen gang. Dette er en utvikling ikke minst Schibsted har vært en aktiv pådriver for gjennom en rekke nyetableringer de siste årene.

Denne utviklingen forsterker de negative konsekvensene av en særegen lovgivning, som i praksis kun rammer dagspressen.

4. Kapitaltilførsel til avismarkedet strupes

Medieeierskapsloven medfører at Schibsted for å sikre sin konkurransekraft er tvunget til å gjøre praktisk talt alle nye dagspresseinvesteringer, som er konsernets mest omfattende virksomhet, utenfor Norge.

Dermed hindres det norske avismarkedet i tilførsel av kapital som ellers ville kommet norske mediebedrifter og arbeidsplasser til gode. På sikt forringes fornyelsestakten og norske avisers konkurransevne.

5. Norsk og utenlandsk eierskap - norsk og nordisk avistradisjon

Medieeierskapsloven ble formulert for å unngå en norsk versjon av Silvio Berlusconi eller Rupert Murdoch's imperier og eierpraksis.

Anerkjenner man imidlertid hvordan eierskap i dagspresse og kringkasting praktiseres i Skandinavia - og observerer man det faktum at avislesning i de nordiske landene ligger i verdenstoppen – så er premissene for loven etter vår oppfatning lagt på et feilaktig grunnlag, slik det også er redegjort for tidligere i denne høringsuttalelsen.

Den dypere respekten for redaksjonens frie stilling er en sentral årsak til nordiske avishus' suksess og høye opplag: Nyhetsmedier lever av å selge tillit og troverdighet. Bryter man med troverdigheten, sager man av den grenen man sitter på.

Denne erkjennelsen er for Schibsteds del så grunnleggende at den er nedfelt i selskapets formålparagraf og garantert over tid av Stiftelsen Tinius. Stiftelsen er også en garanti for at Schibsted forblir på norske hender. Schibsted er ”dobbelts beskyttet” gjennom kombinasjonen av Tinius-stiftelsens eksistens og selskapets vedtekter, idet ingen kan oppnå stemmerett for over 30 prosent av aksjene.

En lov som ikke tar høyde for disse faktorene, er etter vårt syn lite tilpasset den norske og nordiske medievirkeligheten.

I de fleste modne bransjer tvinges de store aktørene av markedet til å differensiere sin produktportefølje. Dette gjelder også avisbransjen, og i dag kan man derfor se porteføljer som tidligere var helt utenkelige nettopp fordi eierskapet den gang ofte var ideologisk, og ikke forretningsmessig, fundamentert: A-pressen eier i dag tradisjonelt konservative aviser i Norge, mens Schibsted kontrollerer så politisk forskjellige aviser som Svenska Dagbladet (konservativ) og Aftonbladet (sosialdemokratisk) i Sverige. Med et slikt perspektiv kan man si at vernet om ytringsfriheten og mangfoldet i dagspressen snarere er styrket enn svekket de senere år.

Den profesjonalitet som kreves for å styre et så stort produktspekter betinger store og industrielle eiere, som er mer opptatt av hva markedet synes om produktene enn om innholdet reflekterer eiernes politiske overbevisning. Det er ikke grunnløst å si at den eierskapskonsentrasjon som har funnet sted blant nordiske medier har vært en forutsetning for at mangfoldet og gjennomslagskraften til den nordiske dagspressen har opprettholdt et nivå som i et internasjonalt perspektiv er unikt høyt.

Medieeierskapsloven er derfor et hinder for profesjonalisering av norske medier - en profesjonalisering som er en forutsetning for at nordmenn fortsatt skal være på verdenstoppen når det gjelder nyhetskonsument.

I Norge og Sverige har vi i dag en unik situasjon fordi vi faktisk har store nyhetsinstitusjoner på internett som samler og setter dagsorden blant de mest populære nettstedene. I de fleste andre land er ikke dette tilfelle. Norske VGs og svenske Aftonbladets nettutgaver ville *i absolutte tall* vært blant de ti største nettstedene for nyheter i USA – et marked som er henholdsvis 66 og 33 ganger så stort som det norske og svenske. Det er koblingen til etablerte mediehus og en vilje til nyskaping og innovasjon i disse selskapene som har gjort dette mulig.

Vi vet atskillig om hvordan morgendagens medielandskap vil se ut:

- Vi vet at antallet radio- og fjernsynskanaler vil mangedobles når de digitale bakkenettene er fullt utbygget.
- Vi vet at stadig større andeler av innholdet vil distribueres i format tilpasset IP (Internett Protokoll), det vil si at det kan distribueres til enhver terminal som er koblet til et fast eller trådløst nettverk (det være seg et digitalt bakkebasert fjernsyns- og radionett, mobiltelefonnettet, det tradisjonelle telefonnettet, kabel-TV eller digitalt satellittfjernsyn osv.).
- Vi vet at majoriteten av mobiltelefoner som selges i dag også er internett-terminaler som kan brukes til å motta både levende bilder og radio formidlet over Internett, og til å lese nettaviser. Vi vet at lesingen av tradisjonelle papiraviser er på vei ned.
- Vi vet at mediebruken vil fortsette å fragmenteres. Vi vet at kampen om mediens primære finansieringskilde, annonsekronene, vil bli enda hardere, og at en stor del av annonsekronene er i ferd med å forsvinne som finansieringskilde for innholdsproduksjon, blant annet til direktoreklame som distribueres med posten – fordi mange aviser ikke lenger kan tilby tilstrekkelig distribusjon/rekkevidde.
- Internett er ikke et eget medium. Det er en standard for distribusjon (IP) som etter hvert vil være tilgjengelig på alle elektroniske plattformer. Vi vet at det både er, og i sterkere grad vil bli, like naturlig for en avis, radiokanal eller en fjernsynsstasjon å vurdere disse plattformene som kanal for spredning av sitt innhold, som det i dag er å bruke avisbud til å levere avisen eller Norkring til å levere fjernsynssignaler.

Medieeierskapsloven bestemmelser bygger på en antagelse om at det er klare grenser mellom de ulike delmarkedene, at hvert delmarked har en intern sirkulasjon av midler som er 'konstant' eller økende, og at konkurransen mellom mediene og de ulike markedene over tid blir mindre. Virkeligheten er imidlertid motsatt.

Det naturlige sammenligningsgrunnlag for departementets avveining vedrørende eierskap i medier burde etter vår oppfatning være Skandinavia eller Norden. Dette er land som ligner Norge i både størrelse, kultur og ikke minst tradisjoner for utøvelse av eierskap i medier. Det er ikke i Norden vi finner lokale eksempler på skremselsbildene som manes fram av Rupert Murdoch og Silvio Berlusconi. Derimot finner vi gode eksempler på profesjonelle medieeiere som har tradisjon for å respektere den redaksjonelle friheten.

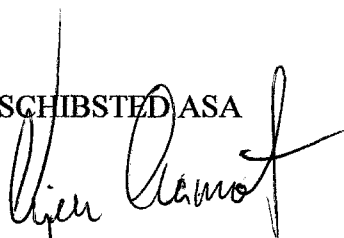
Våre nærmeste naboer har ikke noen egen regulering av eierskap i medier, med unntak av visse konsesjonsbetingelser for radio og TV.

Er det rimelig at Norge skal ha et tilsynelatende større behov for regulering av medieeierskap enn våre naboland? Hvilke konsekvenser får det at norske medieaktører får helt andre spilleregler i sitt hjemmemarked enn sine nærmeste konkurrenter – all den tid de norske, svenske, danske og finske aktørene i stadig større grad konkurrerer i hverandres marked, både geografisk og med de samme medieprodukter?

La oss avslutningsvis oppsummere i forhold til det utsendte høringsnotat:

- Schibsted mener at den foreslåtte ”terskelgrensen” på 33 prosent for eierskap ikke bør gjeninnføres.
- Schibsted mener at grenseverdier for eierskap i medier bør fastsettes i henhold til retningslinjene i den ordinære konkurranselovgivningen.
- Schibsted mener at eierskap må vurderes for seg i hvert ”mediemarked”, og støtter ikke forslag om regler mot krysseierskap. Departementets forslag innebærer dessuten i kombinasjon med gjeninnføringen av 1/3-grensen en betydelig innskrenkning av rammebetingelsene i næringen, og vil hindre mulighet for naturlig utvikling.
- Schibsted mener forslagene til endringer i medieeierskapsloven – dersom de blir vedtatt helt eller delvis - vil gi tilsynsmyndigheten, Medietilsynet, så vide fullmakter at dagens klagenemnd som siste appellinstans ikke vil være tilstrekkelig betryggende. Schibsted mener at departementet må gis adgang i loven til å overprøve klagenemnda, slik at det kan være mulig å foreta justeringer av måten loven håndheves på dersom det skulle vise seg å være nødvendig.

SCHIBSTED ASA



Kjell Aamot
Konsernsjef



Jan Erik Knarbakk
Konserndirektør