

Til Kulturdepartementet

23. juni 2020

Innspill til statsbudsjett 2021 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. 8000 medlemmer med journalistikk som yrke, også ledere og frilansere, 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.

Mediene er demokratiets infrastruktur. Nyhetsformidling og offentlig samtale formidlet gjennom redaksjonelle medier er sentralt for et avansert, kunnskapsbasert demokrati. Regjeringen peker på det samme i Prop. 67 S (2019 – 2020) fra Finansdepartementet, hvor følgende står (s. 27-28): «Redaktørstyrte medier er en viktig grunnstein i et demokratisk og fritt samfunn, og har en viktig rolle i norske lokalsamfunn.»

Et mangfold av lokale, regionale og nasjonale medier som informerer om det som skjer og avdekker kritikkverdige forhold, er helt sentralt i et demokrati. Mediepolitikk handler ikke om å opprettholde mediebransjen som næring. Det handler om at vi i Norge skal ha frie og uavhengige medier som informerer, avslører og sørger for at ulike stemmer slipper til i debatten.

Koronakrisen har vist dette med all mulig tydelighet. Folks bruk av redaksjonelt innhold har økt kraftig, og vi har sett betydningen av troverdig, redigert nyhetsformidling og debatt. En åpen og opplyst offentlig samtale er viktig for tilliten i samfunnet. En god samfunnsutvikling krever et velfungerende mediemangfold. Dette vil også ha effekt i kampen mot 'falske' nyheter, konspirasjoner og desinformasjon. Derfor må politikken for gjenoppbygging etter krisen inneholde statlige mediepolitiske tiltak som sikrer mediemangfoldet landet rundt.

Tiltak

Det er behov for nye tiltak som virker bredt, i tillegg til en styrking av dagens mediestøtte. Allerede før koronakrisen stod mediene i en situasjon hvor de på få år har mistet milliarder i annonseinntekter, og endringstakten og digitalisering i bransjen var og er høy. Krisen har virket som en akselerator og forsterker av denne utviklingen. De økonomiske tapene denne våren er permanente. Følgekonsekvensene vil ha effekt gjennom hele 2021, og trolig i flere år fremover, og vil med stor sannsynlighet ha strukturelle effekter på annonseinntektene i retning av ytterligere digitalisering. Enkelte annonsører kan også rett og slett forsvinne.

Det er derfor behov for nye, brede, indirekte og mest mulig konkurransenøytrale tiltak slik at journalistikken kan opprettholdes samtidig som arbeidet med å etablere en bærekraftig digital forretningsmodell fortsetter:

- Midlertidig fritak for arbeidsgiveravgift. Dette er et tiltak som vil være tydelig innrettet mot å styrke norsk innholdsproduksjon og mangfold. Det vil redusere mediebedrifters bemanningskostnader vesentlig. Det bør i første omgang gjelde i tre år, og evalueres i perioden. I Meld. St. 29 (2016 – 2017) *Melding til Stortinget. Perspektivmeldingen 2017* skriver Finansdepartementet at «Den differensierte arbeidsgiveravgiften er et eksempel på et virkemiddel som er direkte rettet mot det en ønsker å gjøre noe med.» Samme sted peker departementet også på andre fordeler med virkemiddelet:
 - «Ordningen er forutsigbar fordi den er tilgjengelig for alle bedrifter [...] og ligger fast over et lengre tidsrom.
 - Ordningen med differensiert arbeidsgiveravgift er et ubyråkratisk virkemiddel som er direkte rettet mot målet om å styrke sysselsettingen [...].»
- Et alternativt virkemiddel er midlertidig skattefritak for en andel av redaksjonelle kostnader, som man høster erfaring med i Canada. Leterefusjonsordningen innen oljesektoren er et eksempel på en slik ordning som er etablert. Under ordningen vil mediene gis skattefritak dersom de er i skatteposisjon, og pengene utbetales dersom de ikke er i skatteposisjon. En slik ordning vil være innrettet direkte mot målet om å ha tilstrekkelig redaksjonell bemanning.
- Utvide mva-fritaket til å gjelde all digital journalistikk for medier som omfattes av lov om redaksjonell friidom i media. Dette vil styrke norsk innholdsproduksjon vesentlig.

Det er også behov for å styrke direkte virkemidler:

- Generell styrking av mediestøtten. Det vil være behov for å styrke den direkte mediestøtten, som er innrettet mot mindre lokalaviser og medier med særskilte behov.
- Økt tilgang til innovasjonsmidler/utviklingsmidler. Ordninger hvor mediebedrifter kan søke slike midler må styrkes.
- Videreutvikle og styrke dagens ordninger for kompetansestøtte.
- Avisdistribusjon er en sentral rammebetingelse, som må være forutsigbar og opprettholdes så lenge det er et behov hos abonnentene og mediehusene. Myndighetene må legge til rette for at abonnenter som ønsker kan få levert papiravis på utgivelsesdagen over hele landet.

Vi utdyper gjerne forslagene i møte med departementet.

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