

Stortingets finanskomite  
*finans@stortinget.no*

15.05.2020

### Innspill til revidert nasjonalbudsjett 2020 fra en samlet mediebransje

*Norsk Presseforbund (NP) er paraplyorganisasjon for frie redaktørstyrte medier.*

*Mediebedriftenes Landsforening representerer 321 bedrifter med 8800 årsverk; 201 mediehus (185 aviser (148 lokalaviser) - kommersiell allmennkringkasting - magasiner - lokal-tv).*

*Norsk Journalistlag organiserer ca. 6000 redaksjonelle medarbeidere, også ledere og frilansere, som har journalistikk som yrke, og ca. 600 studenter.*

*Norsk Redaktørforening (NR), organiserer ca. 760 norske redaktører fra alle typer nyhets- og aktualitetsmedier.*

*Landslaget for lokalaviser (LLA) er interesseorganisasjonen for over 110 lokalaviser landet rundt.*

*Fagpressen organiserer 220 fag- og dybdemedier.*

*Norsk Lokalradioforbund organiserer 126 lokalradiokonsesjonærer over hele landet.*

Vi viser til Prop. 117 S (2019–2020) *Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet 2020*, 2.3 Kulturdepartementet, kap. 335 Medieformål, post 71 Mediestøtte. Her vises det til anmodningsvedtak 496 (2019–2020) fattet av Stortinget 7. april 2020:

«Stortinget ber regjeringen vurdere en egen kompensasjonsordning bedre tilpasset mediernes spesielle inntektsstruktur og raskt komme tilbake til Stortinget med forslag om dette.»

Det er positivt at regjeringen nå fremmer forslag om å etablere et krisetiltak for mediene, som er hardt rammet av koronakrisen. Vi vil kommentere forslaget og betydningen et godt og treffsikkert tiltak vil ha for mediene og samfunnet.

### Våre innspill

- Forslaget burde vært behandlet som et koronatiltak og ikke som en del av revidert nasjonalbudsjett.
- For at mediene skal kunne opprettholde journalistisk virksomhet, slik regjeringen har gitt uttrykk for, må tiltaket være både treffsikkert og gi tilstrekkelig støtte.
- Vi mener en ordning med kompensasjon for bortfall av annonseinntekter vil være vesentlig mer treffsikker, innebære langt færre krevende avveininger, være enklere å administrere både for myndighetene og mediene, og ikke minst være mer forutsigbar og dermed innebære langt lavere risiko for mediene. Vårt forslag er slik:
  - En annonsekompensasjonsordning for alle medier underlagt lov om redaksjonell fridom i media.
  - Ramme på 400 – 600 mill. kr, eller en overslagsbevilgning (som gir hjemmel til å overskride bevilgningen mot etterfølgende framlegg for Stortinget).
  - Gjeldende for perioden 15. mars til 30. juni, med åpning for forlengelse ved behov.
  - Kompensasjon måned for måned, basert på samme måned i 2019.

- Grenseverdi på minimum 20 prosent annonseinntektstap per måned, og 80 prosent av tapt annonseinntekt kompensert.
- Dersom Stortinget likevel skulle vedta det fremlagte forslaget mener vi det må endres på følgende punkter:
  - Gjeldende fra 15. mars til 30. juni, med åpning for forlengelse ved behov.
  - Hver måned må sees for seg, med maksimumsbeløp på 10 mill. kr per bedrift per hele måned og et tak på 30 mill. kr per bedrift for hele perioden. Hele perioden blir for lang med tanke på likviditet, og annonseinntekter svinger også mye fra måned til måned.
  - Grenseverdiene for å falle inn under ordningen bør være lavere enn henholdsvis 20 og 15 prosent omsetningstap grunnet mediernes spesielle inntektsstruktur. Se også siste punkt.
  - Kompensasjonsgraden må økes til 80 prosent.
  - Fratrekk for permitteringspenger for permitterte journalister bør utgå dersom man, etter politisk beslutning og før utbetaling, tar permitterte journalister tilbake i jobb.
  - Produksjonstilskudd må holdes utenfor beregning av omsetning, fordi forslaget er ment å kompensere for markedssvikt.
  - Det må være en overslagsbevilgning (som gir hjemmel til å overskride bevilgningen mot etterfølgende framlegg for Stortinget), slik at man ikke risikerer avkortning dersom behovet viser seg å være større enn 300 mill. kr.

### **Behovet for et treffsikkert og tilstrekkelig krisetiltak for mediene**

Dette handler ikke om å opprettholde mediebransjen som næring. Det handler om at vi i Norge både underveis og etter krisen skal ha et nødvendig mangfold av frie og uavhengige medier som informerer, avslører og sørger for at ulike stemmer slipper til i debatten. Krisen har tydeliggjort nøkkelrollen redaktørstyrte, journalistiske medier har i samfunnet. Det er gjennom disse mediene befolkningen får informasjon om hva som skjer, og det er disse mediene som holder et kritisk øye med hvordan ansvarlige myndigheter håndterer krisen og som fungerer som en arena for debatten om hva og hvordan ting skjer – funksjoner som gjerne kalles mediernes samfunnsrolle.

Medietilsynets undersøkelse viser også at befolkningens tillit til redaktørstyrte mediers dekning av koronakrisen er høy og økende<sup>1</sup>. Ingen sak har noensinne fått større mediedekning – og mediebruken har sprengt alle rekorder<sup>2</sup>.

Samtidig stuper paradoksalt nok mediernes annonseinntekter. Selv om de digitale brukerinntektene øker noe, kompenserer ikke dette for bortfallet av annonser. Medietilsynets beregninger viser en annonsesvikt på 930 millioner kroner for perioden mars – mai<sup>3</sup>, og krisen er på ingen måte over i mai. Ferske tall fra Mediebarometeret viser at reklameomsetningen i april falt med nærmere 50 prosent sammenliknet med samme måned i 2019<sup>4</sup>.

Utfordringen bransjen nå står overfor er sammensatt. For det første ser vi verken enden på krisen eller når mediernes arbeidssituasjon kan normaliseres. For det andre vet ingen hvilke strukturelle endringer den vil føre til i bruker- og annonsemarkedene, og hvilke følgekonsekvenser det får for mediernes 'økosystem'. Fortsatt er det slik at mange av de tradisjonelle avishusene får rundt 50 prosent av inntektene fra annonser. Dersom endringene som vi ser under koronakrisen er et forvarsel om hva framtiden vil by på, vil mediene stå overfor store utfordringer med å ivareta sitt samfunnsansvar – og myndighetene vil stå overfor store utfordringer med å ivareta

<sup>1</sup> <https://medietilsynet.no/om/aktuelt/nyhetene-fra-nrk1-og-tv-2-har-hoyest-tillit-under-korona-utbruddet/>

<sup>2</sup> <https://www.medier24.no/artikler/korona-pandemien-mest-omtalt-i-norske-medier-noen-sinne/491496>

<sup>3</sup> <https://medietilsynet.no/om/aktuelt/lokalradioene-taper-mest-pa-korona-situasjonen/>

<sup>4</sup> <https://journalisten.no/annonseomsetning-covid-19-korona/april-ble-katastrofe-maned--jeg-kan-ikke-huske-a-ha-sett-en-storre-nedgang/412934>

infrastrukturkravet som følger av Grunnloven §100, 6. ledd: «Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.»

Mange medier har enten begynt å permittere medarbeidere eller vurderer å permittere. Dersom redaksjonelle medarbeidere permitteres, vil det raskt føre til at mediene ikke vil være i stand til å utføre sine oppgaver, med store negative konsekvenser for publikums mulighet til å få tilgang til fri og uavhengig journalistikk, og særlig lokale nyheter. Vi har allerede sett at flere lokalaviser har permittert deler av sin redaksjonelle stab. Det gjør at de som har få ressurser fra før blir enda mindre i stand til å utføre samfunnsoppdraget.

Bransjen har selv satt i verk en rekke innsparingstiltak, hvor hovedfokus er å skjerme de redaksjonelle ressursene. Konsern og enkeltbedrifter avstår også fra utbytte og bonuser.

I denne spesielle situasjonen er også papiraviser viktige, fordi hovedmålgruppen er eldre og dermed en risikoutsatt gruppe. Skal disse utgivelsene kunne fortsette, er det avgjørende med tiltak som har umiddelbar effekt og som raskt kan iverksettes.

*Randi S. Øgrey, adm.dir. Mediebedriftenes  
Landsforening*

*Hege Iren Frantzen, leder Norsk Journalistlag*

*Arne Jensen, generalsekretær Norsk  
Redaktørforening*

*Tomas Bruvik, generalsekretær Landslaget for  
lokalaviser*

*Per Brikt Olsen, adm.dir. Fagpressen*

*Elin Floberghagen, generalsekretær Norsk  
Presseforbund*

*Pål Lomeland, daglig leder Norsk  
Lokalradioforbund*