



Stockholm den 5 februari 2025

ku.remissvar@regeringskansliet.se

ku.md@regeringskansliet.se

Remissvar avseende Ds 2024:28, Kompletterande bestämmelser till EU:s mediefrihetsförordning (Dnr Ku2024/01101)

Inledning

Schibsted har aktivt deltagit i förhandlingarna av EUs mediefrihetsförordning i Bryssel och välkomnar att förordningen nu blir svensk rätt. Vårt engagemang i denna rättsakt motiverades av att vi oroas över den utveckling som de senaste 10-15 åren har skett i många av Europas medlemsländer, där mediernas förutsättningar att verka har försämrats i takt med att demokratier har försvagats. Om detta skrev vi en rapport som nyligen lanserats och som finns att läsa [här](#).

Synpunkter från Schibsted

Schibsted Media stöder Tidningsutgivarnas remissvar, men vill nedan kort betona några aspekter av regeringens förslag.

Artikel 18

Vad gäller artikel 18 överläts enligt förslaget till Mediemyndigheten att utforma utformningen och tillsynen av förordningens bestämmelser. Här är det oerhört viktigt att Mediemyndigheten gör detta i nära dialog med branschen, förslagsvis både genom större branschsamtal och i bilaterala samtal, i syfte att säkerställa att bestämmelsen fungerar effektivt i praktiken.

Artikel 21

Schibsted välkomnar att den viktiga principen om proportionell reglering av media på nationell nivå som artikel 21 slår fast nu införs i svensk rätt. En av rekommendationerna i Schibsteds demokrati-rapport är att det på europeisk nivå införs ett "media assessment test", vilket är inspirerat av art 21.1 i EMFA. Vi ser att det på EU-nivå ofta införs reglering på den digitala marknaden som drabbar redaktionella medier, trots att det inte är redaktionella medier som är det primära föremålet för den nya regleringen. Vi menar därför att all lagstiftning bör föregås av en bedömning av hur den tänkta regleringen kan träffa redaktionella mediers förutsättningar att verka och fortsätta bidra till demokratin.

Artikel 22

Vad gäller artikel 22 instämmer Schibsted i att det bör vara en relativt hög tröskel för när anmälningsskyldighet ska inträda. Det är även centralt att Mediemyndigheten i sin mångfaldsbedömning också beaktar påverkan på mediemarknaden från public service, samt påverkan från techjättar som äger stora sociala nätverk. Techjättarnas dominans på annonsmarknaden är en viktig faktor som inte kan förbises i en sådan bedömning och detta bör tydligt komma till uttryck vid myndighetens bedömning, samt beaktas i Konkurrensverkets prövning. Schibsted tillstyrker förslaget att Mediemyndigheten ska ges 30 dagar för att genomföra sin bedömning, för att detta ska kunna utgöra ett tillförlitligt underlag i Konkurrensverkets prövning.

Om Schibsted Media

Schibsted Media är sedan juni 2024 ett renodlat mediebolag, då den norska stiftelsen Tinius Trust, tillika tidigare stor ägare av Schibsted, valde att köpa ut samtliga av Schibsteds medieverksamheter. I Schibsted Medias portfölj ingår, förutom några av de största tidningarna i Norge, även Aftonbladet, Svenska Dagbladet, OMNI och Podme.

Fredric Karén
Koncerndirektör Schibsted Media Sverige