



**Kultur- og likestillingsdepartementet**

Vår dato 31.10.2022  
Deres dato 07.09.2022  
Vår referanse  
Deres referanse 22/4239

## Høringsuttalelse om forslag til endring av innovasjons- og utviklingstilskuddsordningen

*Mediebedriftenes Landsforening (MBL) skal bidra til å styrke og verne ytringsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten, som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal styrke og verne de publisistiske verdier som representeres av redaktørplakaten og Vær Varsom-plakaten.*

*MBL skal bidra til at et mangfold av økonomisk sunne medier kan fungere som det åpne samfunns arena for fri informasjon, samfunnskritikk og debatt.*

*MBL representerer 325 medlemsbedrifter med ca. 10.000 ansatte: 210 mediehus, herunder 190 aviser hvorav 150 er lokalaviser. Andre mediehus er kommersiell allmennkringkasting, magasiner og lokal-tv. MBL representerer også virksomheter tilknyttet mediehusene, bl.a. avistrykkerier og distribusjonsselskaper.*

Vi viser til høringsbrev datert 7. september 2022, og e-post der vi gis utsettelse til 2. november.

### Oppsummering

- Overordnet mener MBL at innovasjons- og utviklingstilskuddet må videreutvikles. Det er et viktig tiltak for de mindre mediehusene.
- MBL støtter i prinsippet å åpne opp ordningen for flere fagmedier, og vi er enig i den avgrensingen departementet foreslår. Vi kan imidlertid ikke støtte en utvidelse i praksis uten at ordningen også tilføres mer penger.
- MBL er enig i at støtten for prosjekter som retter seg mot små, lokale nyhets- og aktualitetsmedier, kan utgjøre inntil 75 prosent av prosjektkostnadene.

### Om mediernes samfunnsrolle, medieutviklingen og rammebetingelser

Mediemangfold og en sterk offentlighet i hele Norge er forutsetninger for et levende demokrati. Redaktørstyrte journalistiske medier spiller en unik rolle i folks liv, og i demokratiet. Under pandemien ble det særlig tydelig hvor viktig redaktørstyrte medier er for å gi informasjon, innsikt og oversikt. Norge er i den heldige situasjon at vi har et stort mediemangfold med blant annet rundt 190 lokalaviser og en rekke solide regionale og nasjonale medier. Dette er viktig for den offentlige samtalen, deltakelse i demokratiet og tilliten i samfunnet vårt.

En viktig grunn til dette er en aktiv, bred politisk vilje til å lage forutsigbare og fremtidsrettede rammer, i tråd med statens ansvar for å «legge til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale» (Grunnloven § 100).

Dette er en viktig grunn til at mediene i Norge er blant de fremste i verden på digitalisering. Avisene har mer enn 1,4 millioner rene digitale abonnemeter. Flere nye, store og små nettaviser er lansert. Det jobbes svært godt med digitalisering, men det er også slik at de store avisene er

kommet lengst. Mange lokalaviser er mer papiravhengige. Avisene er plattform-agnostiske, de leverer innhold på alle de plattformene brukerne ønsker, inkludert papir.

Men det er store utfordringer fremover. Kostnadene øker, og inntektene er under press. Tradisjonell distribusjon er fremdeles en svært viktig del av forretningsmodellen og gir store inntekter, men er sårbar og stadig dyrere. Papiroplagene synker med rundt 10% årlig og prisen på avisepapir er mer enn doblet siden 2020. I høst har det vært stagnasjon i opplagsutviklingen og nedgang i de samlede annonseinntektene for avisene.

Vaner og forventninger endres stadig raskere, med økende generasjonsforskjeller, hvor yngre generelt foretrekker lyd og levende bilder, mens eldre generelt foretrekker tekst og stillbilder. For å kunne lage tilbud til alle grupper er det nødvendig at mediene har gode, forutsigbare og fremtidsrettede rammer.

Det er ingen garanti for at norske medier klarer å bevare sin samfunnsrolle og evne til å finansiere journalistikken. Tvert imot. Denne rollen er under stort og økende press i møte med den raskt økende globale konkurransen. Globale teknologigiganter – som ikke er underlagt redaktøransvar og som ikke leverer journalistisk innhold – vinner stadig mer av folks tid og dermed også annonseinntekter. Mens avisene har digitale annonseinntekter på 2,7 mrd. er tek-gigantene beregnet å passere 10 mrd. i år.

Mediepolitikken må derfor være offensiv, og virkemidlene må sees i sammenheng og gi utviklingsmuligheter.

### **Om innovasjons- og utviklingstilskuddet til medier**

Overordnet mener MBL at innovasjons- og utviklingstilskuddet må videreutvikles, og stimulere til samarbeid. Det er et viktig tiltak for de mindre mediehusene. Det er mediehus utenfor større konsern, eller uten tilknytning til slike, som har de største utfordringene med overgang til en mer digital forretningsmodell. Disse aktørene står overfor de samme utfordringene som de store mediehusene og konsernene. De er nødt til å gjennomføre innovasjons- og utviklingsprosjekter, samtidig som de må gjennomføre kostnadsutt, omstilling og endring av forretningsmodeller på grunn av endringer på annonse- og brukermarkedet. Det er derfor bra at ordningen i første omgang er tenkt å fremme innovasjon hos disse. Det bør også vurderes hvordan ordningen kan bidra til kompetanseutvikling som styrker innovasjonsgjennomføringen.

### **Om forslagene**

I høringsnotatet fremgår at hensikten med forslaget er å styrke oppnåelsen av forskriftens formål om å fremme mediemangfold og en opplyst offentlig samtale gjennom å stimulere til redaksjonell, innholdsrettet innovasjon. Det er positivt og viktig, fordi mediehusene er avhengige av innovasjon for å kunne oppfylle sin samfunnsrolle. For at mediene skal være aktuelle og attraktive for brukerne, særlig de unge, er det nødvendig med kontinuerlig innovasjon og utvikling. Det gjelder for eksisterende produkter, og ikke minst for å være rustet for fremtiden.

For det første foreslås det å utvide ordningen til å inkludere nyhets- og aktualitetsmedier som inneholder et bredt tilbud av nyhets-, aktualitets- og debattstoff om politikk, økonomi eller samfunnsniv. Dette vil åpne for at flere fagmedier kan søke om støtte enn før.

Det foreslås å presisere at publikasjonen må ha et innhold som er innrettet mot et allment publikum. Det støtter MBL. Med dette menes ikke at innholdet må være rettet mot eller være

relevant for alle og enhver, men at innholdet må være forståelig for den allmenne borger og ha offentlig interesse utenfor den smale nisjen/bransjen publikasjonen skriver om og for. Publikasjoner som dekker én næring eller bransje, vil etter dette kunne få tilskudd etter ordningen, forutsatt at publikasjonens journalistiske dekning er innrettet mot et allment publikum.

Vi har to likeverdige synspunkter på utvidelsen. MBL støtter i prinsippet å åpne opp ordningen for flere fagmedier, men vi kan imidlertid ikke støtte en utvidelse i praksis uten at ordningen også tilføres mer penger.

Også andre fagmedier enn de departementet mener skal kunne omfattes av ordningen vil kunne gi viktige journalistiske bidrag til samfunnet, men det er viktig å hegne om at ordningen skal bidra til en opplyst offentlig samtale. Mottakerne må derfor i en viss forstand ha allmennheten som nedslagsfelt.

For det andre foreslås det å endre kravet om offentlig støtte, slik at støtten for prosjekter som retter seg mot små, lokale nyhets- og aktualitetsmedier, kan utgjøre inntil 75 prosent av prosjektkostnadene. Det støtter vi.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Randi S. Øgrey". The signature is stylized and overlaps the printed name below it.

Randi S. Øgrey

Adm. dir.