 

  

Til Familie- og kulturkomiteen 30.10.17

# Status for mediebransjen

* Stort mediemangfold landet rundt
	+ 2016: 227 aviser, mer enn 200 fagblader, rundt 65 magasiner.
	+ 2016: 200 aviser hadde et digitalt opplagstall. Det samlede digitale opplaget var 1 498 000, dvs. 74 prosent av totalopplaget[[1]](#footnote-1), mens det var 903 000 (186 aviser) i 2014.[[2]](#footnote-2)
* Bransjen lykkes i brukermarkedet
	+ Langvarig nedadgående opplagstrend er snudd: 92 aviser økte i 2016.
	+ Digitalopplag øker kraftig.
* Hovedutfordringen er annonsemarkedet
	+ I løpet av bare tre år, 2013 – 2016, mistet avisene 2,5 mrd. kr.
	+ Prognose viser ytterligere tap fremover.
	+ Digital annonsering øker, men veksten går til Google og Facebook.
* Mange mediehus klarer å opprettholde lønnsomhet, men …
	+ Omfattende kostnadskutt og rasjonalisering
	+ Kutt går nå ut over det redaksjonelle produktet, det oppstår blindsoner geografisk og tematisk.

# Mediemangfoldsutvalgets konklusjon (NOU 2017: 7 *Det norske mediemangfoldet*)

«I dagens og de nærmeste årenes situasjon er ikke mediepolitikk bare mediepolitikk, men demokrati- og mediepolitikk. […]

Utvalgets største bekymring er at for mye av den samfunnsviktige journalistikken vil bli bygget ned og forsvinne i løpet av den korte tiden som nå eksisterer, før bærekraftige forretningsmodeller eventuelt viser seg å kunne finansiere den. Det er en risiko samfunnet ikke bør ta. […]

Utvalget ber norske politikere om å endre mediepolitikken og oppgradere ambisjonene med de offentlige ordningene så raskt som mulig, og med mye høyere tempo enn hittil.»

# Kulturdepartementet Prop. 1 S (2017 – 2018) Kap. 335 Mediestøtte, post 71 Produksjonstilskudd

Kulturdepartementets budsjettforslag innebærer i praksis at post 71 Produksjonstilskudd kuttes med 25,7 mill. kr, fordi forslag om 7 mill. til innovasjonsordning forbeholdt lokalaviser skal tas fra post 71. Lokalavisene skal skjermes fra kuttet, og de avisene som får kutt vil rammes hardt. Omregnet i journaliststillinger utgjør det foreslåtte kuttet 30 – 40 stillinger, noe som tilsvarer to store lokalavisredaksjoner.

Ved å sammenligne tilskuddet ved inngangen av denne stortingsperioden, og inflasjonsjustere til utgangen av perioden og hensyntatt den nye gruppen av aviser i ordningen fra 2016 (nasjonale ukemedier, som tok med seg omtrent 15 mill. fra Kulturrådet inn i ordningen), skulle støtten for 2018 vært omtrent 75 mill. kr høyere enn forslaget (manglende inflasjonsjustering er omtrent 50 mill.).

I det minste bør tilskudd for 2018 derfor inflasjonsjusteres fra 2017.

I den krevende situasjonen avisene er i, med sterkt fallende annonseinntekter og overgang til digitale forretningsmodeller, må ikke produksjonstilskuddet kuttes.

***Vi ber om at bevilgningen for 2018 opprettholdes på inflasjonsjustert (KPI 1,8 %, 5,6 mill.) 2017-nivå, 325,6 mill., medregnet 7 mill. til innovasjonsstøtte.***

# Utrede tidsavgrenset fritak for arbeidsgiveravgift for nyhets- og aktualitetsmedier

Mediemangfoldsutvalget peker på at det haster med å iverksette tiltak. Derfor ber vi komiteen allerede nå medvirke til en utredning av tiltaket.

***Vi ber komiteen medvirke til at et tidsavgrenset fritak for arbeidsgiveravgift for nyhets- og aktualitetsmedier blir utredet raskt.***

# Prop.1 LS (2017 – 2018) FOR BUDSJETTÅRET 2018 Skatter, avgifter og toll 2018

# 37 Digital journalistikk – anmodningsvedtak nr. 108 punkt 44 (2016 – 2017)

I 2016 ble det innført mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester. Et mva-fritak for digitalt nyhets- og aktualitetsinnhold er av stor betydning for bransjen, fordi det igjen knytter fritaket til innhold og ikke distribusjonsform, innhold som er viktig for et velfungerende demokrati.

Avgrensningen av et slikt fritak må være prinsipiell og fremtidsrettet, og også såkalt smale medier med nyhets- og aktualitetsinnhold er viktige for den gode offentlige samtalen. Avgrensningen som ble gjort i forskrift og gjennom Skattedirektoratets rundskriv er for snever, og vi ber derfor om justering av denne.

Mva-fritaket har siden slutten av 60-tallet eksistert for både papiraviser og tidsskrifter. Reglene er nå et betydelig hinder for innovasjon og digitalisering i medier som dekker få stoffområder, men dekker dem i dybden. Også salg av enkeltartikler må fritas, det er et tilbud mediene ønsker å gi brukerne, og som kan bidra til at flere blir abonnenter.

***Vi ber komiteen medvirke til at eksisterende mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester justeres, slik at alle nyhets- og aktualitetsmedier og salg av enkeltartikler omfattes.***

1. Opplag telles på fire måter: 1) rent papiropplag, 2) rent digitalopplag, 3) samlet digitalopplag (rent digitalopplag + komplettopplag) og 4) totalopplag (komplettopplag + rent digitalopplag + rent papiropplag). Dette tallet er 3). Komplettopplag er abonnement med både papirutgave og digitalutgave(r). [↑](#footnote-ref-1)
2. *Avisåret 2016*: Sigurd Høst, Rapport nr. 84/2017, Høgskulen i Volda. [↑](#footnote-ref-2)