



Samferdselsdepartementet

Vår dato 20.01.2026

Deres dato 07.11.2025

Vår referanse

Deres referanse 25/4603

Høringsuttalelse om forslag til ny postlov

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 ca. 340 medlemsbedrifter med ca. 10.000 ansatte: ca. 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. Medlemsavisene representerer ca. 97 % av det norske avisopplaget.

Norsk Journalistlag (NJ) er både en fagforening og en mediepolitisk organisasjon for redaksjonelle medarbeidere i redaktørstyrte medier, frilansere og de som utdanner seg til å bli journalister. NJ ivaretar medlemmenes journalistfaglige interesser, og verner om den redaksjonelle uavhengigheten og ytringsfriheten. NJ har om lag 8 700 medlemmer over hele landet.

Distribusjon viktig for demokrati og beredskap

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Norsk Journalistlag (NJ) viser til Samferdselsdepartementets høringsnotat om forslag til ny postlov, som følger opp Postutvalgets rapport om fremtidens posttjenester.

Uttalelsen er avgrenset til spørsmål som er av særlig betydning for redaktørstyrte medier, med vekt på avisdistribusjon, ytringsfrihet, demokrati og beredskap.

I en urolig og uforutsigbar tid er det tydelig at mediepolitikk er demokratipolitikk. Med økende desinformasjon og propaganda er redaktørstyrte medier avgjørende for tillit, beredskap og motstandskraft i befolkningen. Fri, redaktørstyrt journalistikk er viktigere enn noen gang. Men journalistikk har først betydning når den blir lest, sett eller hørt – av flest mulig, mens den er relevant. Distribusjon er derfor viktig.

Offentligheten oversvømmes av uredigert kommunikasjon, som øker risikoen for feilinformasjon. Algoritmene i sosiale medier forsterker innhold som skaper engasjement – uten verifisering eller redaktørstyring. Det er mulig å spre falsk informasjon raskere enn sann informasjon, noe som gir handlingsrom for aktører som ønsker å svekke samfunnets tillit. Redaktørstyrte medier er en avgjørende motvekt mot strømmen av feilinformasjon og desinformasjon.

Norge har et godt utgangspunkt, men mediemangfoldet er under press. Selv om norske redaktørstyrte medier er verdensledende i digitalisering av innhold og forretningsmodell, har de ikke, med få unntak, fått etablert en bærekraftig, heldigital forretningsmodell.

Departementet skriver at «Postsektoren er i stadig endring og preges i dag av et marked der antallet fysiske brev og papiraviser er sterkt fallende ...» Det er riktig at antall distribuerte papiraviser faller, men betydningen av papiraviser er fremdeles svært stor. Et stort antall abonnenter i spredtbygde strøk er avhengige av statlige distribusjonsanbud for å kunne motta avis på lik linje med abonnenter i sentrale strøk. Vi vil fremheve at departementet peker på at «Der brukernes rettigheter ikke ivaretas av markedet, vil staten sette inn avbøtende tiltak og inngå avtaler med, eller utpeke, tilbydere av posttjenester.» Dette er sentralt, og avbøtende tiltak for avisene må være dimensjonert slik at avisenes og abonnentenes behov ivaretas på en best mulig måte.

Medietilsynets beregning viser at i 2024 bidro papiravisen med 1,4 mrd. kr til abonnementsavisenes samlede driftsresultat. Det samme året var det samlede driftsresultatet i bransjen 457 mill. kr før statlige tilskudd. Gjennomsnittlig er 46 prosent av avisenes inntekter knyttet til papiravisen. Også i årene som kommer vil papiravisen ha stor betydning for avisøkonomien. I særlig grad gjelder dette for lokalaviser.

Staten har etter Grunnloven § 100 sjette ledd et ansvar for å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale. Dette infrastrukturansvaret innebærer også et ansvar for rammevilkår som gjør det mulig for redaktørstyrte medier å nå befolkningen over hele landet.

Da postloven ble endret og Postens omdelingsfrekvens ble 2,5 dag per uke, ga Stortingets transport- og kommunikasjonskomité klart uttrykk for at alle, uansett hvor de bor, skal kunne motta papiravis på lik linje med de som bor sentralt.

Det er dette som er bakteppet for statlige distribusjonsanbud.

En utfordrende digital økonomi

Avisene kjenner sterkt på de grunnleggende utfordringene i den digitale økonomien, preget av global konkurranse og en «vinneren-tar-alt»-logikk. Dette merkes i kampen om oppmerksomhet, annonseinntekter, samt distribusjon av apper og innhold på store plattformer. Økonomien knyttet til papirutgaver er derfor fremdeles svært viktig.

De kommende årene blir krevende. En viktig oppgave fremover er å sikre det norske mediemangfoldet i en tid der økonomien i mediehusene er under økende press. Situasjonen vil bli langt mer krevende om to til tre år. Mye står på spill om vi ikke lykkes.

Om forslagene

Avvikling av leveringsplikt

Departementer foreslår å avvikle dagens system med leveringspliktige posttjenester. Det innebærer at det ikke lenger skal finnes én eller flere «leveringspliktige tilbydere», og at innholdet i leveringsplikten (hva, hvor og hvor ofte) ikke skal være fastsatt direkte i loven. Leveringsplikt erstattes av «avbøtende tiltak».

Forslaget innebærer en ny modell der markedet skal levere posttjenester der det er kommersielt mulig. Der markedet ikke leverer, skal staten gripe inn med avbøtende tiltak, enten gjennom direkte utpeking eller offentlige kjøp (anbud). Staten skal kun gripe inn der det er «strengt nødvendig», og tiltakene skal være målrettede, fleksible og minst mulig markedsforstyrrende.

Dette er en radikal endring i forhold til dagens situasjon, og vi mener det vil være fornuftig å evaluere endringen etter to år for å sikre at formålene oppnås.

Rett til å motta post

Departementet skriver at «Brukernes mulighet til å sende og motta post tydeliggjøres som en rettighet. Rettigheten gjelder alle, uavhengig av bosted, funksjonsevne og digital kompetanse.»

Og videre at «Der brukernes rettigheter ikke ivaretas av markedet, vil staten sette inn avbøtende tiltak og inngå avtaler med, eller utpeke, tilbydere av posttjenester.»

For avisabonnenter som ønsker papiravis betyr det at det må finnes et godt avbøtende tiltak i de områdene der det ikke finnes et kommersielt distribusjonstilbud. Vi mener slikt tiltak må utformes geografisk på samme måte som dagens anbud, altså postnummerdekning.

For avisene er derfor to forhold sentrale: at det finnes et velfungerende kommersielt distribusjonstilbud der det bor mange mennesker, og at det finnes statlige distribusjonsanbud der det ikke er et kommersielt tilbud. For begge disse tilbudene er det sentralt at man ikke får så høye distribusjonspriser at det ikke er bærekraftig med papiraviser. Departementet peker selv på at det vurderes som «viktig at alle innbyggere, uavhengig av bosted, funksjonsevne eller digital kompetanse, har rett til å sende og motta fysisk post. Dette er en grunnleggende tjeneste som må være tilgjengelig for alle, til overkommelige priser.»

For å oppfylle dette må avisabonnenter i områder uten et kommersielt distribusjonstilbud få avisen levert tilnærmet likt som en abonnent i kommersiell geografi. Det har konsekvenser for utformingen av avbøtende tiltak.

Avisdistribusjon er fortsatt avgjørende

Til tross for høy grad av digitalisering er papiravisen fortsatt en sentral del av økonomien for norske aviser, særlig for lokalaviser av alle størrelser. Inntektene fra papiraviser er avgjørende for å finansiere journalistikk og videre digital utvikling. Uten disse inntektene ville driftsresultatet i avisene vært betydelig svekket og i svært mange tilfeller negativt.

Avisdistribusjon er derfor ikke bare et kommersielt spørsmål, men et spørsmål om mediemangfold, ytringsfrihet og lokaldemokrati. Dette gjelder særlig i områder uten kommersielle avisbudnett, der staten i dag kjøper avisdistribusjon som et avbøtende tiltak.

Ikke-digitale brukere og lik tilgang til nyheter

En betydelig andel av befolkningen er helt eller delvis ikke-digital. Denne gruppen sammenfaller i stor grad med dem som leser papiravis. For disse er papiravisen ofte den viktigste, og i noen tilfeller eneste, kilden til redaktørstyrte nyheter.

I et demokratiperspektiv er det avgjørende at også disse gruppene har reell tilgang til redaktørstyrte medier. Svekket eller uforutsigbar avisdistribusjon vil ramme disse brukerne særlig hardt.

Beredskap og medienes rolle

Redaktørstyrte medier er en sentral del av samfunnets totale beredskap. I krisesituasjoner er tillitsfulle, redigerte medier avgjørende for å nå befolkningen med korrekt informasjon. Distribusjon av papiraviser bidrar til å opprettholde informasjonsberedskap også ved bortfall av digitale kanaler.

VI mener derfor at vurderingen av postlovens beredskapsmessige konsekvenser må inkludere medienes behov for landsdekkende distribusjon.

Avbøtende tiltak

Avisdistribusjon

Norge har et rikt mediemangfold, med blant annet rundt 190 lokalaviser og en rekke regionale og nasjonale mediehus, til sammen rundt 250 små og store nyhetsredaksjoner som daglig leverer nyheter og samfunnsdebatt over hele landet. Disse er avgjørende for den offentlige samtalen, deltakelse i demokratiet, tilliten i samfunnet og beredskap. VI vil peke på at det er avgjørende at loven gir et klart og forutsigbart grunnlag for statlig kjøp av avisdistribusjon også fremover.

VI vil understreke at faste distribusjonsdager med levering til postkasse til faste tider er en forutsetning for at postdistribusjon skal dekke abonnentenes og avisenes behov. Noe annet vil sette papiravisøkonomien i fare. Avisenes erfaringer viser at når abonnentene over tid opplever at distribusjonen blir dårligere, enten det er dårlig leveranse kvalitet eller i særlig grad at avisen ikke kommer på utgivelsesdagen, er det mange som sier opp abonnementet.

Avisenes inntekter fra abonnenter i områdene uten kommersiell distribusjon er store, og bransjens erfaringer viser at i beste fall blir halvparten av papirabonnentene digitale abonnenter når distribusjon bortfaller eller oppleves som signifikant dårligere. Et slikt abonnentfravall vil være svært utfordrende, fordi avisene må ta vare på både brukerinntektene og annonseinntektene fra papirutgavene så lenge som mulig for å ha økonomi til å kunne utvikle en bærekraftig heldigital forretningsmodell.

Basert på bransjens erfaringer anbefaler vi sterkt at staten sikrer avisdistribusjon minimum fire faste dager per uke i områder uten kommersielt avisdistribusjonsnett: tirsdag, torsdag, fredag og lørdag. I kombinasjon med at anbudsgeografien må dekke de områdene som er uten et kommersielt tilbud er dette nødvendig for at abonnenter over hele landet skal ha omtrent lik tilgang på papiravis, og for å begrense abonnentsfravall med store negative konsekvenser for avisøkonomien.

Departementet peker på at særlig lokalavisenes behov skal ivaretas gjennom kommende anskaffelser. Av landets totalt ca. 250 aviser (inkludert heldigitale aviser) er så mange som rundt 190 definert som lokalaviser. Disse avisene dekker en avgrenset geografi av varierende størrelse og med varierende befolkningsgrunnlag, men alle er det eneste redaktørstyrte mediet som gir befolkningen regelmessig tilgang på nyheter og lokal debatt. Det spiller ingen rolle om avisen dekker en liten eller stor kommune – den er like viktig for befolkningen.

Det er dessuten et viktig poeng at de større avisene, på grunn av sine større volumer, er nødvendige for å opprettholde økonomien i distribusjonen. Distribusjonstilbud som ikke fyller behovene til større aviser vil kunne føre til at disse kutter distribusjon i områder utenfor egne kjerneområder, noe som vil gjøre økonomien i distribusjon i spredtbygde områder svært krevende.

En signifikant del av befolkningen er ikke-digital. I en undersøkelse Ipsos har gjort for Nkom, svarer hele 1 av 5 av de spurte at de syns det er vanskelig å ta i bruk hverdagslige digitale tjenester som banktjenester eller bestille varer og tjenester på nett. Disse funnene bekreftes i rapporten «Befolkningens digitale kompetanse og deltakelse» fra 2021, utarbeidet av Kompetanse Norge (nå Direktoratet for høyere utdanning og kompetanse). Deres rapport viser at litt over 600 000 personer, eller 14 prosent av nordmenn fra 16 år og oppover, er «ikke-digitale». Den «ikke-digitale» befolkningen er da definert som personer som ikke bruker datamaskin, nettbrett, smarttelefon eller internett, og i tillegg personer med svake grunnleggende digitale ferdigheter. I et demokratiperspektiv er det viktig at disse gruppene kan delta i samfunnet mest mulig på samme vilkår som de som behersker digital teknologi.

Tallene samsvarer for øvrig godt med tallene for lesing av papiravis, selv om også mange som er digitale foretrekker å lese papiravis. Norsk mediebarometer for 2023 viste at 17 prosent av befolkningen leser en papiravis på en gjennomsnittlig dag, mens Kantars langt mer omfattende undersøkelse *Forbruker & Media* viste at 23 prosent av befolkningen over 12 år leste papiravis daglig i andre halvår 2024.

Det er nødvendig at et anbud for omdeling av avis ikke får redusert geografi sammenlignet med dagens ordning, slik at alle husstander i hele landet har et godt distribusjonstilbud for aviser.

Magasiner og ukeblader

Magasiner og ukeblader er viktige formidlere av norsk språk, kultur og hverdagsliv, og bidrar til å bevare og videreutvikle norsk kulturarv. Gjennom redaktørstyrt innhold om blant annet mat, helse, livsstil, håndverk og menneskers egne erfaringer, gir de leserne gjenkjennelige fortellinger.

Magasiner og ukeblader bidrar til mediemangfold og en inkluderende offentlighet over hele landet ved å gjøre komplekse samfunns- og helsespørsmål tilgjengelige i et språk og format som er lett å forstå og relatere seg til. For mange abonnenter – særlig blant ikke-digitale lesere – er magasiner og ukeblader en viktig kilde til redaktørstyrt, skriftlig informasjon, og spiller dermed en viktig rolle i både demokratisk deltakelse og samfunnsinformasjon.

Vi mener derfor at departementet bør vurdere egne avbøtende tiltak for å sikre magasiner og ukeblad distribusjon der det ikke finnes kommersielle tilbud.

Fagpresse

Fagpressebladene er en sentral del av mediemangfoldet, og leverer god og viktig dybdejournalistikk. Departementet bør vurdere egne avbøtende tiltak for fagpresse der fagblader rammes av endringene.

Dørterskeltilbud

Vi vil peke på at det såkalte dørterskeltilbudet kan sikre at posttjenester, inkludert avisomdeling, kan nå personer som bor hjemme, men ikke evner å bevege seg til postkassen.

Avslutning

Vi mener at det er avgjørende at loven, og de avbøtende tiltakene som følger av den, sikrer forutsigbar og god avisdistribusjon over hele landet til en pris avisene kan bære.

Vi ber derfor departementet særlig legge til grunn at:

- Statlig kjøp av avisdistribusjon etter mal av eksisterende anbud videreføres i områder uten kommersielt avisbudnett.
- Avisdistribusjon sikres på fire faste dager med postkasselevering.
- Departementet bør vurdere egne avbøtende tiltak for å sikre magasiner og ukeblad distribusjon der det ikke finnes kommersielle tilbud.
- Avbøtende tiltak utformes i tett dialog med mediebransjen.

Dette er viktig for å ivareta mediemangfold, ytringsfrihet, beredskap og demokrati over hele landet.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING

Randi S. Øgrey (sign.)

Adm. dir.

NORSK JOURNALISTLAG

Dag Idar Tryggestad (sign.)

Leder