



YTTRANDE

2015-07-13

Dnr KU2015/1558/MF

Kulturdepartementet
103 33 Stockholm

Betänkande: Presstödsnämndens förslag om utvecklingsstöd till tryckta allmänna nyhetstidningar (KU2015/1558/MF)

Sammanfattning

Grafiska Företagen ställer sig generellt sett positiv till införandet av ett utvecklingsstöd till tryckta allmänna nyhetstidningar enligt det förslag Presstödsnämnden presenterat. Grafiska Företagen föreslår dock en vidare tolkning av utvecklingsstödet än vad Presstödsnämnden gör och föreslår därför att stöd skall kunna gå till företag som ger ut tryckta allmänna nyhetstidningar i syfte att utveckla nya analoga och digitala publiceringstjänster med nyhets- och opinionsmaterial.

Grafiska Företagen föreslår således att utvecklingsstöd skall kunna lämnas för kostnader för att genomföra insatser som syftar till a) redaktionell innehållsutveckling i analoga och digitala kanaler, b) utveckling och innovationer avseende analog och digital publicering, spridning och konsumtion av tidningens innehåll, samt c) utveckling av analoga och digitala affärsmodeller.

Förslaget grundar sig i vår övertygelse om att den bärkraftiga allmänna nyhetstidningen under överskådlig tid måste finnas i både analoga, digitala och sociala kanaler. Skälen till att nyhetstidningen måste finnas i alla tre kanaler är distributions-, konsumtions- och affärsmässiga. Om en av kanalerna inte utvecklas i samma takt som de övriga riskerar det tänkta utvecklingsstödet att bli mindre effektivt.

Avsnitt: 3.3.2 Vilka insatser kan få stöd?

Grafiska Företagen menar att det föreslagna utvecklingsstödet inte exklusivt bör begränsas till kostnader för insatser som syftar till redaktionell innehållsutveckling i digitala kanaler. Under överskådlig tid kommer den allmänna nyhetstidningens intäkter att till stor del att härstamma från den tryckta tidningen (se till exempel rapporter som ”Reklam- och medieprognos 2015-16”,

Regionkontor MALMÖ
Jörgen Kocksgatan 1B
Box 186, 201 21 Malmö
Tel: 040-35 25 60, 070-590 83 90
Fax: 040-23 33 82

Regionkontor VÄXJÖ
Kungsgatan 1B
352 30 Växjö
Tel: 0470-74 84 22, 072-742 84 22
Fax: 0470-74 84 99

Regionkontor STOCKHOLM
Storgatan 19
Box 555 25
102 04 STOCKHOLM
Fax: 08-611 08 28

Regionkontor UMEÅ
Brogatan 4
903 25 Umeå
Tel: 090-71 82 81, 070-591 73 53
Fax: 090-77 43 50

Regionkontor GÖTEBORG
Södra Hamngatan 53
Box 404, 401 26 Göteborg
Tel: 031-62 94 23, 070-603 94 23
Fax: 031-80 27 54

Regionkontor JÖNKÖPING
Skolgatan 4
Box 445, 551 16 Jönköping
Tel: 036-30 32 00, 073-035 32 27
Fax: 036-30 32 99

Regionkontor FALUN
Ölandsgatan 6
Box 1958, 791 19 Falun
Tel: 023-580 82, 070-341 80 82
Fax: 023-581 59

www.grafiska.se
info@grafiska.se

”Hushållens medieutgifter 2014” och ”Medieexplosion – men journalistiken pressas” från Institutet för reklam- och mediestatistik samt MMS respektive Institutet för mediastudier och Nordicom).

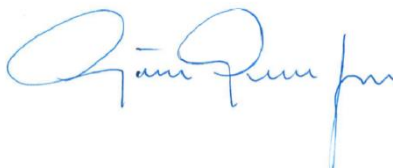
För att säkerställa att det långsiktigt finns tillräckligt med resurser för innovationer måste därför även den analoga produktens innehåll, distribution och affärsmodell utvecklas. Och det för att tidningen skall fortsätta att vara attraktiv för både läsare och annonsörer (se till exempel artiklar och rapporter om affärsmodeller publicerade via Nieman Lab vid Harvards universitet). Om den allmänna nyhetstidningen är attraktiv för dessa grupper ökar också möjligheterna för den att uppfylla sitt demokratiska uppdrag. När både analog och digital innovation stöds kan de olika kanalerna, med sina unika egenskaper, stärka varandra och ge en mer kraftfull utväxling av stödet.

Med ovanstående resonemang som grund menar Grafiska Företagen att utvecklingsstödet blir mer effektivt och långsiktigt verkande om stöd får lämnas för kostnader för insatser som syftar till

1. redaktionell innehållsutveckling i analoga och digitala kanaler (till exempel kompetensutveckling och utbildningsinsatser för såväl redaktionell som teknisk personal),
2. utveckling och innovationer avseende analog och digital publicering, spridning och konsumtion av tidningens innehåll (till exempel utveckling av nya format för berättande och tillgodogörande i den tryckta tidningen och utveckling av nya format för berättande och tillgodogörande i den digitala kanalen), samt
3. utveckling av analoga och digitala affärsmodeller (exempel utveckling och test av olika typer av betallösningar).

Med vänlig hälsning

GRAFISKA FÖRETAGEN



Göran Gustafsson, tf VD



Maria Wikström, Bransch- och Kommunikationschef