

Schibsted Sverige

Remissvar på Medieutredningens slutbetänkande ”En gränsöverskridande mediepolitik” (SOU 2016:80)

Sammanfattning

Schibsted Sverige anser inte att det förslag som Medieutredningen lagt fram kan ligga till grund för utformningen av ett nytt mediestöd.

Istället bör nuvarande presstödsregim, som godkänts av EU och som regelbundet ska utvärderas, ligga till grund för framtida anpassningar så att stödet harmonierar med aktuella marknadsförutsättningar. Reformeringar av presstödsförordningen måste bygga på en mer sammanhållen och övergripande mediepolitik, som omfattar såväl de tre public servicebolagen som de kommersiella medierna. Detta bör också innefatta ett nytt mediestöd, vars totalbelopp utgörs av nuvarande anslag för presstöd och avgiften till de tre public servicebolagen. Detta belopp ska fördelas som ett framtida mediestöd, som presstöd till kommersiella medier samt som anslag till public servicebolagen.

Inledning

Grunden för ett fortsatt statligt stöd till kommersiella medier måste liksom hittills vara att det ska främja den fria och demokratiska debatten i Sverige genom att ge allmänheten möjlighet att ta del av journalistik som präglas av mångfald, allsidig nyhetsförmedling, kvalitet och fördjupning. Det nuvarande presstödet har i allt väsentligt fyllt denna viktiga roll och möjliggjort att mångfald och konkurrens på mediemarknaden har kunna upprätthållas på ett sätt som annars inte hade varit möjligt.

SvD:s marknad vad gäller annonser och flertalet av tidningens prenumeranter är kopplad till Stockholmsregionen. Men SvD har samtidigt en nationell uppgift. Tack vare stödet har SvD kunnat försvara sin position som en av de ytterst få nationella tidningarna i Sverige. Stödet har också gjort det möjligt för SvD att spela en aktiv roll i branschens utveckling både vad gäller redaktionellt innehåll och nya distributionsformer. SvD har till exempel under det senaste decenniet varit ledande när det gäller publicistiska innovationer som har varit till nytta för hela branschen.

Tvärtemot vad som ibland har hävdats i debatten om presstöd har det nuvarande stödet alltså inte verkat konserverande. Det faktum att SvD – i likhet med många andra tidningar – under en lång följd av år varit berättigad till presstöd beror uteslutande på att de affärsmässiga

förutsättningarna på den lokala marknad där SvD huvudsakligen verkar inte i någon avgörande grad har förändrats sedan stödet ursprungligen infördes. Däremot har under senare år dessa förutsättningar avsevärt försämrats genom att också aktörer som Facebook och Google har etablerat sig och tagit betydande delar av den inhemska annonsmarknaden – något de också gjort utan att betala någon reklamskatt.

Nuvarande presstödsförordning upphör år 2020. SvD har i sin planering utgått från att stödet kommer att vara oförändrat fram till denna tidpunkt.

Tack vare presstödet kommer år 2020:

- SvD att kunna erbjuda kvalitetsjournalistik och opinionsmaterial i alla tillgängliga kanaler och plattformar,
- SvD:s redaktion och opinionsmaterial att ha fått en ökad betydelse som primär nyhetskälla och debattforum i det svenska medielandskapet,
- SvD:s betydelse för mångfald och konkurrens inom den granskande journalistiken att ha ökat i takt med att med resurser för kvalitetsjournalistik generellt minskar inom svensk media.

För SvD är det självklart att utgångspunkten även för ett framtida stöd efter år 2020 ska syfta till att fortsatt upprätthålla mångfald på den kommersiella mediemarknaden genom att skapa förutsättningar för en verklig konkurrens mellan olika medier. Av det följer att det är respektive stödmottagares aktuella marknadsförutsättningar, i SvD:s fall annonsmarknaden i Stockholmsregionen, som är avgörande för om stöd ska beviljas. Stödet bör vara plattformsoberoende så att tidningarna både kan ha ett innehållsmässigt djup och en bred räckvidd och det måste givetvis vara utformat så att det uppfyller EU:s statsstödsregler.

Varje land behöver ett antal nationella medier som med sina respektive redaktioner och opinionsbildare upprätthåller en nödvändig och kvalitetssäkrande konkurrens. En viktig uppgift för en statlig mediepolitik måste vara att skapa spelregler så att denna konkurrens kan upprätthållas. Särskilt viktigt måste det vara att de medier som staten själv ytterst kontrollerar inte får en alltför dominerande ställning när det gäller att granska politisk och ekonomisk makt. Av det skälet finns det anledning att observera att de två resursstarka public servicebolagen Sveriges Television (SVT) och Sveriges Radio (SR) genom staten garanteras mycket stora ekonomiska resurser – ett mediestöd som dessutom räknas upp varje år.

Men SvD är samtidigt en av ett fåtal tidningar som vid sidan av SVT och SR har en nationell uppgift och ett nationellt uppdrag. SvD är på så vis en garant för mångfalden när det gäller kvalitetsjournalistik och opinionsbildning på nationell nivå. Om SvD i en framtid inte längre förmår upprätthålla denna ambition blir det demokratiska samtalet begränsat till ett färre aktörer och bortom hörnet hotar en monopolisering i kategorin storstadspress.

Presstödet och mediestödets förenlighet med EU-rätten

Av det resonemang, som Mediestödsutredningen (MU) för i sitt betänkande framgår tydligt, att man inte på ett korrekt sätt förstått EU-kommissionens tillämpning av de EU-rättsliga

reglerna för statsstöd. Till skillnad från på många andra verksamhetsområden, där det sedan lång tid godkänts olika stödordningar, har Kommissionen aldrig vad gäller statsstöd i en eller annan form till pressen utfärdat några riktlinjer. Man har också endast i några få fall haft att pröva sådana ärenden.

En väsentlig anledning härtill har varit, att Kommissionen varit väl medveten om den utomordentligt väsentliga roll för den offentliga debatten som mångfald och en livaktig och granskande press utgör för ett demokratiskt samhälle. Man har därför genomgående undvikit att ta några egna initiativ till att närmare undersöka de olika former för stöd till pressen, som sedan länge förekommer i enskilda medlemsstater. I det svenska fallet inledde kommissionen en sådan undersökning först sedan man tvingats därtill genom ett klagomål rörande det svenska presstödet från den största svenska mediekoncernen.

Utredningen tycks också i sitt betänkande helt utan grund utgå från att Kommissionen inte skulle kunna godkänna en fortsättning av den nuvarande ordningen för presstöd i Sverige. Vad som lett utredningen till en sådan slutsats är oklart. Möjligen har man missuppfattat innebörden av att Kommissionen i sitt beslut den 20 juli 2010, där principgodkännandet av den nuvarande ordningen gavs, satt en tidsgräns om högst sex år till den sista december 2016, vilken senare förlängts med tre år.

En sådan tidsgräns sätts emellertid av Kommissionen i varje godkännandebeslut. Detta innebär dock inte något uttalande om hur man kommer att ställa sig till en eventuell framtida förnyad begäran om godkännande av en fortsättning av stödet. Skälet är helt enkelt att man alltid vill ha en möjlighet att granska hur det godkända stödet verkat samt hur förhållandena på marknaden utvecklats, innan ställning tas till en eventuell fortsättning av stödordningen i samma eller förändrad form.

En avgörande utgångspunkt för Kommissionens ställningstagande 2010 var att stödet bidrog till en förstärkning av konkurrensen och mångfalden. SvD bidrog härtill genom att vidmakthålla en allsidig nyhetsbevakning med egna redaktioner för Nyheter, Näringsliv, Kultur och Opinion.

Presstödet bör vara kvar

Utredningens påstående, att Sverige skulle riskera att stå utan en godkänd stödordning från 2020, om Sverige inte presenterar ett nytt mediestöd i stället för det nuvarande presstödet saknar all grund och är oriktigt.

Eftersom stödet fungerar väl och är förenligt med EUs krav finns det enligt Schibsted inga motiv att ersätta presstödet med ett mediestöd. En ny stödordning enligt vad MU föreslår skulle också få betydande konsekvenser för dagens stödmottagare. Som MU själv konstaterar skulle ett nytt stöd av det slag som utredningen föreslår innebära att fler allmänna nyhetsmedier än i dag kommer att söka stöd. MU:s egen bedömning är att den *”nuvarande budgetramen för driftstödet inte kommer att räcka för det nya produktionsstödet”*.

Konsekvenserna av detta utredningens eget konstaterande är dock mycket bristfälligt beskrivna av utredningen. Vilka av dagens stödmottagare är förlorare med det nya stödet och vad blir konsekvenserna för mångfald och konkurrens på mediemarknaden?

Schibsted kan konstatera att SvD är en av dagens stödmottagare, som kommer att få ett väsentligt minskat stöd om MU:s förslag genomförs. Självfallet är detta mycket allvarligt för tidningen och för dess möjligheter att fortsatt producera kvalitetsjournalistik på nationell nivå.

En ny stödordning förutsätter en sammanhållen mediepolitik

Förutsättningen för att ett nytt mediestöd överhuvudtaget ska kunna ersätta det regelverk som gäller för nuvarande presstöd är att det disponibla stödbeloppet höjs väsentligt jämfört de medel som är tillgängliga i dag och som MU har utgått från som realistiska i framtiden.

Detta förutsätter att statsmakterna tar ett samlat grepp om mediernas demokratiska uppgift och behandlar behovet av stöd till de kommersiella medierna och finansieringen av public service som en del av samma mediepolitik också anslagsmässigt. Den analys som MU gör av mediernas viktiga uppgift som granskare av politisk och ekonomisk makt gäller både de kommersiella medierna och public service.

Hoten mot denna uppgift är i många avseenden också desamma för alla medier. Det som dock är anmärkningsvärt är att public service har kommit att utvecklas till en av de kommersiella mediernas främsta konkurrenter om mediekonsumenterna – och därmed om intäkterna. Tidigare hade tidningarna och public service sina egna publiceringsplattformar, det var den tryckta tidningen respektive ljud och rörlig bild.

I dag har skillnaden mellan hur nyheterna publiceras blivit mycket liten. Inte minst märks detta genom att SR och SVT i allt större utsträckning använder digitala kanaler och skriver text för att förmedla nyheter, kommentarer och bakgrundsinformation. Därmed konkurrerar public service varje dag dygnet runt med motsvarande publiceringsverktyg hos tidningarna. Den tydliga rågång som tidigare fanns mellan tidningar och public service har upphört att existera och ersatts av en gemensam marknad för nyheter. Den avgörande skillnaden är dock att medan tidningarna är hänvisade till att finansiera sina redaktioner med intäkter från läsare och annonsörer är SVT och SR finansierade av obligatoriska avgifter.

Det är inte rimligt att staten endast utreder hur ett stöd till kommersiella medier ska utformas utan att hänsyn tas till den ökande konkurrensen från statens egna medier. Schibsted efterlyser en mer samlad syn på hur det totala stödet ska fördelas på medieområdet.

Det borde därför vara självklart att utgångspunkten för hur staten ska fördela tillgängliga medel för stöd och drift av medier ska göras i ett sammanhang där anslagen till de tre public servicebolagen och stödet till kommersiella medier kan ses samlat. Bara på så vis kan staten uppnå de mål vad gäller medias demokratiska uppgift som statens mediepolitik bör bygga på.

Förläng nuvarande presstödsförordning under en ny sexårsperiod

Mot bakgrund av vad vi har anfört ovan konstaterar Schibsted att förslaget i MU inte kan ligga till grund för en ny stödordning. Istället ska nuvarande system vara utgångspunkten för fortsatta reformer i syfte att anpassa presstödsförordningen till utmaningarna på dagens mediemarknad och med syfte att den nya förordningen ska ha en giltighet under ytterligare sex år räknat från 2020.

En anpassad presstödsförordning ska bygga på en sammanhållen och övergripande mediepolitik som omfattar inte bara de kommersiella medierna utan också de tre public servicebolagen. Därmed kan också presstödet öppnas för att bli ett mediestöd vars totalbelopp utgörs av nuvarande anslag för presstöd och avgiften till de tre public servicebolagen. Detta totalbelopp ska fördelas som ett framtida mediestöd, som presstöd till kommersiella medier samt som anslag till public servicebolagen.

En mediepolitik där mediestödet ses samlat kommer att ha förutsättningar att bevara en mångfald av plattformar för kvalitetsjournalistik och opinionsjournalistik. Därmed kan staten verkningsfullt medverka till att media kommer att kunna fortsatt fylla sin demokratiska uppgift också på en framtida mediemarknad som fortsatt är föremål för en mycket snabb förändring.

Stockholm 27 mars 2017

Raoul Grünthal

Sverigechef, Schibsted Media Group