

DAGBLADENE I MEDIEBILLEDET

MEDIEPOLITISK OPLÆG 2009-10

● Danske Dagblades Forening

Dagbladene i mediebildet

Mediepolitisk oplæg 2009-10

● Danske Dagblades Forening
2009

INLEDNING	4
0-MOMSEN ER ET GRUNDEVILKÅR	7
DISTRIBUTIONSSTØTTEN SIKRER AVISLEVERING OVERALT	8
DAGBLADSNÆVNET UDGØR ET VIGTIGT SIKKERHEDSNET – MEN KAN OGSÅ BLIVE LØFTESTANG FOR HJÆLP TIL NETMEDIER	10
DR SKAL GIVE PLADS PÅ NETTET	12
APPENDIX	15
DANSKE DAGBLADES FORENING	16

Dagbladene i mediebilledet
Mediepolitisk oplæg 2009-10

Udgivet af Danske Dagblades Forening
i oktober 2009
Tilrettelæggelse: Charlotte Brunholt
www.SvendborgTryk.dk
ISBN 978-87-90048-44-0

DAGBLADENE I MEDIEBILLEDET

Mediepolitisk oplæg 2009-10

DANSKE DAGBLADES FORENING

Indledning

I foråret 2010 skal danske mediepolitikere tage stilling til, hvordan staten gennem de næste fire år skal forvalte sit bidrag til at bevare og udbygge den danske bestand af kvalitetsmedier.

Danske Dagblades Forening stiller med denne publikation skarpt på de ønsker, som mediegruppen har til det næste medieforlig.

Dagbladene leverer 71 % af stoffet i den journalistiske fødekæde ved hjælp af ikke mindre end 2.000 fuldtidsbeskæftigede journalister suppleret med en mængde freelancejournalister. De betalte dagblade bruges hver uge af 84 % af befolkningen og spiller desuden en afgørende rolle i nyhedsformidlingen, dokumentationen og debatten på internettet. Dagbladene udgør med andre ord motoren i nyhedsformidlingen i Danmark. Alligevel lever mediegruppen med en samlet bundlinje, der i reglen kun er positiv, hvis man regner distributionsstøtten ind.

***Dagbladene leverer 70% af stoffet
i den journalistiske fødekæde***

Derfor er de forestående medieforhandlinger uhyre vigtige for dagbladsbranchen. Der er mange, der med forskellige argumenter banker på døren for at få andel i mediestøtten i Danmark. Dagbladene lever i samdrægtighed med de fleste og ønsker i øvrigt ikke

Med kombinationen af den trykte udgave og websites dækker dagbladshusene befolkningen sådan, at de enkelte befolkningsgrupper får adgang til dagbladens produktion ad den mediekanal, de foretrækker

mere støtte end den, der allerede er givet tilbage fra 1970'erne eller længere endnu. Om andre mediegrupper end de nuværende tilgodeses med støtte, officierer ikke dagbladene, og branchen har endda i dette mediepolitiske oplæg et forslag om at åbne for tilskud til digitale medier gennem Dagbladsnævnet, der behandles på side 10.

Men uanset hvad der sker, er det afgørende for nyhedsformidlingen i Danmark, at dagbladene fastholder den støtte, der gives i dag, frem for alt 0-momsen på bladsalg samt omkring 350 mio. kr. i distributionsstøtte. Hertil kommer Dagbladsnævnet, hvis vigtigste funktion er at hjælpe, hvis et dagblad kommer i økonomisk trang.

Der høres meget om dagbladens svindende greb om befolkningen og deres snarlige død. Rygtet er stærkt overdrevet. Men den kostbare trykning og abonnementsdistribution af mediet adskiller dagbladene fra de nye medier og kompenseres til en vis grad af statsstøtten. Med kombinationen af den trykte udgave og websites dækker dagbladshusene befolkningen sådan, at de enkelte befolkningsgrupper får adgang til dagbladens produktion ad den mediekanal, de foretrækker. Blandt andet er yngre grupper fortsat optaget af at have adgang til kvalitetsjournalistik, men de er flittigere til at bruge nettet end til at læse avis.

Tiden er ikke inde til grundlæggende ændringer af dagbladsstøtten, så længe finanskrisen og dens følger betyder underskud i hovedparten af dagbladshusene

Dagbladshusene har derfor trods dalende oplagstal i mange tilfælde fat i større befolkningsgrupper end førhen. Med andre ord er dagbladene ikke et døende medie, men et medie, hvis indhold i et vist omfang er på vej til at skifte distributionskanal. Det dermed forbundne

problem er desværre, at der hidtil ikke har vist sig mulighed for at skabe den samme forretning på nettet, som de trykte medier giver basis for.

Medens der ledes efter løsninger herpå, ligger der derfor et betydeligt ansvar på mediepolitikere for, at motoren i branchen også i den kommende forligsperiode mindst kan regne med uændret statstilskud.

Rambøll-rapporten

Med Rambøll og professor Anker Brink Lunds rapport om mediestøtten er der udkastet tre scenarier for, hvordan mediestøtten kunne udvikle sig de kommende år.

Det første er groft sagt en videreførelse af det bestående støttesystem; det andet korrigerer på en række punkter den nuværende ordning; det tredje scenarie er en fuldstændig ændring af mediestøtten, der gøres medieplatformsneutral og ændrer den, så al støtte skal bevilges af en enhed, der arbejder efter armslængdeprincippet i forhold til ministeren, foruden at de enkelte mediers forvaltning af deres støttekrone skal tilses af en revisionsinstitution.

DDF er åben over for en drøftelse af, hvordan der på længere sigt kan ske en udvikling af mediestøtten i Danmark og har som nævnt et konstruktivt forslag til en imødekommelse af netmediernes støttebehov. Men tiden er ikke inde til grundlæggende ændringer af dagbladsstøtten, så længe finanskrisen og dens følger betyder underskud i hovedparten af dagbladshusene.

DDF må desuden meget kraftigt advare mod tanken om tildeling af større tilskudsbeløb på basis af uklare skøn og smagsdommeri i stedet for objektive og generelle kriterier og over for en statslig revisorordning, der skal vurdere, om mediet eller den enkelte artikelse har levet op til de kriterier, der har været grundlag for støttetildelingen. Det er tvivlsomt, om et tilskudssystem, der lader nogle få mennesker afgøre, hvilke medier, der skal have lov at arbejde med væsentlige støttebeløb, i bund og grund er i overensstemmelse med pressefriheden, uanset at støtteuddelejerne er nok så meget på armslængdes afstand af den minister, der udnævner dem.

Hertil kommer, at de nuværende ordninger allerede stiller krav til medierne. I distributionsordningen hedder det f.eks. "Mindst halvdelen af dagbladets indhold skal være redaktionelt stof (d.v.s. ikke annoncer) i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med

Det er en betingelse for at opretholde en journalistisk kraftfuld, kritisk, ressourcestærk og bredt favnende privat mediebranche, at dagbladenes støtteordninger opretholdes

behandling af aktuelt nyhedsstof, og således at mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer. Mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være selvstændigt journalistisk bearbejdet med henblik på offentliggørelse i den pågældende publikation". Det er en udmærket objekt

ktiv og operationel beskrivelse, som ikke medfører, at der skal foretages vurderinger af den ene eller den anden person eller gruppe.

Også af andre grunde er det nødvendigt at fastholde de eksisterende dagbladsordninger i de nærmeste år. Dagbladene journalistiske indsats hviler stadig på en økonomi, som endnu ikke kan tilvejebringes på andet grundlag end det trykte. PriceWaterhouseCoopers anslår i PwC Global Media report, at 69% af indtægterne i dagbladsvirksomheder endnu i 2013 vil komme fra printaktiviteterne.

Ikke desto mindre må branchen de næste fire år sætte sin lid til og fortsætte et ihærdigt arbejde for, at der kan ske en positiv udvikling i afkastet fra nye medier. Men indtil det sker, er det en betingelse for opretholdelsen af en journalistisk kraftfuld, kritisk, ressourcestærk og bredt favnende privat mediebranche, at dagbladene støtteordninger opretholdes.

Sker det ikke, er et vigtigt demokratisk fundament i risikozonen. ●

0-momsen er et grundvilkår

Da omsætningsafgiften – omsen – blev indført i 1962, var det klart for enhver i Folketinget, at dagbladene ikke skulle pålægges den nye afgift. Ved indførelsen af meromsætningsafgiften nogle år efter blev det slået fast, at 0-momsen bestod. Da ordningen er indført, før Danmark blev medlem af EU, er den accepteret af EU-kommissionen i den form, den har nu, men den kan næppe udvides til at omfatte andre medier. Der er ingen tegn på, at det i de nærmeste år er realistisk at forestille sig en ændring af momsvilkårene i EU.

0-momsen betyder, at avisernes købere får produktet 20% billigere, end det ellers kunne sælges, og er også et vigtigt fundament for dagbladenes forretningsgrundlag.

Først med iværksættelsen af undersøgelsen af me-

diestøtteordningerne og fremkomsten af nogle synspunkter på 0-momsen i vinteren 2009 er ordningen blevet taget op til drøftelse. Daværende statsminister Anders Fogh Rasmussen slog dog fast i januar 2009, at 0-momsen lå fast.

0-momsen betyder, at avisernes købere får produktet 20% billigere end det ellers kunne sælges

0-momsen er en så afgørende livsbetingelse for en dagbladsbranche, som uden diskussion har kunnet regne med den i over 40 år, at et ophør af ordningen ville være en katastrofe for dagbladene i Danmark.

I den udstrækning, dagbladenes digitale aktiviteter er omfattet af brugerbetaling, betales der moms i lighed med, hvad der gælder for andre digitale medier. DDF har accepteret dette og har ikke for tiden noget ønske om en ændring heraf. ●

DDF's mediepolitiske mål

Dagbladene ønsker, at 0-momsen forbliver uændret.

Distributionsstøtten sikrer avislevering overalt

8

”Tilskuddet til distribution er én ud af flere økonomiske særordninger for dagspressen, der overordnet har til formål at fremme flerheden og udbredelsen af dagblade. Disse ordninger udspringer af et politisk ønske om at understøtte de medier, der spiller en afgørende rolle for at opretholde og udvikle den demokratiske debat og folkeoplysningen.”

Citatet stammer fra den rapport, en arbejdsgruppe med deltagelse fra Stats-, Finans- og Kulturministeriet udarbejdede så sent som i 2005. Rapporten blev grundlaget for den nye lov om distributionsstøtte til dagblade, som Folketinget enstemmigt vedtog i 2006.

Med den nye ordning er støtten ikke længere forbeholdt dagblade, der distribueres gennem Post Danmark. Alle dagblade er berettiget til at få distributionsstøtte. Og dagbladenes kvittering for tilskuddet er, at alle husstande i Danmark kan få den avis, de ønsker, til samme pris, selvom distributionsomkostningerne er vidt forskellige på land, i by og efter distributionsformen og den geografiske afstand mellem avishus og køber.

Ydermere har den nye ordning den fordel, at det alene er objektive kriterier, der ligger til grund for fordelingerne i de tre puljer. Det betyder, at alle danske dagblade i dag modtager distributionsstøtte – uanset

om de er morgen- eller eftermiddagsaviser, uanset om der er tale om landsdækkende, regionale eller lokale dagblade og uanset deres politiske ståsted.

Loven sikrer, at alene dagblade med en høj grad af redaktionelt stof inden for et bredt emneområde er støtteberettigede. Det er kun aviser, der henvender sig til en bred kreds af læsere, der opfylder kriterierne.

Distributionsstøtten fordeles efter tre puljer:

- *Hovedordningen*, der gives til alle dagblade, som opfylder de i loven fastlagte objektive kriterier
- *Supplementsordningen*, som gives til dagblade rettet mod nationale mindretal i Danmark eller landsdækkende dagblade med få annoncer som Arbejderen, Information og Kristeligt Dagblad.
- *Overgangsordningen*, der gradvist nedsættes over 5 år, og som gives til de blade, der blev særligt hårdt ramt af omlægningen.

Kun ét ud af de seneste ti år har dagbladenes overskud overtruffet værdien af distributionsstilskuddet

Fælles for dem alle er, at den samlede støtte maksimalt kan udgøre 85% af de samlede udgifter til distribution.

Distributionsstøtten har vist sig at fungere efter hensigten, og i 2009 modtager 70 danske og udenlandske dagblade støtte fra ordningen.

Distributionsstøtten er en del af det økonomiske fundament, der kræves for at udgive et dagblad i Danmark.

Det kan i den forbindelse nævnes, at distributionsstøtten gennem mange år har udgjort den sikkerhed, der har bragt dagbladenes økonomi til at balancere. Kun ét ud af de seneste ti år har dagbladenes overskud overtruffet værdien af distributionstilskuddet. I øvrigt dækker tilskuddet langtfra omkostningerne til distributionen, der er en af de største omkostninger ved bladdrift.

Som en sikkerhed for, at der kan være plads til strukturændringer på dagbladsmarkedet, finder DDF, at der med fordel kunne løses op for kravet om seksdagesudgivelse. I fremtiden kan det godt tænkes, at bl.a. nogle lokale dagblade med fordel kan overgå til en mindre udgivelsesfrekvens, f.eks fire dage om ugen. ●

DDF's mediepolitiske mål

Fastholdelse af den nuværende distributionsordning for de betalte dagblade, men med mulighed for støtte også til betalte dagblade med udgivelse ned til fire dage om ugen.

Gratisaviserne bør ikke være omfattet af ordningen. Ønskes de imidlertid fastholdt i ordningen, bør de udgøre en pulje for sig, som tilføres det beløb, de nye modtagere skal have, som en ekstra bevilling.

Dagbladsnævnet udgør et vigtigt sikkerhedsnet – men kan også blive løftestang for hjælp til netmedier

10

Lov om Dagbladsnævnet stammer fra 2005, hvor den afløste en ældre ordning. Dagbladsnævnet kan yde støtte til

- *Projektering og etablering* af nye dagblade
- *Omstillingsstøtte* til dagblade, der er i økonomisk trang og projekterer en offensiv vej ud af krisen.
- *Saneringsstøtte* til dagbladsvirksomheder, der er økonomisk livstruede.

Dagbladsnævnets midler stammer fra en pulje, der årligt tilføres et beløb fra finansloven. Puljens beholdning har hidtil været begrænset til 70 mio. kr., men i lyset af finanskrisen er der i finanslovsforslaget for 2010 taget skridt til at forøge beholdningen. I forventningen om, at der i de nærmeste år vil blive trukket en del på Dagbladsnævnets midler, er bevillingen i finanslovsforslaget for 2010-13 sat til 14 mio. kr. pr. år.

Dagbladsnævnet udgør en sikkerhed for, at der også, hvis dagbladsvirksomheder kommer i nød, kan skabes basis for, at hver egn kan udvikle og fastholde sin avisorganisation, og de fleste politiske grundholdninger kan have ståsted i en eller flere avisudgivelser.

DDF mener, at Dagbladsnævnets vigtigste opgave er at fungere som økonomisk sikkerhedsnet, og finder

derfor, at beholdningen på 70 mio. kr. i øjeblikket bør reserveres til saneringsstøtte.

Til gengæld har dagbladene lyttet til den kritik, som fremføres fra de få fritstående digitale medier, der indholdsmæssigt kan jævnføres med dagbladene. Dagbladene foreslår derfor, at de årligt tilførte midler, ud over hvad der supplerer den hidtidige fastlåste kapital på 70 mio. kr., ikke reserveres til dagblade alene, men også kan tildeles digitale medier, herunder fritstående webaviser mv. Forudsætningen skal være, at det ansøgende medie lever op til tilskudskriteriet, som i Dagbladsnævnets regler er formuleret således:

Dagbladene foreslår, at de årligt tilførte midler til Dagbladsnævnet – ud over, hvad der supplerer den hidtidige fastlåste kapital på 70 mio. kr. – ikke reserveres til dagblade alene, men også kan tildeles digitale medier, herunder fritstående webaviser mv.

“... publikationer, som efter deres art og indhold er egnede til at fremme et alsidigt udbud af nyheder og analyser af betydning for den offentlige debat... Publikationen skal være redaktionelt og journalistisk bearbejdet. Publikationens indhold skal have betydning for den offentlige samfundsdebat og publikationen skal behandle samfundsrelaterede emner af en vis bredde og med en relativ bred målgruppe.”

Det bør desuden være et krav for tilskud, at mediet kan sandsynliggøre, at det efter tilskudsperioden kan blive økonomisk selv bærende.

DDF udtrykte ved offentliggørelsen af finanslovsforslaget for 2010 tilfredshed med, at årsbevillingen dermed er tilbage på det oprindeligt planlagte niveau. Hvis Folketinget gennemfører DDF's forslag om, at resten af de tildelte midler efter supplement af grundkapitalen til 70 mio. kr. kan anvendes til andet end dagbladsformål, er det klart, at det til rådighed stående beløb vil være meget afhængigt af konjunkturer og udvikling på dagbladsmarkedet.

DDF peger derfor på, at der kan tilvejebringes et større beløb ved at fjerne den vilkårligt fastsatte, men i grunden meningsløse overgrænse for den opkrævede erhvervslicens. Alternativt kan der tilføres Dagbladsnævnet et beløb på f.eks. 20 mio. kr. fra DR's netaktiviteter i forbindelse med den nedprioritering, som DDF

forventer, en fremtidig værdi- og markedstest af nye aktiviteter vil medføre.

Med et beløb i den nævnte størrelsesorden vil der forholdsmæssigt være meget store midler til rådighed til støtte for de meget få og små digitale medieaktiviteter med de nævnte karakteristika, der har set dagens lys. Det kan indvendes, at grunden til, at der ikke er opstået flere, netop er manglen på støtte til digitale aktiviteter. På den anden side er kapitalkravet til oprettelse af sites, der kan matche den kvalitet og volumen, som kendetegner sites baseret på eksisterende medievirksomhed, så stort og brugerbetalingsvejen og annoncemarkedet så vanskelige, at det ikke vil være muligt at oprette og opretholde dem på basis af statsstøttemidler. ●

DDF's mediepolitiske mål

Dagbladene finder, at dagbladsnævnsordningen er velfungerende og ønsker den opretholdt. Den hidtil fastlåste grundkapital på 70 mio. kr. bør dog indtil videre reserveres saneringsstøtte.

De midler, der ligger ud over grundkapitalen på 70 mio. kr. foreslås stillet til rådighed også for såvel dagbladenes digitale initiativer som fritstående netmedier, der lever op til tilskudskriteriet fra bemærkningerne til Lov om Dagbladsnævnet.

DR skal give plads på nettet

12

Public service på internettet

DR og de øvrige public servicemedier er hjørnестene i det danske mediebillede. På den ene side har public serviceradio og -tv en udsendelsesvirksomhed i Danmark, som ellers næppe ville kunne nå en tilsvarende kvalitet. På den anden side har de monopollignende tilstande på området hidtil umuliggjort levedygtige private, landsdækkende radioinitiativer, henvist lokalradio til en alt for beskeden rolle og stort set umuliggjort drift af lokal-tv.

Dagbladene finder, at DR har så stærkt et ståsted i befolkningen, at der er en betydelig risiko for, at monopolsituationen kan videreføres til den danske del af internettillibuddet. De fleste udsendelser i DR's radio og tv-sendeplader ledsages konstant af reklamespots for internetaktiviteterne. Den voldsomme markedsføringskraft, beherskelsen af radio- og til dels tv-området giver DR, har skadelig virkning på en naturlig markedsudvikling på nettet.

Public service har med den danske tradition en naturlig plads på radio og tv, og det er også naturligt, at borgerne på nettet kan podcaste udsendelser, de ikke har hørt og i et vist omfang få udbygget stoffet fra de udsendelser, der bringes i radio og tv.

DR har så stærkt et ståsted i befolkningen, at der er en betydelig risiko for, at monopolsituationen kan videreføres til den danske del af internettillibuddet

Samfundet må have respekt for, at hvis der skal være frie, private medier, så må den statslige konkurrence mod dem begrænses

Men det er nødvendigt, at grænsen for de offentlige medier trækkes netop dér.

For dagbladene bliver internet den vigtigste udviklingsvej i de kommende år. Samtidigt hævder DR at ville blive sorteper uden uhindrede ekspansionsmuligheder på nettet. Fælles for alle netmedier er, at de

er oppe imod et kæmpestort internationalt webudbud, ikke mindst i form af sociale medier som Facebook og Twitter. Men der er forskel på medier og andre tjenester på nettet, og det forhold, at sociale netværk som Facebook og opslag i Wikipedia og

Google tager meget af danskernes tid, er ikke det samme, som at medierne er trængt på det indholdsmæssige. At konkurrencen på reklamemarkedet er skarp, er et andet spørgsmål, der imidlertid ikke i den forstand angår DR.

Men hvis DR breder sig på nettet – stærkt støttet af en intensiv markedsføring på de medieplatforme, hvor de nær har monopol – trækker de private initiativer det korteste strå, og de vil blive færre og dårligere.

Her er det vigtigt at huske, er der en grundlæggende forskel på radio og tv i forhold til trykte medier.

Radio er et rent lydtilbud, og tv kombinerer billeder og lyd. Disse to medieformer er uopslidelige og upåvirkede af, om de opleves i radio eller tv eller på en computerskærm. Og der er ingen, der forestiller sig, at DR skal forhindres i at tilbyde deres radio- og tv-udsendelser over nettet.

Dagbladene står derimod i den situation, at alle ønsker deres kæmpemæssige redaktionelle indsats bevaret, men at den traditionelle formidlingskanal, papiravisen, i modsætning til audio- og audiovisuelle medier svækkes i de yngre aldersgrupper. Det er altså selve medieformen, der er under pres, hvorfor dagbladenes

mægtige og umistelige udbud af kvalitetsjournalistik må overføres til digitale medier, især internettet.

Dagbladene har foreslået, at den nuværende værditest af DR's initiativer moderniseres, så den ikke er i hænderne på DR, men forestås af en uvildig instans samt suppleres med en undersøgelse af, hvad det vil betyde for de øvrige aktører på markedet, hvis DR lancerer det nye initiativ

Hvis dét skal lykkes på det kommercielle grundlag må public service afstå fra at udvikle sig på internettet eller med andre formidlingsformer, som f.eks. senest skærme opsat i det offentlige rum, og overlade den type nyhedsformidling til kommercielle medievirksomheder.

Samfundet må have respekt for, at hvis der skal være frie, private medier, så må den statslige konkurrence

til dem begrænses.

Dagbladene har derfor foreslået, at den nuværen-

DDF's mediepolitiske mål

DR's opgave på nettet skal indsnævres og defineres klart som en fortsættelse af den øvrige udsendelsesvirksomhed.

Værditest af nye initiativer skal suppleres med en markedspåvirkningstest. Begge skal forestås af uvildige instanser, f.eks. hhv. Radio- og tv-nævnet og Konkurrencestyrelsen.

DDF går ind for, at der skabes mulighed for gratis adgang til DR's og TV 2/Regionernes udsendelser til formidling gennem de private mediers websites.

de værditest af DR's initiativer moderniseres, så den ikke udføres af DR selv, men forestås af en uvildig instans samt suppleres med en undersøgelse af, hvad det vil betyde for de øvrige aktører på markedet, hvis DR lancerer det nye initiativ.

I øvrigt undrer DDF sig over, at de kommunale DR-hjemmesider, som DR i juni lovede at lukke, endnu 15. oktober findes i opdateret stand på nettet.

Deling af indhold

DR overvejer at fremlægge planer for deling af indhold med de private medier.

Dagbladene er positive overfor, at den programvirksomhed, som er finansieret af offentlige midler, stilles gratis til rådighed for formidling gennem private publicistiske medier, herunder dagbladene.

Men DDF opfatter ikke det tilbud, der forberedes, som en "noget for noget" kompensation for DR's omfattende netaktivitet. Denne må - uanset en indholdsdeling - underlægges de begrænsninger, DDF argumenterer for. ●

Appendix

Nogle kommentarer til Rambøll-rapportens "saneringsscenarie"

Indledningsafsnittet gjorde klart, at Dagbladene ikke ser positivt på det hovedprincip om platformsneutralitet, som driver Rambøll-rapportens 3. scenarie, meriteringsscenariet.

DDF har også nogle kommentarer til enkelte af de 16 punkter i 2. scenarie, saneringsscenariet:

Punkt 7: Spørgsmålet vedrører, *"...om de administrative kontrolmekanismer knyttet til de trykte mediers distributionsstøtte udfordrer mediebrugernes retssikkerhed og støttemodtagernes transaktionsomkostninger i urimelig grad."*

DDF peger på, at dette problem alene vedrører gratisaviserne, hvorfor problemet vil blive elimineret, hvis denne medieform ikke længere modtager støtte.

Punkt 8: Spørgsmålet vedrører, *"...om ugeavispuljen kan fusioneres med dagbladspuljen, så distributionsstøttens bestemmelser om specifikke udgivelsesfrekvenser ikke hindrer innovation og lønsomhed på avis- og bladmarkedet."*

DDF ønsker som nævnt i afsnittet om distribution på side 9, at dagbladspuljen kan omfatte dagblade

med ned til fire udgivelser om ugen. Derimod er en sammenlægning af puljerne ikke hensigtsmæssig, fordi det vil bryde den nuværende definatoriske klarhed mht. udgivelsesområder og -tidspunkter. Dette vil uvægerligt få den uheldige konsekvens, at de objektive kriterier erstattes af eller suppleres af en skønsmæssigt baseret bevillingsform.

Punkt 10: Spørgsmålet vedrører, *"...om dagblade, der driftsøkonomisk er blevet afhængige af 0-moms, kan holdes skadesløse, når EU harmoniserer momstaksterne på det indre marked."*

Spørgsmålet om harmonisering af momsen på det indre marked har spøgt i en meget lang årrække. Faktum er imidlertid, at en harmonisering, som omfatter opgør med 0-momsen på aviser, efter alt at dømme er udsigtsløs på grund af flere landes holdning hertil, eller i værste fald vil medføre, at den laveste sats i et differentieret momssystem vil blive gældende for aviser. Den manglende aktualitet, og det forhold at 25% moms på aviser i EU er helt usandsynlig, betyder, at en igangsætning af en bevægelse imod fuld moms på aviser er utidig. ●

Danske Dagblades Forening

Danske Dagblades Forening
 Pressens Hus
 Skindergade 7
 1159 København K

Adm. direktør Ebbe Dal
 ed@danskedagblade.dk
 33 97 40 00 eller 20 66 38 71

Konsulent Adam Rue
 ar@danskedagblade.dk
 33 97 40 00 eller 61 55 66 57

Dagblade i Danmark tilknyttet Danske Dagblades Forening

ARBEJDEREN	Ryesgade 3F, 1. sal	2200 København N	Tlf. 35 35 21 93	redaktion@arbejderen.dk
BERLINGSKE TIDENDE	Pilestræde 34	1147 København K	Tlf. 33 75 75 75	redaktionen@berlingske.dk
B.T.	Pilestræde 34	1147 København K	Tlf. 33 75 75 33	bt@bt.dk
BORNHOLMS TIDENDE	Nørregade 11-13	3700 Rønne	Tlf. 56 90 30 00	redaktion@bhstid.dk
BØRSEN	Møntergade 19	1140 København K	Tlf. 33 32 01 02	redaktionen@borsen.dk
DAGBLADET	Søgade 4 -12	4100 Ringsted	Tlf. 57 61 25 00	dagbladet@sj-medier.dk
DAGBLADET Holstebro. Struer	Lægårdvej 86	7500 Holstebro	Tlf. 99 12 83 00	holstebro@bergske.dk
DAGBLADET RINGKØBING-SKJERN	St. Blichersvej 5, Box 146	6950 Ringkøbing	Tlf. 99 75 73 00	ringkoebing@bergske.dk
DER NORDSCHLESWIGER	Skibbroen 4	6200 Aabenraa	Tlf. 74 62 38 80	redaktion@nordschleswiger.dk
EKSTRA BLADET	Rådhuspladsen 37	1785 København V	Tlf. 33 11 13 13	redaktionen@eb.dk
ERHVERVSBLADET	Pilestræde 34	1147 København K	Tlf. 33 26 72 00	red@erhvervsbladet.dk
FREDERICIA DAGBLAD	Danmarksgade 28	7000 Fredericia	Tlf. 75 92 26 00	red@fredericiadagblad.dk
FREDERIKSBORG AMTS AVIS	Slotsgade 1	3400 Hillerød	Tlf. 48 24 41 00	Frederiksborg@sj-medier.dk
FYENS STIFTSTIDENDE	Banegårdspladsen	5100 Odense C	Tlf. 66 11 11 11	redaktion@fyens.dk

FYNS AMTS AVIS	Sankt Nicolai Gade 3	5700 Svendborg	Tlf. 62 21 46 21	post@fynsamtsavis.dk
HELSINGØR DAGBLAD	Klostermosevej 101	3000 Helsingør	Tlf. 49 22 21 10	redaktionen@hdnet.dk
HERNING FOLKEBLAD	Østergade 25	7400 Herning	Tlf. 96 26 37 00	hf@herningfolkeblad.dk
HOLBÆK AMTS VENSTREBLAD	Ahlgade 1	4300 Holbæk	Tlf. 88 88 43 00	red.hav@nordvest.dk
HORSENS FOLKEBLAD	Søndergade 47	8700 Horsens	Tlf. 76 27 20 00	horsens-folkeblad.dk
INFORMATION,	St. Kongensgade 40 C	1264 København K	Tlf. 33 69 60 00	i@information.dk
JYDSKEVESTKYSTEN	Banegårdspladsen	6700 Esbjerg	Tlf. 79 12 45 00	jydskevestkysten@jv.dk
KALUNDBORG FOLKEBLAD	Skibbrogade 40	4400 Kalundborg	Tlf. 88 88 44 00	red.kf@nordvest.dk
KJERTEMINDE AVIS	Ndr. Ringvej 54	5300 Kerteminde	Tlf. 65 32 10 04	info@kj-avis.dk
KRISTELIGT DAGBLAD	Rosengården 14	1174 København K	Tlf. 33 48 05 00	kristeligt-dagblad.dk
LEMVIG FOLKEBLAD	Bredgade 20	7620 Lemvig	Tlf. 96 63 04 00	lemvig@bergske.dk
LICATIONEN	Marielundvej 46D	2730 Herlev	Tlf. 70 15 02 22	licationen@licationen.dk
LOLLAND-FALSTERS FOLKETIDENDE	Tværgade 20	4800 Nykøbing F	Tlf. 54 88 02 00	post@ft-gruppen.dk
MIDTJYLLANDS AVIS	Papirfabrikken 18	8600 Silkeborg	Tlf. 86 82 13 00	silkeborg@mja.dk
MORGENAVISEN JYLLANDS-POSTEN	Grøndalsvej 3	8260 Viby J	Tlf. 87 38 38 38	jp@jp.dk
MORSØ FOLKEBLAD	Elsøvej 105	7900 Nykøbing M.	Tlf. 97 72 10 00	mf@mf.dk
NORDJYSKE STIFTSTIDENDE	Langagervej 1,	9220 Ålborg Øst	Tlf. 99 35 35 35	nordjyske@nordjyske.dk
POLITIKEN	Rådhuspladsen 37	1785 København V	Tlf. 33 11 85 11	indland@politiken.dk
RANDERS AMTSAVIS	Nørregade 7	8900 Randers	Tlf. 87 12 20 00	redaktion@rdsamtsavis.dk
SJÆLLANDSKE	Dania 38	4700 Næstved	Tlf. 72 45 11 00	red@sj-medier.dk
SKIVE FOLKEBLAD	Gemsevej 7-9	7800 Skive	Tlf. 97 51 34 11	sf@skivefolkeblad.dk
THISTED DAGBLAD	Sydhavnsvej 5	7700 Thisted	Tlf. 99 19 93 00	thisted@nordjyske.dk
VEJLE AMTS FOLKEBLAD	Bugattivej 8	7100 Vejle	Tlf. 75 85 77 88	vaf@vejleamtsfolkeblad.dk
VIBORG STIFTS FOLKEBLAD	Vesterbrogade 8	8800 Viborg	Tlf. 89 27 63 00	viborg@bergske.dk
WEEKENDAVISEN	Pilestræde 34	1147 København K	Tlf. 33 75 25 33	bwa@weekendavisen.dk
ÅRHUS STIFTSTIDENDE	Banegårdspladsen 11	8000 Århus C	Tlf. 87 40 10 10	red@stiften.dk

De danske dagblade leverer mere end 70% af nyhederne i det samlede danske mediebillede. Det sker med udgangspunkt i professionelle redaktioner med tilsammen over 2.000 ansatte journalister.

Medieverdenen er i forandring, og dagbladene er blandt de vigtigste aktører bl.a. på internettet. Men uanset interessen for internet og forhåbningerne om en lukrativ fremtid for digitale medier, er det fortsat den trykte avis, som er det økonomiske grundlag for alle bladhusenes aktiviteter, og sådan vil det være i en årrække fremover.

Dagbladene har behov for at bevare de statslige støtteordninger, som gør, at de økonomisk kan holdes sunde. Det gælder i særlig grad 0-momsen på bladsalget og tilskuddet til distribution, men også Dagbladsnævnet, der bl.a. kan yde katastrofehjælp til nødlidende aviser.

Dagbladene ønsker ikke yderligere støtte, blot at bevare de ordninger, hvormed samfundet har sat ind på at medvirke til avismediets placering som centrum for formidlingen af det danske samfunds og folkestyres udvikling og for den kvalificerede samfundsdebat.

Men Danske Dagblades Forening har lyttet til ønskerne om at kunne skabe en støtteordning for nye digitale initiativer på nyhedsfronten. Derfor omfatter DDF's mediepolitiske oplæg også et forslag til, hvordan dette kan ske med udgangspunkt i Dagbladsnævnet.

Endelig er dagbladene optaget af at sætte grænser for DR's vækst ud over institutionens radio- og tv-tilbud. Dagbladene frygter, at DR på sigt har potentiale til at videreføre sit radiomonopol og delvise tv-monopol til medieområdet på nettet. DDF går derfor ind for, at der efter britisk mønster skabes rammer for værditest og markedspåvirkningstest af nye initiativer fra public service-medierne.

De forestående medieforhandlinger mellem Folketingets partier er mere end dét. De handler i bund og grund om, hvordan befolkningen skal klædes på til at kunne deltage i demokratiets dagligdag, tage stilling til samfundsudviklingen og give deres mening til kende. I den proces er dagbladene uundværlige og fortsat en del af hverdagen for over 80% af befolkningen.

Derfor er det en fundamental samfundsopgave at passe på dagbladene.