



MEDIESTØTTE FOR BORGERNE

– demokratisering, fremtidssikring og forenkling

UDVALG OM
**FREMTIDENS
MEDIESTØTTE**



MEDIESTØTTE FOR BORGERNE
– DEMOKRATISERING, FREMTIDSSIKRING OG FORENKLING

Layout: HSK, Kulturministeriet
Grafik: Colourbox.com

Publiceret: oktober 2025
www.kum.dk

ISBN (digital): 978-87-7960-185-7

FORORD

En mediestøtte for fremtiden – til gavn for borgerne

Frie og uafhængige nyhedsmedier udgør en afgørende del af vores demokratiske infrastruktur, og formålet med den direkte mediestøtte er at sikre borgernes adgang til et alsidigt udbud af publicistisk indhold i hele landet. Mediestøtten er derfor grundlæggende til for borgernes skyld.

De nuværende ordninger hviler på en række værdifulde principper om armslængde og redaktionelt ansvar, men de er ikke fulgt med tiden. Mediebranchen og danskernes medievaner har ændret sig langt hurtigere end de rammer, der skulle understøtte dem, hvilket har ført til en ordning, der i stigende grad er kompleks, forældet og præget af ulige vilkår.

Derfor er tiden inde til en modernisering. Ikke for mediebranchens skyld, men for borgernes. Kernen i udvalgets arbejde har derfor været den grundlæggende overbevisning, at mediestøtte er demokratistøtte.

Den bør ikke være en hævdvunden ret eller erhvervsstøtte, men en strategisk investering i de uafhængige nyhedsmedier, der påtager sig et redaktionelt ansvar og via deres arbejde bidrager til at understøtte den offentlige samtale og vores demokrati.

På den baggrund fremlægger Udvalg om fremtidens mediestøtte med denne rapport sine anbefalinger til en reform. Anbefalingerne flytter mediestøtten fra en overvejende *bevarende model*, bygget op om traditionelle medier, til en *muliggørende model*, der er fokuseret på at understøtte de former for publicisme, som borgerne vil få gavn af i fremtiden.

Reformen hviler på tre bærende principper: en *demokratisering*, der gør støtten tilgængelig for flere og mindre medier; en *fremtidssikring*, der skaber en fuldt ud platforms- og teknologineutral ordning; og en *forenkling*, der erstatter de mange særordninger med én samlet og transparent grundmodel.

Det er udvalgets håb, at disse anbefalinger kan danne et solidt og visionært grundlag for den kommende politiske og folkelige debat om en fremtidssikret mediestøtte, der er til gavn for borgerne.

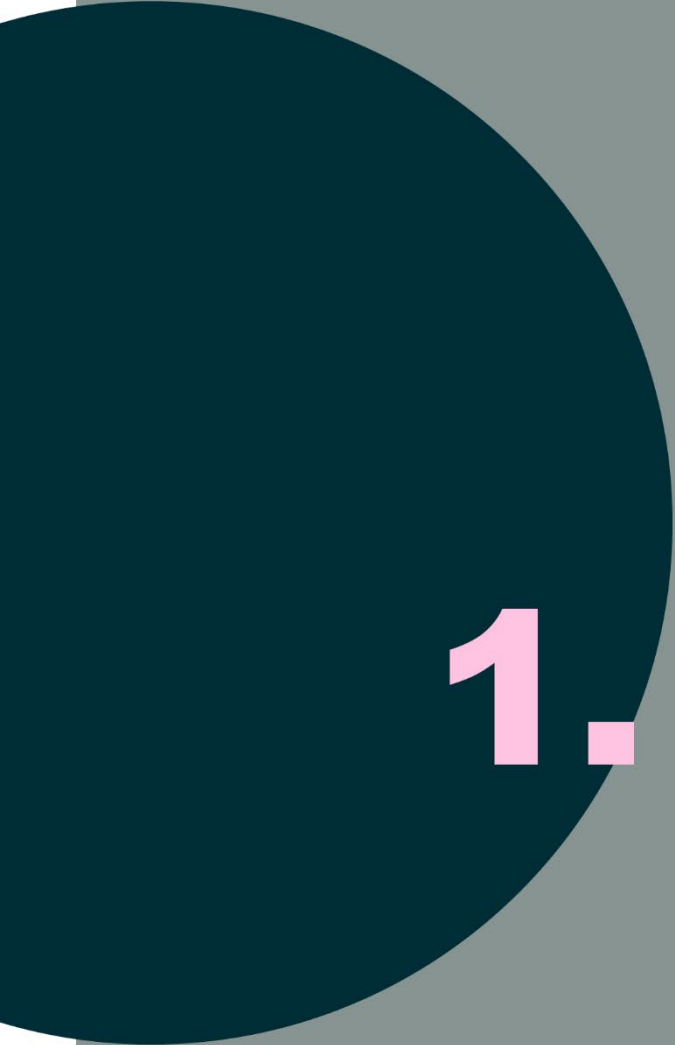
På vegne af udvalget,
Rasmus Kleis Nielsen
Formand, oktober 2025

INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord.....	3
1. Indledning	8
1.1. Introduktion	8
1.2. Et behov for modernisering	9
1.3. Udvalgets tilgang.....	9
1.4. Baggrund og formål	10
1.5. Hovedprincipper for udvalgets anbefalinger	12
1.6. Kommissorium for udvalget	14
1.7. Medlemmer af udvalget.....	15
1.8. Metode og afgrænsning.....	15
1.9. Rapportens struktur og indhold.....	16
2. Analyse af den nuværende mediestøtte.....	18
2.1. Nuværende mediestøtteordninger.....	18
2.1.1. Redaktionel produktionsstøtte til nyhedsmedier.....	20
2.1.2. Redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser og magasiner	22
2.1.3. Redaktionelle omkostninger som støtteudmålingsgrundlag	24
2.1.4. Innovationspuljen (projektstøtte)	25
2.1.5. Saneringsstøtte.....	27
2.2. Evaluering af de nuværende mediestøtteordninger.....	28
2.2.1. Hovedordningen.....	28
2.2.2. Ugeavispuljen	30
2.2.3. Magasinpuljen	33
2.2.4. Saneringsstøtte.....	34
2.2.5. Innovationspuljen – etablering	34
2.2.6. Innovationspuljen – udvikling	35
2.3. Potentialer for en mere tidssvarende mediestøtte	37
2.4. Behovet for en principbaseret reform	39
3. Overvejelser om fremtidens mediestøtte	41
3.1. Indledning	41
3.2. En demokratisering af mediestøtten.....	41
3.3. En fremtidssikring af mediestøtten	42
3.4. En forenkling af mediestøtten	42
3.5. Smal vs. bred definition af nyhedsmedie	43
3.6. Mangfoldighed og alsidighed	44
3.7. Kvalitet og uafhængighed.....	45
3.8. Objektive og transparente kriterier	46
3.9. Behov for en platforms- og teknologineutral model	47
3.10. Forudsigelighed og tilgængelighed	48
4. Forslag til ny ordning for støtte til indholdsproduktion	50
4.1. Indledning	50
4.2. Ordningens formål og anvendelsesområde.....	50
4.2.1. Formål for en ny grundstøtteordning	50
4.2.2. Anvendelsesområde for en ny grundstøtteordning	51
4.3. Anbefaling om én ny samlet grundstøtteordning.....	52
4.4. Centrale definitioner.....	53
4.5. Støttebetingelser	54
4.6. De otte foreslåede adgangskriterier	54
4.6.1. Adgangskriterie 1: Selvstændighed og ansvar.....	55
4.6.2. Adgangskriterie 2: Uafhængigt nyhedsmedie.....	55
4.6.3. Adgangskriterie 3: Redaktionelle ressourcer	56
4.6.4. Adgangskriterie 4: Målgruppe	56
4.6.5. Adgangskriterie 5: Aktualitet	57
4.6.6. Adgangskriterie 6: Regelmæssighed.....	57
4.6.7. Adgangskriterie 7: Tilgængelighed.....	58
4.6.8. Adgangskriterie 8: Publicistisk hovedformål	58

4.7. Støtteudmålingsgrundlag	60
4.8. Redaktionelle omkostninger på titelniveau	61
4.9. Opdateret definition af ”redaktionelle omkostninger”	62
4.9.1. Opdatering af personalekategorier	62
4.9.2. Investering i kompetencer	63
4.9.3. Fast tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger	64
4.10. Øvrige overvejelser	65
4.11. Støtteudmålingsmekanismer	66
4.12. Anbefaling til støtteudmålingsmekanismer	67
4.12.1. Underafgrænsninger	67
4.12.2. Støtteintensitetsloft	70
4.12.3. Titelloft	72
4.12.4. Vægtning af redaktionelle omkostninger	73
4.12.5. Håndtering af støttekoncentration i koncerner	74
4.12.6. Overvejelser om prioritering af fritstående medier og konsolidering	75
4.12.7. Øvrige overvejelser om koncernloft og titelbaseret støtteaftrapning	75
4.13. En ny støtteudmåling i en ny grundstøtteordning	76
5. Forslag til fremtidens innovationsstøtte	80
5.1. Indledning	80
5.2. Baggrund og overordnede overvejelser	80
5.3. Rammer og principper for fremtidens innovationsstøtte	81
5.4. Anbefalinger til en moderniseret innovationsstøtte	82
5.4.1. Fælles adgangskriterier	82
5.4.2. Modernisering af de økonomiske og projektrelaterede krav	83
5.4.3. Lempelse af krav til egenfinansiering	83
5.4.4. Afskaffelse af krav om økonomisk selv bærende medier	84
5.4.5. Justering af omsætningsloft	84
5.4.6. Samarbejde og partnerskaber	85
5.5. Økonomi og administration	85
6. Alternative mediestøttemodeller	87
6.1. Indledning	87
6.2. Efterspørgselsbaseret støtte	87
6.2.1. Skattefradrag for abonnenter	87
6.2.2. Subsidiering af abonnenter	88
6.2.3. Støtte baseret på antal solgte abonnenter	89
6.2.4. Støtte baseret på rækkevidde (reach)	90
6.2.5. Skattefradrag for annoncering i publicistiske nyhedsmedier	91
6.2.6. Nulmoms og lønsumsafgift	93
6.3. Direkte distributionsstøtte	94
6.4. Alternative modeller for direkte innovationsstøtte	95
6.4.1. Inkubatorer	96
6.4.2. Acceleratorer	96
6.4.3. Media-/innovation Hubs	96
6.4.4. Træning/uddannelse/coaching/mentoring	97
6.4.5. Overvejelser om alternative modeller for direkte innovationsstøtte	97
6.5. Støtte til fælles journalistisk infrastruktur	98
6.5.1. Etablering af en samarbejdsenhed	98
6.5.2. Et nyt videnscenter for nyhedsmedier	100
6.6. Støtte via nyhedsbureauer	100
6.6.1. Direkte støtte til etablerede nyhedsbureauer	100
6.6.2. Etablering af et nyt nyhedsbureau for lokale medier	101
6.7. Særlige støttemekanismer og særordninger	102
6.7.1. Omstillingsstøtte til lokale og regionale medier	102
6.7.2. Målrettet støtte til specifikt lokalt indhold	103
6.8. Fødekæde- og boosterordning for små og lokale medier	104
7. Overgangsordninger	106
7.1. Udvalgets overvejelser om behovet for en overgangsordning	106
7.2. Udvalgets anbefaling om ekstern finansiering af overgangsordning	107
7.3. Anbefalet model for en eksternt finansieret overgangsordning	107

7.4. Overgangsordning uden finansiering ved tilførsel af nye midler	109
7.5. Administration	110
8. Konsekvenser af de anbefalede ordninger	112
8.1. Indledning	112
8.2. Konsekvenserne ved status quo	112
8.3. Positive konsekvenser for nyhedsmedier og samfund.....	113
8.4. Hovedprincipperne bag en nødvendig omfordeling	114
8.5. Forventede konsekvenser for specifikke mediegrupper	114
8.5.1. Styrket incitament til publicistisk investering og innovation.....	118
8.5.2. Mindre kompleksitet og øget legitimitet	118
8.5.3. Strukturel påvirkning og bredere samfundsmæssige gevinster	119
8.6. Konsekvenser af den anbefalede overgangsordning	120
8.7. Samfundsøkonomiske og administrative konsekvenser	120
8.7.1. Økonomiske konsekvenser for staten.....	120
8.7.2. Administrative konsekvenser for myndighederne.....	121
8.8. Øvrige samfundsmæssige konsekvenser	121
8.9. De anbefalede ordninger i et internationalt perspektiv.....	122
9. EU-retlige overvejelser.....	125
9.1. Indledning	125
9.2. De EU-retlige rammer for statsstøtte til medier	125
9.3. Vurdering af de anbefalede ordningers forenelighed	126
9.3.1. Et klart formål af almen interesse.....	126
9.3.2. Nødvendig, egnet og proportionel støtte.....	127
9.3.3. Begrænset konkurrenceforvridning og positiv samlet balance	127
10. Finansiering.....	130
10.1. Fordeling mellem grundstøtte og innovationsstøtte	130
10.2. Finansiering af evt. overgangsordning	131
11. Implementering af en ny mediestøtteordning	133
11.1. Anbefalinger som grundlag for en politisk proces	133
11.2. Forventet proces for implementering.....	133
12. Samlede anbefalinger	136
12.1. En mediestøtte for fremtiden – til gavn for borgerne.....	136
12.2. En ny model for mediestøtten med to hovedanbefalinger.....	137
12.3. Udvalgets centrale anbefalinger i hovedtræk.....	137
12.4. Anbefaling 1: Én ny samlet grundstøtteordning	139
12.4.1. Ordningens principper og adgangskriterier	139
12.4.2. Støttens udmåling – et moderniseret grundlag	139
12.4.3. Støttens beregning – mekanismer for fordeling.....	140
12.5. Anbefaling 2: En moderniseret innovationsstøtte	140
12.6. Konsekvenser af den anbefalede reform	141
12.7. Overvejelser om alternative modeller	142
12.8. Anbefaling om overgangsordning.....	143
12.9. Afslutning.....	144



1. Indledning

1. INDLEDNING

1.1. Introduktion

Frie og uafhængige nyhedsmedier er en forudsætning for et oplyst og velfungerende demokrati. De udgør en central del af den demokratiske infrastruktur ved at sikre borgernes adgang til aktuel information, understøtte den offentlige samtale og holde magthaverne ansvarlige. I Danmark har vi en stærk tradition for mangfoldige nyhedsmedier, som borgerne generelt har høj tillid til.

Denne stærke position er primært bygget på nyhedsmediernes evne til løbende at nå borgerne på deres betingelser og derigennem bidrage både til oplysning og debat, og til at skabe værdi for brugere, annoncører og andre kunder. Vi har i Danmark brugt forskellige former for mediestøtte til yderligere at understøtte denne position og sikre borgerne adgang til et alsidigt udbud af nyhedsmedier. Når mediebilledet ændrer sig i kraft af danskernes nye medievaner, annoncørernes præferencer og teknologisk udvikling, er det derfor vigtigt, at også nyhedsmediernes og mediestøtten løbende udvikler sig.

Hovedparten af danskerne har stadig et højt frekvent nyhedsbrug, men danskernes mediebrug er overordnet set blevet mere fragmenteret og differentieret – både hvad angår medier, platforme, frekvens og indholdspræferencer. Årsagen skal findes i et øget udbud af danske og udenlandske medier og tjenester, hvis indhold samtidig er tilgængeligt på flere platforme og i flere formater end tidligere.

De danske medievirksomheder befinder sig derfor i en anden og mere intens konkurrencesituation end tidligere. Nyhedsmediernes skal ikke alene konkurrere om brugernes opmærksomhed med andre nyhedsmedier, men også med fx alternative nyhedskilder (AI, influencere og lign.), sociale medier, streamingtjenesternes omfattende indholdskataloger, gaming m.m.

Samtidig er en række danske medievirksomheders økonomi udfordret som følge af bl.a. faldende annonceomsætning, lavere indtjening og et reduceret forbrug på nyhedsmedier. Mange af de store mediehuse har gennemført afskedigelser, og særligt de regionale og lokale nyhedsmedier har en udfordret indtjening. Selvom danske medier af gode grunde ikke har de samme stordriftsfordele som internationale aktører, ses der også konsolideringstendenser både her til lands og på tværs af det nordiske marked.

Mediemarkedet er samtidig under forandring som følge af en stigende digitalisering af produktion, udbud og distribution. Et eksempel herpå er fremkomsten af generativ AI, som allerede har væsentlig betydning for medierne og forventes at påvirke stort set alle led af nyhedsproduktion og -

distribution, virksomhedernes beskæftigelse samt de bagvedliggende forretningsmodeller, herunder også rettighedsspørgsmål.

Mediestøtten hverken kan eller skal løse strukturelle og forretningsmæssige udfordringer for enkelte virksomheder. Mediestøtten skal heller ikke diktere forretningsmodeller, udgivelsesformer eller redaktionel organisering, ligesom ansøgerne heller ikke skal indrette deres virke efter, om der kan opnås støtte.

De fleste danske nyhedsmedier har overordnet set været langt bedre til at tilpasse sig udviklingen end mange medier i andre lande, ligesom mange nye medier er blevet etableret. For at sikre at mediestøtten fortsat hensigtsmæssigt understøtter borgernes adgang til mangfoldige nyhedsmedier, er det derfor vigtigt, at den også udvikler sig og passer til den kontekst, som den skal fungere i.

På denne baggrund indgik regeringen (Socialdemokratiet, Venstre og Moderaterne), Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Radikale Venstre og Dansk Folkeparti Mediaaftale for 2023-2026, som slog fast, at den direkte mediestøtte skulle moderniseres. Aftalen dannede grundlag for nedsættelsen af ”Udvalg om fremtidens mediestøtte”.

Udvalget har haft til opdrag at fremsætte anbefalinger til en eller flere fremtidssikrede modeller for den direkte mediestøtte, så borgerne også i fremtiden har adgang til uafhængig journalistik af høj kvalitet fra en mangfoldighed af private medier. Målet er en mere tidssvarende, teknologineutral og forenklet ordning, der fortsat understøtter et alsidigt udbud af publicistiske nyhedsmedier i hele Danmark.

1.2. Et behov for modernisering

Selvom den nuværende mediestøtteordning bygger på mange anerkendelsesværdige principper, er den ikke fulgt med tiden. Mediebranchen og danskernes medievaner har ændret sig markant siden den seneste store reform i 2014. Det har skabt et pres på ordningens relevans og legitimitet, der i dag kritiseres for at være forældet i sine kriterier, unødigt kompleks i sin struktur og præget af ulige vilkår, som favoriserer bestemte medieformer. For at sikre at mediestøtten også i fremtiden effektivt understøtter et alsidigt mediebillede til gavn for borgerne, er der behov for en gennemgribende modernisering.

1.3. Udvalgets tilgang

Udvalgets klare udgangspunkt er, at mediestøtte er demokratistøtte. Støttens formål er ikke at yde erhvervsstøtte til en bestemt branche og slet ikke bestemte titler eller medieformer, men at sikre at borgerne har adgang til et alsidigt udbud af redaktionelt journalistisk bearbejdet indhold fra uafhængige titler, der påtager sig deres ansvar under medieansvarsloven. Mediestøtten er således en investering i den offentlige samtale, borgernes

mulighed for at træffe beslutninger på et oplyst grundlag og dermed vores demokrati.

Med dette afsæt peger udvalget på tre overordnede principper for en ny mediestøtteordning, som uddybes i rapporten:

1. **En demokratisering**, der sikrer, at støtten kommer et bredere udsnit af medier og borgere til gode, og som sænker adgangsbarriererne for især nye, mindre, fritstående og lokale medier.
2. **En fremtidssikring**, der gør op med teknologispecifikke krav og skaber en fuldt ud platformsneutral ordning, der kan rumme fremtidens medier.
3. **En forenkling**, der erstatter de nuværende mange ordninger med en enkel, transparent og forudsigelig grundmodel.

1.4. Baggrund og formål

Mediestøtten har historisk været givet for at styrke medievirksomheders økonomi og konkurrencedygtighed og er kendt som et af de ældste eksempler på erhvervsstøtte i Danmark¹.

I forbindelse med den seneste gennemgribende omlægning af mediestøtten i 2014, og i det udvalgsarbejde der gik forud, blev forståelsen af mediestøtte som ”demokratistøtte” introduceret, og det styrende princip blev herefter, at støttede medier skulle bidrage til det danske demokrati. Fra tidligere at have støttet distributionen af trykte aviser blev støtten omlagt med fokus på at understøtte den journalistiske produktion ud fra en antagelse om, at netop mediernes *indhold* er afgørende for deres demokratiske funktion².

Begrebet ”demokratistøtte” har således fra begyndelsen været tæt knyttet til mediestøtten, og det er ikke uden grund, at den daværende omlægning er internationalt anerkendt, og at den danske ordning ofte fremhæves som eksempel til efterlevelse i andre lande.

Siden sin indførelse er ordningen både vokset i størrelse og omfang. Bevillingen er blevet forøget, og flere puljer, og deraf flere tilskudsmodtagere er kommet til – ikke mindst som følge af indførslen af Ugeavispuljen i 2023 og Magasinpuljen i 2024, der blev besluttet med Mediaaftalen for 2023-2026.

Det er imidlertid også udvalgets analyse, at den nuværende ordning kalder på en gennemgribende modernisering. Nogle af de kritikpunkter, der allerede ved dens introduktion blev fremført af både branchen og af forskere – bl.a. at kriterierne favoriserer omnibusmedier, og at de detaljerede indholds krav kan udlægges som manglende tillid til, at medierne selv vil

¹ Rambøll (2009), ”Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte”, Rambøll Management Consulting, s. 14

² [Medieforsker: Mediestøtte er demokratistøtte. Men hvordan sikrer vi fortsat det? - Altinget](#)

prioritere kvalitet og samfundsansvar³ – er fortsat gældende og er blevet endnu mere relevante. Det er samtidig udvalgets vurdering, at de nuværende kriterier og ordninger ikke længere afspejler en medieudvikling, hvor grænserne mellem platforme, formater og mediegrupper i stigende grad udviskes. Mange af de specifikke krav og regler, der er knyttet til de traditionelle medieformater, afspejler i stigende grad ikke den medievirkelighed, som både medier og borgere agerer i.

Senest er dette blevet aktualiseret med udgivelsen af rapporten fra Ekspertgruppen for fremtidens erhvervsstøtte i 2024, der på den ene side anerkender, at en vis målretning af mediestøtten gennem specifikke krav *”er nødvendig for at rette støtten mod et overordnet formål og understøtte en effektiv udmøntning”*, men at dette samtidig begrænser *”mulighederne for at fordele støtten effektivt efter kvalitetsbaserede kriterier.”* Rapporten konkluderer på den baggrund, at den nuværende indretning af støtten kan betyde, at medier med lavere kvalitet og produktivitet støttes på bekostning af andre medier.

At betragte mediestøtte som et såkaldt meritgode, som ekspertgruppen gør, betyder, at man fra politisk side har prioriteret, at understøttelsen af nyhedsmedier og produktionen af nyhedsindhold skal være større end det, der ellers ville blive produceret alene ud fra borgernes umiddelbare betalingsvillighed, hvis det overlades til markedet.

I mediestøttens tilfælde betyder det, at vi som samfund anser eksistensen af uafhængige medier som en så central forudsætning for et stærkt demokrati, at vi har besluttet at understøtte tilstedeværelsen heraf gennem direkte overførsel af offentlige midler til virksomheder, som derigennem opnår en økonomisk fordel eller særstilling. På den måde er mediestøtten – ligesom al anden erhvervsstøtte – per definition konkurrenceforvridende.

Mediestøtte skal derfor heller ikke ydes på baggrund af nedarvede eller hævdvundne rettigheder, eller som almisser til en nødlidende branche. Mediestøtte skal ydes til dem, der sammen løfter den afgørende samfundsopgave, som det er at styrke demokratiet ved at understøtte borgernes adgang til redigeret, journalistisk bearbejdet indhold fra en mangfoldighed af uafhængige publicistiske nyhedsmedier.

Det vil i langt de fleste tilfælde være publicistiske medieaktører, der varetager denne opgave bedst, men mediestøtten som demokratistøtte eksisterer først og fremmest for at give borgerne mulighed for at deltage i demokratiet, og ikke som et underholdningsbidrag til private virksomheder. Medierne er på den måde et afgørende bindeled – et medium i bredeste forstand – mellem stat, samfund og befolkning, men ikke målet for støtten i sig selv.

³ Flensburg, S. (2015). Dansk mediestøtte 1960-2014: Fra økonomisk kompensation til publicistisk motivation [Danish media subsidies 1960-2014: from economic compensation to publicist motivation]. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 31(58), 85–103.

I en tid hvor også andre samfundsområder kræver betydelige investeringer, er det derfor vigtigere end nogensinde, at begrundelsen for fortsat at bevillige i omegnen af en halv milliard kroner årligt til mediestøtte opleves som legitim i befolkningen, at den faktisk er formålstjenstlig, og at den er indrettet, så den kan administreres transparent og effektivt med fuld armlængde.

1.5. Hovedprincipper for udvalgets anbefalinger

For at sikre de bedste rammer for dette foreslår Udvalg om fremtidens mediestøtte derfor en ambitiøs *demokratisering, fremtidssikring og forenkling* af mediestøtten.

En *demokratisering* af mediestøtten indebærer, at både flere medier skal kunne blive omfattet af den, og dermed også at flere borgere skal opleve at få gavn af den. Både små, lokale og fritstående titler skal kunne opnå mediestøtte, hvis de har et publicistisk hovedformål. Ved at lempe kravene til mediernes indhold og sænke antallet af årsværk samtidig med, at freelancere og frivillige i højere grad kan medregnes, sikres det, at medier, der tidligere har været afskåret fra støtte på baggrund af deres størrelse eller organisering, nu også kan få støtte. Samtidig sikrer en fastholdelse af det generelle titelloft på 12,5 mio. kr., at de største medier ikke modtager hovedparten af puljen, og at der er flere midler til fordeling blandt de mange mindre medier med større behov.

En reel demokratisering fordrer imidlertid også en *fremtidssikring* af mediestøtten. Ved at etablere én enkelt og samlet definition på støtteberettigede medier fokuseret på nyhedsmediers rolle i demokratiet træder distributionsformer, indholdstyper, forretningsmodeller og historik i baggrunden. Det afgørende for om et medie er støtteberettiget bliver herefter ikke, om mediet er en trykt avis eller en podcast, men om der grundlæggende er tale om et publicistisk nyhedsmedie. Der lægges op til en fuldstændig teknologi- og platformsneutral ordning, sådan at støtten følger den redaktionelle indholdsskabelse og formidlingen heraf og ikke udgivelsesformen.

Støtten skal fortsat udmåles på baggrund af mediernes omkostninger til indholdsproduktion, men der foreslås samtidig en opdatering af definitionen på "redaktionelle omkostninger", sådan at den i højere grad afspejler økonomien i en moderne medievirksomhed. Opdateringen anerkender, at investeringer i digital formidling og brugeroplevelse er blevet en lige så afgørende del af den publicistiske kerneopgave som selve indholdsproduktionen. Det journalistiske indhold er en væsentlig del af vores demokrati, men den fulde værdi realiseres først i mødet med borgerne som en del af den offentlige samtale.

Udover en målretning af adgangskravene og en modernisering af udmålingskriterierne i en ny grundstøtteordning, foreslår udvalget også at udvide omfanget af innovationsstøtten og lempe kravene, så flere nye ideer

og mindre medier vil kunne opstå og have tid til at bygge en bæredygtig forretning. Ved at gøre innovationsstøtten mere fleksibel, risikovillig og effektiv vil flere projekter kunne løftes fra vision til vækst, alt imens dansk publicisme vil få ny næring, og det samlede udbud vil vokse.

Forudsætningen for en vellykket demokratisering og fremtidssikring af mediestøtten er, at der samtidig sker en *forenkling* af den. Der er over tid opstået en række ordninger med forskelligartede vilkår, hvilket gør det unødigt kompliceret at finde rundt i ordningerne, øger risikoen for at belønne støttespekulation og kan give et uhensigtsmæssigt indtryk af, at politikere ønsker at favorisere bestemte medier eller koncerner.

Samtidig må der insisteres på, at der er en række grundlæggende principper, som er afgørende for, at et medie kan siges at være berettiget til offentlig støtte. Disse principper vedrører først og fremmest støtteintensitet, årsværk og hovedformål. Det er udvalgets klare overbevisning, at en støtteintensitet på maksimalt 35 pct. af de redaktionelle omkostninger er et passende niveau, hvis man fortsat skal sikre, at uafhængige nyhedsmedier primært er orienteret mod borgere, annoncører, og andre kunder, og undgå at skabe et indtryk af, at medierne er afhængige af den støtte, som politikerne bevilliger.

Udvalget anbefaler samtidig en styrkelse af mediestøttens fokus på hhv. lokale/regionale og fritstående nyhedsmedier. Disse medier er særligt vigtige for at sikre, at mediestøtten effektivt understøtter mangfoldighed. De lokale/regionale medier fordi de servicerer borgere og områder, der ikke altid dækkes af nationale nyhedsmedier, og de fritstående fordi de bidrager til mangfoldigheden i mediemarkedet og øger variationen i udbuddet. Samtidig har lokale/regionale titler og fritstående titler nogle specifikke udfordringer, der begrænser deres mulighed for at operere på rent kommercielle vilkår. For de lokale og regionale medier er det geografien, der begrænser markedsstørrelsen og indtægtsmulighederne, herunder annoncegrundlaget. For de fritstående medier er det fraværet af de synergier og den skalaøkonomi, som et koncernejerskab giver.

Fordi redigerede, publicistiske nyhedsmedier spiller en anden rolle i vores demokrati end andre typer af indholdsproducenter, anbefaler udvalget desuden at støtten fordeles til medier med en kritisk redaktionel masse med minimum to redaktionelle årsværk tilknyttet, hvoraf én skal være ansvarshavende redaktør. Overordnet må man forvente, at langt de fleste medier med et publicistisk hovedformål lever op til grundlæggende publicistiske og presseetiske principper, og i alle fald vil støtten kun være tilgængelig for dem, der påtager sig et redaktionelt ansvar, bl.a. under medieansvarsloven.

Det er således også bevidst, at udvalget ikke har fastsat eksplicitte kvantitative krav til nyhedsmediernes indhold i form af fx krav til indholdstemaer, andele af redaktionelt indhold og aktualitetsindhold, ud fra

en forudsætning – og en forventning – om, at publicistiske nyhedsmedier også har en (egen)interesse i at bedrive journalistisk virksomhed og bidrage til den demokratiske debat gennem dækning af emner med samfundsmæssig relevans. Samtidig mener udvalget, at frem for at vægten lægges på alsidigheden i det enkelte medies indhold, bør en ny ordning sikre, at den samlede population af støttede medier tilsammen dækker en bred vifte af emner fra forskellige perspektiver. På den måde styrkes mediepluralismen i bredeste forstand på baggrund af borgernes faktiske efterspørgsel.

Boks 1

Principper for en ny mediestøtte

Demokratisering	Færre omnibuslignende krav Lempede krav til årsværk Fastholdelse af titelloft
Fremtidssikring	En samlet definition på støtteberettigede medier Fuldstændig platformsneutralitet Modernisering af redaktionelle omkostninger
Forenkling	Én ny samlet grundstøtteordning Klarere og principielt begrundede kriterier

Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.

1.6. Kommissorium for udvalget

Det følger af ”Mediaaftale for 2023-2026: Samling om frie medier og stærkt dansk indhold” af 14. juni 2023 mellem regeringen (Socialdemokratiet, Venstre og Moderaterne) og Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Radikale Venstre og Dansk Folkeparti, at der skal nedsættes *”et udvalg med deltagelse af eksperter og repræsentanter fra mediebranchen, der skal foretage et udredningsarbejde, som kan danne grundlag for politiske overvejelser om den fremtidige indretning af den offentlige mediestøtte, herunder den redaktionelle produktionsstøttes hovedordning og supplementsordning samt innovationspuljen.”*

Udvalg om fremtidens mediestøtte har haft til opdrag at opstille mulige modeller for en mere teknologi- og platformsneutral mediestøtte, så støtten kan gøres tidssvarende i forhold til medieudviklingen.

Modellerne skal bidrage til produktionen af redaktionelt indhold til flest mulige borgere i Danmark og fremme nyhedsindhold i formater, der er relevante i forhold til danskernes mediebrug. Modellerne skal desuden øge borgernes muligheder for at holde sig informeret lokalt, regionalt og nationalt og have til formål at understøtte medier, hvis grundlæggende aktiviteter i altovervejende grad bidrager til at opfylde mediepolitiske formål af publicistisk karakter.

Modellerne skal desuden sikre forudsigelige rammer for medierne. Udvalget har i sit arbejde derfor tilstræbt, at mediestøtten så vidt muligt fordeles ud fra objektive og transparente kriterier, der bidrager til forudsigelige rammer for medierne samt overveje, hvordan krav og kriterier i en fremtidig mediestøtteordning i højere grad kan være platformsneutrale, imødekomme medieudviklingen og understøtte både mediepluralisme og journalistisk innovation i de danske medier.

Endelig har udvalget skullet vurdere behovet for, at nuværende støttemodtagere skal have tid til og mulighed for at indrette deres virksomhed efter de ændrede betingelser, og komme med forslag til, hvordan overgangen til en ny mediestøtteordning gennemføres mest hensigtsmæssigt. Udvalget har derudover haft til opgave at evaluere de nuværende mediestøtteordninger og afdække betydningen af de mest centrale udviklingstendenser inden for medieudvikling og mediebrug.

1.7. Medlemmer af udvalget

- **Rasmus Kleis Nielsen (formand)**, professor ved Københavns Universitet og Senior Research Associate ved Reuters Institute for the Study of Journalism ved University of Oxford.
- **Allan Boye Thulstrup**, forperson for Dansk Journalistforbund – Medier & Kommunikation (indstillet af Dansk Journalistforbund).
- **Anna Bisp Asghari**, programchef i Ungdommens Røde Kors.
- **Christina Blaagaard**, direktør for Teknologiens Mediehus og formand for Danske Medier (indstillet af Danske Medier).
- **Dicle Duran Nielsen**, administrerende direktør for Danske Medier (indstillet af Danske Medier).
- **Le Gammeltoft**, Global CCMO i Netcompany.
- **Mette Maix**, professionelt bestyrelsesmedlem og executive rådgiver.
- **Per Lyngby**, journalist og forhenværende chefredaktør.
- **Peter Normann**, rådgiver og bestyrelsesmedlem.
- **Søren Høgh Ipland**, direktør for Føljeton og forperson for Nye Medier (indstillet af Nye Medier).
- **Ulrik Haagerup**, stifter og direktør for Constructive Institute.

1.8. Metode og afgrænsning

Udvalget har afholdt i alt 13 møder i perioden fra september 2024 til oktober 2025. Udvalgsarbejdet har i udgangspunktet været baseret på desk research, men udvalget har også iværksat enkelte egne undersøgelser.

Udvalget har således bestilt rapporten *Betalingsvillighed for nyhedsmedier - Metastudie: De markedsmæssige implikationer af samspillet mellem nationale public service-nyhedsmedier og private medier*.

Udvalget har desuden delvist støttet udgivelsen af *Nyhedsmediernes innovationsstøtte 2014-2023*, der præsenterer en analyse af de første 10 års innovationsstøtte til nyhedsmedierne.

Udvalget har for begge rapporters vedkommende fået oplæg af forskerne bag. Endelig har udvalget af flere omgange haft oplæg fra Medienævnets formand, Vibeke Borberg. Desuden har udvalget nydt godt af en omfattende international forskning på området samt flere relevante nylige gennemgange af mediestøtteordninger i andre lande, gennemført blandt andet på vegne af Europa-Kommissionen⁴.

1.9. Rapportens struktur og indhold

Rapporten er struktureret, så den fører læseren fra en analyse af mediestøttens nuværende kontekst og udfordringer, over udvalgets principielle overvejelser, til de konkrete anbefalinger.

- **Kapitel 1** introducerer rapportens formål og baggrund. Kapitlet redegør for udvalgets kommissorium og tilgang samt de tre bærende principper for udvalgets anbefalinger: demokratisering, fremtidssikring og forenkling.
- **Kapitel 2** analyserer og evaluerer de nuværende mediestøtteordninger og identificerer de centrale udfordringer, der kalder på en modernisering.
- **Kapitel 3** udfolder udvalgets overordnede overvejelser og de tre bærende principper for en fremtidssikret mediestøtte.
- **Kapitel 4** præsenterer rapportens første hovedanbefaling: Forslaget til én ny, samlet grundstøtteordning, hvor ordningens formål, adgangskriterier og støttemekanismer beskrives i detaljer.
- **Kapitel 5** indeholder rapportens anden hovedanbefaling: Forslaget til en moderniseret og styrket innovationsstøtte, der skal fremme udvikling og vækst i mediebranchen.
- **Kapitel 6** redegør for de alternative mediestøttemodeller, udvalget har overvejet og begrunder, hvorfor disse enten er fravalgt eller anbefales til videre politisk overvejelse i andet regi.
- **Kapitel 7** beskriver udvalgets anbefalinger til en midlertidig overgangsordning, der skal sikre en stabil og forudsigelig implementering af reformen.
- **Kapitel 8** analyserer de forventede konsekvenser af de anbefalede ordninger, herunder omfordelingen af støtten mellem forskellige mediegrupper og de bredere samfundsmæssige gevinster.
- **Kapitel 9** behandler de EU-retlige rammer for reformen, som mediestøtten skal overholde.
- **Kapitel 10** beskriver den økonomiske ramme for de nye ordninger og finansieringen heraf.
- **Kapitel 11** skitserer den forventede proces og tidslinje for implementering af en ny mediestøtteordning.
- **Kapitel 12** afslutter rapporten med en samlet opsummering af udvalgets analyse og centrale anbefalinger.

⁴ Public financing of news media in the EU – Final study, Publications Office of the European Union, 2024, <https://data.europa.eu/doi/10.2759/08462>



2.

Analyse af den nuværende mediestøtte

2. ANALYSE AF DEN NUVÆRENDE MEDIESTØTTE

Den danske mediestøtte har i årtier understøttet et mangfoldigt udbud af nyheder, som er en grundsten i vores demokrati. Danskerne har i dag adgang til et bredt udvalg af medier, som de generelt har tillid til og er godt tilfredse med. For at sikre, at mediestøtten også i fremtiden bedst muligt kan understøtte en publicistisk infrastruktur, som borgerne har gavn af, analyseres og evalueres de nuværende ordninger i dette kapitel.

Formålet er at identificere, hvor systemet kan moderniseres og forenkles, så det afspejler en digital tidsalder og kan levere maksimal værdi for samfundet, uden at risikere at undergrave centrale principper om armslængde, transparens og uafhængighed.

2.1. Nuværende mediestøtteordninger

Mediestøtte betegner den direkte støtte til skrevne medier på ca. 540 mio. kr. årligt, som Medienævnet administrerer. Finansiering af public service-medier, nulmoms og øvrig støtte til medieformål er således ikke omfattet heraf.

Den nuværende mediestøttemodel fra 2014 afløste den tidligere distributionsstøtte og fokuserer i stedet på at støtte produktionen af journalistisk indhold. Den nuværende model er modelleret på baggrund af det såkaldte Dyremose-udvalgs rapport.

Boks 2

Formål med den nuværende mediestøtte

- At fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark.
- At sikre fortsat produktion og udbredelse af publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark, og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere.
- At understøtte væsentlige funktioner i et demokratisk samfund ved at sikre informationsspredning og debatskabelse samt ved at støtte det frie ord.

Kilde: Forslag til lov om mediestøtte (L 20, fremsat 2. oktober 2013).

Som følge af Mediaaftale 2023-2026 blev mediestøtten i 2024 ændret således, at der sker en større omfordeling af støtte til lokale og regionale nyhedsmedier, ligesom tekstkravet er blevet reduceret, så indhold bestående af lyd og levende billeder i højere grad kan støttes. Indtil ændringen har alle ordningerne under mediestøtten været målrettet

nyhedsmedier, men fra 2024 har den redaktionelle produktionsstøtte også kunnet ydes til to nye mediegrupper i form af ugeaviser og magasiner, jf. *Tabel 1*.

Tabel 1
Ordninger under mediestøtten

	REDAKTIONEL PRODUKTIONSSTØTTE	PROJEKTSTØTTE	SANERINGSSTØTTE
Mediegruppe			
Nyhedsmedier	Hovedordningen (Supplementsordningen)	Innovationspuljen	Saneringsstøtte
Ugeaviser	Ugeavispuljen		
Magasiner	Magasinpuljen		

Kilde: Lov om mediestøtte

Ovenstående mediestøtteordninger har på finansloven for finansåret 2025 en samlet bevilling på 541,5 mio. kr. De individuelle bevillinger fremgår nedenfor af *Tabel 2*. Der fastsættes ikke en egentlig bevilling på finansloven for Supplementsordningen, hvorfor dette beløb er teknisk beregnet.

Tabel 2
Bevillinger for mediestøtteordningerne på finansloven for 2025

Mediestøtteordning	Bevilling i mio. kr.
Støtte til nyhedsmedier	453,0
- heraf Hovedordningen	369,6
- heraf Supplementsordningen	50,1
- heraf Innovationspuljen	33,3
Øvrig redaktionel produktionsstøtte	
Magasinpuljen	32,1
Ugeavispuljen	56,4
I alt	541,5

Kilde: Finanslov for finansåret 2025

De enkelte ordninger gennemgås nærmere i det følgende.

2.1.1. Redaktionel produktionsstøtte til nyhedsmedier

Hovedordningen

Hovedordningen er den største enkeltstående ordning og har til formål at støtte nyhedsmediers produktion af redaktionelt indhold.

For at modtage støtte skal et medie opfylde en række adgangskriterier, der skal sikre, at støtten går til medier, som medvirker til at fremme formålet med støtten, jf. *Boks 3*.

Boks 3

Adgangskriterier for redaktionel produktionsstøtte til nyhedsmedier

Nyhedsmediet skal bl.a.:

- have et skrevet indhold, der udgør mindst en tredjedel af mediets samlede indhold,
- være et selvstændigt medie med en ansvarshavende chefredaktør,
- have minimum tre lønnede redaktionelle årsværk,
- henvende sig til en bred kreds af brugere,
- have et indhold, hvor mindst halvdelen er redaktionelt stof m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof,
- i det redaktionelle stof primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer, og
- have et indhold, hvor mindst en sjettedel af det samlede indhold er selvstændigt journalistisk bearbejdet,
- udkomme minimum ti gange om året.

Kilde: Lov og bekendtgørelse om mediestøtte

Den redaktionelle produktionsstøtte søges og tildeles for ét år ad gangen. Udmålingen af tilskuddet sker på baggrund af mediernes redaktionelle omkostninger i forhold til den på finansloven afsatte bevilling til formålet.

Tilskuddet kan maksimalt udgøre 35 pct. af et medies redaktionelle omkostninger, og et medie kan maksimalt opnå et tilskud på 12,5 mio. kr. Lokale og regionale medier kan dog opnå et øget tilskud på op til 18,5 mio. kr.

Ved en vurdering af, om nyhedsmediet er lokalt eller regionalt, lægges vægt på en række parametre, jf. *Boks 4*.

Boks 4

Parametre for lokale og regionale medier

For lokale og regionale medier lægges vægt på, om:

- en væsentlig andel af det redaktionelle stof behandler lokale eller regionale forhold i det pågældende geografiske område,
- en væsentlig andel af det selvstændigt journalistisk bearbejdede stof behandler lokale eller regionale forhold i det pågældende geografiske område,
- der i nyhedsmediet jævnligt optræder redaktionelt stof fra hele det pågældende geografiske område,
- nyhedsmediets hovedredaktion er placeret i det pågældende geografiske område, og
- nyhedsmediets branding og profil afspejler, at der er tale om et regionalt eller lokalt nyhedsmedie fra det pågældende geografiske område.

Kilde: Lov og bekendtgørelse om mediestøtte

Supplementsordningen

Supplementsordningen er en del af Hovedordningen. Gennem Supplementsordningen ydes der et supplerende tilskud til mindre, trykte landsdækkende dagblade. Supplementsordningen har til formål at opretholde en mangfoldighed i udbuddet af danske dagblade ved at understøtte ”særligt meriterede og samfundsønskelige nyhedsmedier”.

På grund af disse mediers udformning var vurderingen, at de ikke i tilstrækkelig grad blev understøttet økonomisk ved omlægningen til den nye mediestøtteordning i 2014. Supplementsordningen er på den måde en anerkendelse af, at små trykte landsdækkende medier har højere marginale omkostninger ved produktionen og distributionen af deres udgivelser end øvrige tilskudsmodtagere.

For at være omfattet af Supplementsordningen til trykte landsdækkende nyhedsmedier, skal det ansøgende medie – udover de generelle adgangskriterier for redaktionel produktionsstøtte i *Boks 3* – opfylde en række øvrige betingelser, jf. *Boks 5*.

Boks 5

Kriterier for at modtage supplerende tilskud

Nyhedsmediet skal:

- udkomme mindst fire dage om ugen.
- have et samlet oplag på under 40.000 eksemplarer pr. udgivelse.
- have et indhold, hvor mindst 75 pct. er redaktionelt stof m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.
- have et indhold, hvor minimum en tredjedel af det samlede indhold er selvstændigt journalistisk bearbejdet.
- have en dækningsgrad – dvs. oplag i forhold til antal husstande – på mindst 0,1 pct. i mindst 6 af 11 bladkredse.

Kilde: Lov om mediestøtte

Det supplerende tilskud dækker forskellen mellem mediets nuværende støtte og den højere støtte, det modtog under den gamle distributionsstøtteordning i 2012. Hvis et medie fx opnår det maksimale regulære tilskud på 12,5 mio. kr. under den redaktionelle produktionsstøtte og modtog 28,9 mio. kr. i tilskud under distributionsstøtteordningen, udgør det supplerende tilskud således 16,4 mio. kr. Det samlede tilskud kan ikke udgøre mere end mediets redaktionelle omkostninger, dvs. at støtteintensiteten i princippet kan udgøre op til 100 pct. af de redaktionelle omkostninger.

I forbindelse med den seneste medieaftale blev der indført en aftrapning af Supplementsordningen på fire pct. årligt i forligsperioden. Der blev således fastsat et loft på 96,0 pct. i 2024, 92,0 pct. i 2025 og 88,0 pct. i 2026 af det nuværende niveau for supplerende tilskud i Supplementsordningen.

Det er i den forbindelse væsentligt, at en eventuel fremtidig nedlæggelse af Supplementsordningen vil betyde, at de midler, der i dag er øremærket ordningen, vil blive overført til en ny ordning. Midlerne vil dermed komme alle øvrige støttedtagere til gode.

Kristeligt Dagblad og Information har oppebåret støtte fra Supplementsordningen siden 2014. Arbejderen modtog støtte fra Supplementsordningen indtil 1. maj 2019, hvor forlaget nedlagde sin trykte udgave.

2.1.2. Redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser og magasiner

Ugeavispuljen

Gennem Ugeavispuljen ydes tilskud til trykte og digitale skrevne lokale ugeaviser, der har et indhold, som er redigeret til et lokalt dansk publikum

og formidler selvstændigt journalistisk bearbejdet stof. Puljen blev etableret i medfør af Mediaaftale 2022-2025 og videreført med Mediaaftale 2023-2026.

Puljen skal fremme lokaljournalistik til borgerne og understøtte nyhedsformidlingen og nærdemokratiet i lokale og regionale områder.

For at modtage redaktionel produktionsstøtte, skal den ansøgende ugeavis opfylde en række adgangskriterier, jf. *Boks 6*.

Boks 6

Adgangskriterier for redaktionel produktionsstøtte til ugeaviser

Ugeavisen skal bl.a.:

- have et skrevet indhold, der udgør mindst en tredjedel af mediets samlede indhold,
- være en selvstændig ugeavis med en ansvarshavende chefredaktør,
- have minimum et halvt lønnet redaktionelt årsværk,
- i det redaktionelle stof dække flere forskellige emner,
- have et indhold, hvor mindst en fjerdedel er redaktionelt stof m.v.,
- i det redaktionelle stof overvejende behandle nyhedsstof i form af lokalt stof,
- have et indhold, hvor mindst en tolvtedel af det samlede indhold er selvstændigt journalistisk bearbejdet,
- udkomme minimum 12 gange årligt.

Kilde: Bekendtgørelse om støtte til ugeaviser

Udmålingen af tilskuddet sker – som for Hovedordningen – på baggrund af mediernes redaktionelle omkostninger i forhold til den på finansloven afsatte bevilling til formålet. Ugeavispuljen søges og tildeles for ét år ad gangen.

Tilskuddet kan maksimalt udgøre 60 pct. af et medies redaktionelle omkostninger (maksimal støtteintensitet). Et medie kan maksimalt opnå et tilskud på 1 mio. kr. årligt. Ugeavispuljen er ikke omfattet af koncernloftet.

Magasinpuljen

Magasiner er ikke omfattet af nulmoms og har ikke kunnet få redaktionel produktionsstøtte, fordi de ikke har kunnet imødekomme Hovedordningens krav til redaktionelt stof, aktuelt nyhedsstof og kravet om at være et selvstændigt medie. Der blev i medfør af Mediaaftale 2023-2026 derfor etableret en ny pulje, hvorfra der ydes støtte til magasiner med publicistisk indhold.

Gennem Magasinpuljen ydes tilskud til trykte og digitale magasiner og magasiner med et indhold primært bestående af levende billeder og lyd med en redaktionel produktion af samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter, der bidrager til den offentlige debat, samfundets oplysning,

meningsdannelse eller kulturel berigelse. Puljen skal således fremme magasiner med publicistisk indhold.

For at modtage redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner, skal det ansøgende medie opfylde en række adgangskriterier, jf. *Boks 7*.

Boks 7

Adgangskriterier for redaktionel produktionsstøtte til publicistiske magasiner

Det publicistiske magasin skal bl.a.:

- have et skrevet indhold, der udgør mindst en tredjedel af mediets samlede indhold,
- være et selvstændigt publicistisk magasin med en ansvarshavende chefredaktør,
- have minimum halvandet lønnet redaktionelt årsværk,
- have et indhold, hvor mindst en tredjedel af det redaktionelle stof har samfundsmæssig, politisk eller kulturel karakter,
- have et indhold, hvor mindst halvdelen er redaktionelt stof m.v. i det redaktionelle stof dække flere forskellige emner, eller behandle ét emne generelt og fra flere og brede synsvinkler,
- have et indhold, hvor mindst en sjettedel af det samlede indhold er selvstændigt journalistisk bearbejdet,
- være redigeret til et dansk publikum,
- udkomme minimum 6 gange årligt.

Kilde: Bekendtgørelse om støtte til publicistiske magasiner

Udmålingen af tilskuddet sker – som for Hovedordningen og Ugeavispuljen – på baggrund af mediernes redaktionelle omkostninger i forhold til den på finansloven afsatte bevilling til formålet. Magasinpuljen søges og tildeles for ét år ad gangen.

Tilskuddet kan maksimalt udgøre 35 pct. af et medies redaktionelle omkostninger (maksimal støtteintensitet). Et medie kan maksimalt opnå et tilskud på 3 mio. kr. årligt. Magasinpuljen er ikke omfattet af koncernloftet.

2.1.3. Redaktionelle omkostninger som støtteudmålingsgrundlag

Fælles for Hovedordningen, Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Magasinpuljen er, at udmålingen af tilskuddet sker på baggrund af mediernes redaktionelle omkostninger i forhold til den på finansloven afsatte bevilling til formålet.

Redaktionelle omkostninger er de omkostninger, der er forbundet med produktion af redaktionelt indhold til det pågældende medie.

Til de redaktionelle omkostninger kan bl.a. medregnes løn til medarbejdere med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave. Det omfatter fx

journalister, fotografer, researchere og layoutere. Det omfatter fx ikke webdesignere, layoutere og grafikere, der arbejder med reklame, eller controllere, der arbejder med økonomi.

Det er kun rene lønomkostninger, der kan medregnes, mens andre former for personaleomkostninger, fx personalegoder, forsikringsordninger, rejseomkostninger, ikke kan medregnes.

Omkostninger som fx udgifter til el, varme, husleje og rejser kan heller ikke medregnes.

2.1.4. Innovationspuljen (projektstøtte)

Fra Innovationspuljen ydes der projektstøtte til etablering af nye nyhedsmedier og udvikling af eksisterende nyhedsmedier. Innovationspuljen skal herigennem medvirke til at understøtte mediestøttelovens formål om at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder.

Innovationspuljen blev introduceret sammen med den øvrige omlægning af mediestøtten, der trådte i kraft i 2014 og afløste de ordninger under Dagbladsnævnet, der ydede etablerings- og omstillingsstøtte.

Puljens udgangspunkt er, at den skal være risikovillig ved at være enten en opstartspulje for nyetablerede virksomheder eller ved at støtten kan gå til forsøg med anvendelse af ny teknologi eller den infrastruktur, som anvendes til formidling af nyhedsmediers indhold.

Ordningen blev som følge af Mediaaftale 2023-2026 ændret sådan, at den – til forskel fra de øvrige ordninger under mediestøtten – nu er fuldstændig platforms- og teknologineutral, og at støtten således kan ydes til alle typer af nyhedsmedier, der opfylder kravene.

Etableringstilskud kan ydes til opstart af nyhedsmedier, der ikke ville kunne startes på markedsvilkår, men som har mulighed for at kunne blive en bæredygtig forretning på sigt. Støtten skal medvirke til, at der fortsat er fokus på at styrke innovation og udvikling uden for de etablerede medievirksomheder. Hensigten med etableringsstøtteordningen er at reducere adgangsbarriererne på markedet, således at nye aktører får mulighed for at afprøve nye, innovative ideer, uden at allerede etablerede aktører har en begrænsende konkurrencefordel.

Udviklingstilskud kan ydes til projekter, der sigter på at fastholde, forbedre eller udvikle produktion og formidling af det redaktionelle indhold. Det kan således være projekter, som eksempelvis retter sig mod produktudvikling, markedsudvikling, forretningsudvikling og indholdsudvikling, så længe projekts hovedformål vedrører formidling af det redaktionelle indhold. Udviklingsstøtten har således til hensigt at øge de etablerede medievirksomheders incitament til fortsat udvikling i tråd med markedet, medieudviklingen, nye teknologier og ændrede forbrugermønstre.

For at modtage støtte fra Innovationspuljen skal det ansøgende medie opfylde de samme krav som for Hovedordningen. Kravet om redaktionelle årsværk er dog lempet, så der blot stilles krav om minimum ét lønnet redaktionelt årsværk. Ansøgere om etableringsstøtte skal først opfylde betingelserne et halvt år efter tilsagn.

Dertil foretager Medienævnet en konkret vurdering af, om det projekt, der er genstand for ansøgningen, er inden for rammerne af ordningen. I vurderingen heraf lægger Medienævnet vægt på en række forhold, jf. *Boks 8*.

For begge typer af tilskud skal ansøger stille med en egenfinansiering på hhv. 40 pct. for etableringsprojekter og 60 pct. for udviklingsprojekter. Medienævnet kan desuden beslutte at reducere egenfinansieringsgraden til minimum 25 pct., hvis etableringsprojektet har særlig betydning for børn, unge eller andre særlige grupper i samfundet.

For at understøtte udviklingen af nye mindre og uafhængige nyhedsmedier, er det kun virksomheder med en årlig omsætning på under 250 mio. kr., der kan ydes udviklingstilskud til.

Boks 8

Vurdering af etablerings- og udviklingsprojekter

For projekter vedr. etablering af et nyhedsmedie lægges bl.a. vægt på:

- I hvilken grad projektet vurderes at være egnet til at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder.
- I hvilken grad mediet vurderes at kunne blive økonomisk selvbærende efter støtteperiodens udløb.

For projekter vedr. udvikling af et eksisterende nyhedsmedie lægges bl.a. vægt på:

- I hvilken grad projektet vurderes at bidrage til at understøtte nytænkning og innovation.
- I hvilken grad projektet vurderes at kunne få en økonomisk og positiv langsigtet effekt på mediet.
- I hvilken grad projektet er egnet til at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder.

Kilde: Forslag til lov om mediestøtte

Støtten udmåles efter en faglig vurdering af Medienævnet på baggrund af det ansøgte beløb i forhold til projektet i sin helhed, herunder om de respektive projektaktiviteter er tilskudsberettigede, og om egenfinansieringen er godtgjort. Medienævnet kan således også træffe afgørelse om delvist tilsagn i form af et mindre tilskud end det ansøgte.

Der er intet loft for størrelsen på det ansøgte beløb. Det højeste tilskud, der hidtil er bevilget, er på 4,37 mio. kr. Eventuelle overskydende midler i puljen overføres til fordeling i den redaktionelle produktionsstøtte.

Tilskud til etablering kan maksimalt ydes for en treårig periode. For udviklingsprojekter vil Medienævnet i særlige tilfælde kunne yde støtte i en længere periode, hvis det vurderes hensigtsmæssigt. Støtten må imidlertid ikke få karakter af permanent driftsstøtte.

2.1.5. Saneringsstøtte

Saneringsstøtte kan ydes til nyhedsmedier, som er kommet i likviditetsvanskeligheder. Formålet med saneringsstøtten er at forhindre en umiddelbart forestående lukning og medvirke til at sikre mediets videreførelse.

For at et nyhedsmedie kan komme i betragtning til saneringsstøtte, skal der være betydelig risiko for, at nyhedsmediet uden støtte må indstille sine aktiviteter og eventuelt gå i betalingsstandsning i løbet af kort tid, og at der ikke vil være reelle muligheder for at tilvejebringe det fornødne økonomiske grundlag fra anden side.

For at modtage saneringsstøtte, skal det ansøgende medie opfylde de samme adgangskriterier som for Hovedordningen. Det er dog ikke et krav, at mediet modtager støtte fra ordningen. En ansøgning om saneringsstøtte skal dertil være ledsaget af en behovsspecifikation, jf. *Boks 9*.

Boks 9

Krav til ansøgning om saneringsstøtte

Ansøgningen skal bl.a. indeholde følgende:

- Dokumentation for, hvornår nyhedsmediet vil gå i betalingsstandsning/lukkes, hvis der ikke ydes støtte.
- Drift-/balancebudget for det kommende år på månedsbasis.
- Dokumentation for, at det ansøgte støttebeløb er tilstrækkeligt og samtidig ikke højere end nødvendigt.
- Beskrivelse af virkning af eventuel støtte, herunder hvordan ansøger vil udnytte tiden med saneringsstøtte til at gøre driften mulig på kort sigt og planlægge initiativer, der kan gøre driften rentabel på lang sigt.
- Hvad sandsynligheden for overlevelse er på lidt længere sigt.

Kilde: Lov og bekendtgørelse om mediestøtte.

Tildeling af tilskud til sanering forudsætter, at der er en rimelig grund til at antage, at nyhedsmediet vil kunne fortsætte længe nok til, at der kan foretages en kvalificeret vurdering af nyhedsmediets videre drift og beståen. Ansøgning om saneringsstøtte kan søges og tildeles løbende.

Støtten ydes som lån eller lånegarantier. Lån skal tilbagebetales, og garantier skal ophæves inden for seks måneder af den første rate til

nyhedsmediet. Støtten skal være begrænset til, hvad der er nødvendigt for at holde nyhedsmediet kørende i den periode, som støtten er godkendt for.

Medienævnet har i ordningens levetid kun modtaget én ansøgning, som blev afvist.

2.2. Evaluering af de nuværende mediestøtteordninger

2.2.1. Hovedordningen

Antallet af modtagere af redaktionel produktionsstøtte til nyhedsmedier er i ordningens levetid overordnet set vokset fra 62 tilskudsmodtagere i 2014 til 75 i 2025.

Omlægningen i 2014 markerede et vigtigt skifte, hvor mediestøtte gik fra at være erhvervsstøtte til at være demokratistøtte. Fokus kom på indholdet, og der fulgte en række nye krav til medierne. Allerede fra starten blev disse krav dog kritiseret for at være bagudskuende og at favorisere traditionelle omnibusmedier. Udover at den nye mediestøtteordning nu blev målrettet nyhedsmedier, stillede den således også en række nye krav til ansøgerne i form af krav til antal årsværk, andele af redaktionelt indhold og egenproduktion samt behandling af specifikke temaer.

Nyhedsmedier

En gennemgående kritik har været, at det er diskriminerende og konkurrenceforvridende, at Hovedordningen alene er målrettet nyhedsmedier, når nyhedsbegrebet i sig selv er under stadig forandring, og der på tværs af befolkningen kan være forskellige opfattelser af, hvad en nyhed er. Samtidig findes der også publikationer, som bidrager til samfundet på forskellig vis, selvom de ikke beskæftiger sig med aktuel nyhedsformidling.

Tilføjjelsen af nye puljer under mediestøtten har betydet, at nogle af disse publikationer nu har kunnet opnå støtte. De nye puljers lempede krav har imidlertid også betydet, at nogle medier, som på grund af deres størrelse eller organisering har været afskåret Hovedordningen, nu har indfundet sig i disse nye puljer, selv om de har mere karakter af nyhedsmedier.

På den måde har mediestøtteordningernes forskellige definitioner af støtteberettigede medier gjort systemet mere komplekst og mindre transparent i forhold til, hvad der kan støttes og hvorfor. Når der også i Ugeavispuljen og Magasinpuljen kan findes eksempler på publicistiske nyhedsmedier, bliver systemet både for ansøgere og for borgere mere uigennemskueligt, end det behøver at være.

Selvom øremærkede puljer kan være egnede til at opfylde politisk definerede formål med mediestøtten, kan de således også bidrage til at opretholde kunstige distinktioner mellem mediegrupper, som er i indbyrdes konkurrence om de samme læsere og annoncører, og som borgerne i deres

daglige medieforbrug ikke skelner imellem. De kan også resultere i, at der blandt tilskudsmodtagerne er titler, hvis støtteberettigelse kan være svær af forklare til de borgere, der i sidste ende finansierer mediestøtten.

Kvalitative indholdskrav

Mediestøtteordningen betoner en emne- og modtagermæssig spændvidde gennem krav om bred kreds af brugere, bredt emneområde og behandling af politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer. Kravene har haft til formål at understøtte, at mediestøtten gives til medier, der reelt understøtter mediestøttens formål, men har i praksis medført, at en mindre gruppe fagspecifikke nichemedier ikke har kunnet modtage støtte.

Kravene tager nemlig udgangspunkt i en forældet forståelse af nyhedsmedier af omnibuskarakter, der ikke modsvarer, hvordan medier i dag foretager deres redaktionelle prioriteringer. Særligt betingelsen om, at mediet i det redaktionelle stof skal behandle kulturelle temaer har vist sig disproportionalt i en tid, hvor flere medier nedprioriterer kulturstoffet, og har ført til særegne konstruktioner, hvor kravet fx opfyldes ved at have en sektion med anmeldelse af faglitteratur uden synergier med mediets øvrige indhold.

Selvom loven definerer disse krav, gør deres kvalitative karakter, at den endelige afgørelse altid vil være baseret på Medienævnets skøn. Skønsmæssige vurderinger giver mulighed for at anlægge en helhedsbetragtning på det enkelte medie og gør afgørelsen uafhængig af hårde grænseværdier, der ultimativt kan betyde, at én artikel kan være udslagsgivende for, om et medie er støtteberettiget, men indebærer også en risiko for en uensartet praksis, da skønsmæssige afvejninger kan ændre sig på tværs af tid og ordninger.

Kvantitative indholdskrav

De kvantitative krav om at støttede medier skal have bestemte andele af redaktionelt indhold og egenproduktion er med til at sikre et alsidigt medieindhold og medieudbud.

Kriteriet om at et nyhedsmedie skal have et indhold, hvor mindst halvdelen er redaktionelt stof, medvirker til at sikre, at støtten gives til medier med produktion af redaktionelt indhold og ikke anvendes til at understøtte medier, der overvejende består af annoncer, annoncørbetalt indhold, har interessefremmende karakter mv. Kravet lægger sig samtidig i forlængelse af øvrig lovgivning, der også fastsætter krav om tydelig adskillelse af kommercielt og redaktionelt indhold af hensyn til brugerne.

Kravet har dog i praksis vist sig svært at administrere, fordi der ikke er en entydig definition af, hvad redaktionelt indhold er, og både den grafiske fremtoning og de bagvedliggende redaktionelle processer kan derfor være udslagsgivende for kategoriseringen. Samtidig er det for digitale medier blevet vanskeligere at opgøre andele af redaktionelt indhold, da indholdet

kan ændre sig i tid og rum. Selvom der i princippet er tale om en objektiv grænseværdi, er Medienævnet derfor i stigende grad nødt til at foretage kvalitative vurderinger af om kravet er opfyldt.

Det samme gør sig gældende for kravet om egenproduktion, der har til formål at sikre, at mediet har et minimum af originalt og unikt indhold. Bestemmelsen sætter således en grænse for, i hvor høj grad støttede medier kan anvende fx stof fra nyhedsbureauer og genbruge stof på tværs af titler ejet af samme koncern.

Allerede i den nuværende mediestøtteordning mudres grænserne mellem egenproduktion og -redaktion, og stiller ikke blot spørgsmålstejn ved, hvor meget eksisterende redaktionelt indhold skal være bearbejdet før det kan medtælles som selvstændigt bearbejdet, men også om "originalt" AI-genereret indhold, der er bearbejdet eller udvalgt på baggrund af sin specifikke relevans, bør kunne anses som egenproduceret redaktionelt indhold.

Samtidig har den nuværende formulering om, at indholdet skal være selvstændigt journalistisk bearbejdet svært ved at indfange en udvikling, hvor "prompting" og produktion i højere grad kan sidestilles, og hvor mere redaktionelt indhold nok kan være igangsat på baggrund af menneskeligt initiativ, men slutproduktet i mindre grad behøver være et resultat af menneskelig frembringelse.

Organisering

Netop princippet om menneskelig tilstedeværelse er også det, der ligger bag kravet om redaktionelle årsværk: at sikre at støttede nyhedsmedier grundlæggende har et redaktionelt miljø, der kan understøtte en nyhedsproduktion af tilstrækkelig kvalitet. Kravet er således med til at sikre egentlige redaktionelle miljøer med en kritisk masse i forhold til overholdelse af journalistiske standarder, medieetiske retningslinjer mv.

Den teknologiske udvikling har imidlertid gjort det muligt at drive et medie med færre medarbejdere. Mindre medier, der i øvrigt opfylder kravene og leverer samfundsmæssig nyhedsproduktion, kan således være afskåret fra støtte alene af denne grund.

Samtidig omfatter den nuværende definition af redaktionelle årsværk ikke freelancere, selvom de udgør en vigtig del af moderne og dynamisk medieøkonomi og ofte arbejder på lige fod med de fastansatte eller indtager specialistfunktioner, der kan være forretningskritiske for det enkelte medie.

2.2.2. Ugeavispuljen

Ugeavispuljen søges årligt af omkring 150 medier. Støttemodtagerne udgøres både af koncernejede og fritstående trykte og internetbaserede ugeaviser. Mere end halvdelen af de støttemodtagende medier er trykte, koncernejede ugeaviser, mens de resterende er fritstående – og for

størstedelens vedkommende digitale – ugeaviser. I 2024 tegnede de fem store mediehuse sig således for ca. to tredjedele af tilskudsmodtagerne, og hjemtog tilsammen ca. 75 pct. af det uddelte beløb fra puljen, jf. *Tabel 3*.

Tabel 3
Ugeavispuljen 2024

	Antal titler	Tilskudsbeløb (mio. kr.)	Andel af puljen (pct.)
De fem største koncerner	89	40,4	75
- JFM P/S	39	17,3	32
- Sjællandske Medier A/S	27	14,5	27
- Jyllands-Postens Lokalaviser A/S	8	5,4	10
- Mediehusene Midtjylland	10	2,3	4
- Det Nordjyske Mediehus A/S	5	0,9	2
Øvrige	44	13,2	25
I alt	133	53,6	100

Anm.: Andelen er afrundet til nærmeste hele procent.

Kilde: Medienævnet, Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside.

Ugeavispuljen er et eksempel på en mediestøtteordning, hvor kravene til indhold og mediets organisering er lempet i en anerkendelse af, at denne mediegruppe – i hvert fald historisk – har været redaktionelt, forretningsmæssigt og organisatorisk forskellig fra de nyhedsmedier, der hidtil har modtaget støtte i Hovedordningen.

Kravene til andele af redaktionelt indhold er således væsentligt reduceret i forhold til Hovedordningen. Ligeledes er kravene til egenproduktion lempet både kvantitativt og kvalitativt, sådan at bidrag fra frivillige og løst tilknyttede lokale bidragsydere i højere grad kan tælles med som egenproduktion. Endelig er kravet om redaktionelle årsværk sænket betragteligt.

Den afgrænsede pulje til ugeaviser tager på den måde et særligt hensyn til, at mange ugeaviser i dag produceres af få personer eller på fællesredaktioner, og for manges vedkommende næsten udelukkende er finansieret af annoncer, der traditionelt har udgjort grundlaget for deres forretningsmodel og derfor fortsat også udgør en stor andel af indholdet.

På trods af de lempede krav til hhv. redaktionelt indhold og egenproduktion, er det dog ofte disse to krav, der har udgjort de primære afslagsbegrundelser. Ligesom i Hovedordningen har det vist sig vanskeligt entydigt at adskille redaktionelt indhold fra annoncer i forhold til denne mediegruppe.

Det samme gør sig gældende for kravet om egenproduktion, hvor det er blevet sværere at identificere, hvornår noget kvalificerer sig som egentligt unikt redaktionelt og originalt indhold produceret med henblik på publicering i den pågældende ugeavis. Dette forhold kompliceres yderligere for de koncernejede ugeaviser, hvor indholdet ofte distribueres på tværs af forskellige udgivelser og platforme, og det dermed bliver svært at identificere, hvor det blev publiceret først.

Det sænkede årsværkskrav har på den anden side betydet, at medier, som alene af denne grund har været afskåret fra Hovedordningen, nu har kunnet opnå mediestøtte. Til denne gruppe hører bl.a. de fritstående lokalmedier. På den måde har ordningen hjulpet disse medier videre i deres vækst og for nogle medier betydet, at de har kunnet overgå til Hovedordningen senere.

På denne vis har Ugeavispuljen illustreret, at selv lempede krav til redaktionelt indhold og egenproduktion ikke har gjort håndteringen heraf nemmere, og at tiden måske er løbet fra sådanne indholdskrav.

Omvendt har det sænkede årsværkskrav demonstreret, at også medier med færre end tre årsværk kan bedrive støtteværdig journalistik, ligesom puljen også har åbnet op for, at redaktionelle bidrag fra løst tilknyttede bidragsydere i højere grad anerkendes.

De lempede krav kan dog få den utilsigtede effekt, at de alene tilskynder til minimumsopfyldelse og ikke til en øget redaktionel produktion eller ansættelse af flere årsværk, selvom det egentlig er rationalet bag mediestøtten.

Det er udvalgets vurdering, at Ugeavispuljen har tilgodeset og til dels løftet en mediegruppe, der i årevis har været under pres. Det er imidlertid også udvalgets oplevelse, at puljen i praksis består af to typer af medier, der både mediehistorisk, organisatorisk og redaktionelt er forskellige.

Den ene gruppe er de klassiske, koncernejede printugeaviser. De er typisk annoncefinansierede og har historisk set understøttet økonomien i de lokale dagblade.

Den anden gruppe er nyere, ofte hyperlokale og digitale medier. De er typisk fritstående og drives af medieiværksættere, ofte med brugerbetaling som en del af forretningen.

2.2.3. Magasinpuljen

Der er i omegnen af 30 medier, der modtager tilskud fra Magasinpuljen. Omtrent en fjerdedel af tilskudsmodtagerne udgøres af medier, der traditionelt set er blevet betragtet som ugeblade. Da netop denne type medier typisk har flere ansatte og dermed højere redaktionelle omkostninger end de traditionelle magasiner, modtager de en tilsvarende større andel af puljen. I 2024 tegnede de tre store magasinhuse sig for ca. tre fjerdedele af tilskudsmodtagerne og har tilsammen hjemtaget 93 pct. af det udelte beløb fra puljen, jf. *Tabel 4*.

Tabel 4
Magasinpuljen 2024

	Antal titler	Tilskudsbeløb (mio. kr.)	Andel af puljen (pct.)
De tre største koncerner	25	28,2	93
- Aller Media A/S	8	13,5	44
- Story House Egmont A/S	9	8,1	27
- Bonnier Publications A/S	8	6,6	22
Øvrige	7	2,3	7
I alt	32	30,5	100

Anm.: Andele afrundet til nærmeste hele procent.

Kilde: Medienævnet, Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside.

Ligesom Ugeavispuljen, har Magasinpuljen også introduceret flere lempede krav i forhold til Hovedordningen, herunder både i forhold til mediets indhold og karakter.

Særligt kravet til tematisk indhold af hhv. samfundsmæssig, kulturel og politisk karakter – også kendt som ”omnibuskravet” – er både kvantitativt og kvalitativt lempet, idet kravet kan opfyldes ved tilstedeværelse af blot ét af temaerne, ligesom definitionen af disse er bredere end i Hovedordningen. Samtidig gælder der ikke på samme måde et aktualitetskrav, hvilket er afspejlet i både kravene til mediets indhold og udgivelsesfrekvens.

Endvidere afspejler det reducerede krav til redaktionelle årsværk en virkelighed, hvor magasinerne i højere grad anvender – ofte specialiserede – freelancere i indholdsproduktionen. Redaktionen skal dog stadig bestå af fastansatte medarbejdere, som sammen med den ansvarshavende redaktør udgør minimum 1,5 lønnet redaktionelt årsværk.

For så vidt angår udmålingskriterierne og omfordelingsmekanismer er disse også delvist parallelle til Hovedordningen. Den enkelte titel kan dog

maksimalt opnå en støtte på 3 mio. kr. årligt. Tilskudsloftet medfører herved, at støtteintensiteten for publicistiske magasiner er lavere end for nyhedsmedierne i Hovedordningen. Hvis magasinerne – herunder i særlig grad ugebladene – blev omfattet af Hovedordningen, hvor lofterne er højere, ville det alt andet lige betyde, at de ville hjemtage en større del af puljen.

Magasinpuljen kan på den måde også ses om en prøveballon for en række nye, redefinerede og lempede adgangs- og udmålingskriterier. Herved har puljen også demonstreret, hvordan man med anvendelse af en fokuseret formålsbeskrivelse og understøttende adgangskriterier kan indføre afgrænsede støtteinitiativer målrettet specifikke grupper.

Omvendt har tilføjelsen af endnu en ordning målrettet bestemte mediegrupper og med differentierede kriterier bidraget til at øge det samlede systems kompleksitet. Selvom Magasinpuljen er modelleret efter de samme principper som Hovedordningen, opererer den stadig med hhv. lempede adgangskriterier og skærpede udmålingskriterier. Det gør ikke blot indtrykket af systemet mere fragmenteret og sværere at forvalte, men overser samtidig, at særligt nyhedsmedier og magasiner i deres daglige virke ofte konkurrerer om de samme historier, brugere og annoncører.

2.2.4. Saneringsstøtte

Udvalget har overvejet om saneringsstøttens formål fortsat har sin relevans, og om der er behov for en sådan ordning i mediestøtten, særligt henset til, at den ikke har fundet anvendelse.

Det er udvalgets vurdering, at saneringsstøtten i praksis ikke har fungeret. Selvom formålet med ordningen er hæderligt, er processen kompleks og bureaukratisk. Ønsket om at afhjælpe et nyhedsmedies akutte likviditetsvanskeligheder og forestående lukning står således i kontrast til de dokumentationskrav og godkendelsesprocedurer, som ordningen fordrer.

I tråd med udvalgets tilgang om at forenkle mediestøttesystemet og dets princip om, at uafhængige nyhedsmedier primært skal være orienteret mod borgerne og ikke være afhængige af offentlig støtte, anbefales det derfor, at ordningen nedlægges.

2.2.5. Innovationspuljen – etablering

Af den samlede uddeling fra innovationspuljen på ca. 176 mio. kr. i perioden 2014-2023 er 48 pct., svarende til 85 mio. kr., gået til etableringsprojekter. Midlerne har bidraget til etableringen af 44 nye nyhedsmedier, hvoraf 31 fortsat eksisterer. 11 af de fortsat eksisterende nyhedsmedier er siden overgået til almindelig produktionsstøtte, hvortil etableringsstøtten således har skullet fungeret som en fødekædeordning. Eksempler herpå er bl.a. Børneavisen, Zetland og Science Report. Dertil er enkelte medier efter udløbet af deres etableringsstøtte overgået til Ugeavispuljen.

Udvalget har drøftet, om en ny mediestøtteordning fortsat skal have som formål at yde støtte til etablering af nyhedsmedier, og om dette formål bedst opfyldes gennem en særskilt ordning. Udvalget har desuden drøftet, om etableringsstøtte fortsat skal ydes som projektstøtte med udgangspunkt i tilpasninger af den eksisterende ordning, eller om der skal indføres nye supplerende eller alternative initiativer.

Der er forskellige synspunkter i forhold til, om den nuværende etableringsstøtteordning har fungeret efter hensigten. Fra dele af branchen har ordningen løbende været kritiseret for bl.a. at være for bureaukratisk og ikke risikovillig nok. Omvendt konkluderes det i den nyligt publicerede forskningsrapport ”Nyhedsmediernes Innovationsstøtte 2014-2023” (som udvalget har medfinansieret), at ordningen overordnet har levet op til sit formål og har bidraget til etablering af nye medier.

I rapporten fremhæves det dog også, hvordan fordelingen af midler fra Innovationspuljen har udviklet sig i den undersøgte periode, hvor innovationsstøtten i stigende grad tilfalder ”udvikling” af eksisterende nyhedsmedier frem for ”etablering” af nye nyhedsmedier.

En række af de projekter, der ikke tildeles støtte får bl.a. afslag på grund af manglende opfyldelse af de økonomiske krav til egenfinansiering og bæredygtighed, eller fordi mediet ikke er et nyhedsmedie i mediestøttelovgivningens forstand. Samtidig har ændringen til en fuldstændig teknologi- og platformsneutral ordning i 2024 kun i begrænset omfang medført andre typer af ansøgere.

Den nuværende etableringsstøtte har beviseligt været med til at skabe nye medier og er det i et vist omfang stadig. Men de medier, der bliver skabt i dag, er ikke de samme som ved ordningens indførelse. Selvom ordningen formelt set stadig skal være risikovillig, har Medienævnet en bunden opgave i at administrere den ud fra gældende krav og kriterier, der for de flestes vedkommende er de samme som i 2014.

Kritikken fra branchen og forskydningen af midler mod udviklingsstøtten kan derfor indikere, at ordningens rammeværk med tiden er blevet overhalet af medieudviklingen, og at der ikke længere er det samme fit mellem kriterierne og ansøgerne. Det kan i sidste ende betyde, at ordningen ender med at stå i vejen for sit eget formål om styrke innovation og mangfoldighed i det danske mediemarked.

2.2.6. Innovationspuljen – udvikling

Af den samlede uddeling fra Innovationspuljen på ca. 176 mio. kr. i perioden 2014-2023 er ca. 52 pct., svarende til omkring 91 mio. kr., gået til udviklingsprojekter. 13 virksomheder har modtaget ca. halvdelen af den uddelte støtte i perioden.

Udvalget har drøftet om en ny mediestøtteordning fortsat skal have som formål at yde støtte til udvikling af nyhedsmedier, og om dette formål bedst opfyldes gennem en særskilt ordning. Udvalget har i forlængelse heraf drøftet, om udviklingsstøtte fortsat skal ydes som projektstøtte (øremærket bevilling) med udgangspunkt i tilpasninger af den nuværende ordning, eller om der skal indføres nye supplerende eller alternative initiativer til støtte af udvikling.

Der er forskellige synspunkter i forhold til, om den nuværende udviklingsstøtteordning har fungeret efter hensigten. Fra dele af branchen har ordningen – ligesom det var tilfældet med etableringsstøtten – været kritiseret for bl.a. at være for bureaukratisk og ikke risikovillig nok, mens ordningen også er blevet kritiseret for, at størstedelen af midlerne er tilfaldet større mediehuse, der i forvejen har udviklings- og innovationsafdelinger. Omvendt konkluderes det i den nyligt publicerede forskningsrapport ”Nyhedsmediernes Innovationsstøtte 2014-2023” (som udvalget har medfinansieret), at ordningen overordnet har levet op til sit formål og har bidraget til udviklingen af nye typer af nyhedsmedier samtidig med, at den også har understøttet de etablerede mediers udvikling i et presset og omskifteligt mediemarked.

De projekter, der får afslag, har ofte fået det med henvisning til, at det ansøgende medie ikke kan defineres som et nyhedsmedie i mediestøttelovgivningens forstand, eller at projektets karakter ikke er i overensstemmelse med ordningens formål. En række ansøgere får imidlertid også afslag, fordi de ikke opfylder konditionsmæssige krav og formalia. Nogle af disse afslag finder deres begrundelser i ordningens materielle krav til fx egenfinansiering og projektets effekt på mediet, mens andre er begrundet i ordningens rammeværk.

Ordningen er i dag ikke indrettet, så den kan understøtte samarbejdsprojekter i tilstrækkeligt omfang. Da der formelt set kun kan være én juridisk tilskudsmodtager og den ansøgende virksomhed skal opfylde adgangskravene, er det næsten umuligt at lave projekter på tværs af mediehuse eller med fx teknologivirksomheder. Det bremser innovation på tværs af fagligheder.

Det betyder også, at sådanne projekter ofte er endt med at søge støtte andetsteds, ligesom at projekter, der består af andre end nyhedsmedier, heller ikke kan komme i betragtning. Moderne medieprojekter opstår ofte i samarbejde mellem journalister, designere og udviklere – eller i partnerskaber mellem medier og andre videns- eller civilsamfundsaktører. Netop på grund af den danske mediebranches størrelse og de strukturelle udfordringer, som hele branchen oplever, er det ofte i kombinationen af fagligheder, ekspertise eller ressourcer, at synergier opstår. Herved risikerer ellers brancherelevante projekter aldrig at blive realiseret.

Fra 2024 har ordningen haft et omsætningsloft på 250 mio. kr. Omsætningsloftet blev foreslået for at understøtte udviklingen af nye, mindre og uafhængige nyhedsmedier. Selvom intentionerne bag omsætningsloftet er gode, har definitionen af koncernforbundne virksomheder i praksis haft utilsigtede konsekvenser. Enkelte ansøgere er blevet udelukket fra at kunne søge, alene fordi den formelle ejerskabskonstruktion har betydet, at den samlede koncerns omsætning oversteg loftet, selvom selve medievirksomheden var en selvstændig enhed med redaktionel frihed. Desuden kan der argumenteres for, at alle aktører bør have adgang til udviklingsstøtten på samme vilkår, da større mediehusene ofte har de bedre forudsætninger for at bedrive og bekoste innovation, der senere kan stilles til rådighed for den øvrige branche.

2.3. Potentialer for en mere tidssvarende mediestøtte

Analysen af de eksisterende ordninger og evalueringen heraf peger på en række klare potentialer for at modernisere mediestøttesystemet, så det endnu bedre kan understøtte et mangfoldigt mediebillede til gavn for alle borgere. Moderniseringen kan med fordel fokusere på tre tværgående temaer:

1. **Fra kompleksitet til enkelhed:** Det nuværende system består af flere særskilte puljer med forskellige regelsæt. Der er et potentiale i at skabe et enklere og mere sammenhængende system, der er lettere at forstå for både medier og borgere, og som anerkender, at kvalitetsjournalistik kan have mange former.
2. **Fra faste rammer til fleksible vilkår:** Flere af de nuværende adgangskriterier er udviklet i en anden medietid. Ved at modernisere disse er der potentiale for at understøtte nye, digitale medieformer og mere agile organisationsstrukturer, som kan levere væsentligt indhold til borgerne på nye måder.
3. **Fra kassetænkning til borgerens perspektiv:** Støtten er i dag opdelt efter medietyper (nyhedsmedier, ugeaviser, magasiner). For borgeren er denne skelnen ofte uvæsentlig. Potentialet ligger i at indrette en støtte, der i højere grad tager udgangspunkt i det indhold, borgerne reelt bruger, og som samfundet har en oplevet gavn af – nemlig relevant og tilgængeligt publicistisk indhold, der bidrager til og understøtter den offentlige samtale.

Mange af disse forbedringer bygger videre på de grundlæggende principper, der længe har nydt bred folkelig og politisk opbakning og har været centrale i mediestøtten de seneste år. Samtidig kan de fortsat anerkende, at der er grupper af medier – fx fritstående medier, som er særlig vigtige for mangfoldigheden og lokale/regionale titler, som også Mediaaftale 2023-2026 i høj grad fokuserede på – der spiller en særlig rolle.

De følgende afsnit nedenfor opsummerer, hvordan disse potentialer for modernisering viser sig i de enkelte dele af den nuværende mediestøtteordning:

Hovedordningen

Kravene om, at medier skal dække brede emneområder og have et bestemt antal fastansatte, har skullet sikre en vis kvalitet og substans. I en digital tidsalder, hvor borgerne i stigende grad søger specialiseret viden og nicheindhold på tværs af forskellige medier, er der dog et potentiale i at justere kravene, så de bedre afspejler moderne medieforbrug. Et stærkt nichemedie kan have lige så stor demokratisk værdi som et traditionelt omnibusmedie. Ligeledes er kravet om fastansatte medarbejdere en anerkendelse af værdien i at opretholde stabile redaktionelle miljøer. Men det anerkender i mindre grad den moderne medieøkonomi, hvor et netværk af faste freelancere i princippet kan udgøre kernen i et levedygtigt medie. En mere fleksibel tilgang til redaktionel organisering kan åbne for, at nye og mindre medier med innovative forretningsmodeller også kan bidrage til mediemangfoldigheden.

Ugeavispuljen og magasinpuljen

Oprettelsen af særskilte puljer til ugeaviser og magasiner var en anerkendelse af, at disse medier også leverer relevant indhold. Men denne opdeling fastholder en kategorisering, som primært tjener et administrativt formål og som i stigende omfang er ude af trit med virkeligheden. For borgerne i et lokalområde er det ikke afgørende om adgangen til journalistik om deres nærområde sker gennem en traditionel ugeavis eller et nyt digitalt lokalmedie. Det nuværende system opretholder en kunstig skelnen, som ikke er i tråd med borgernes medieforbrug. Der er et betydeligt potentiale i at samle støtten til lokalt og regionalt indhold i en mere sammenhængende model, der belønner publicistisk værdi, uanset medieplatform.

Innovationspuljen

Innovationspuljen har med succes hjulpet nye medier i gang. Analysen viser dog, at puljens nuværende rammer er barrierer for innovative projekter, herunder også på tværs af mediehuse og fagligheder. Moderne medieudvikling sker ofte i samarbejder mellem journalister, teknologer og designere eller i partnerskab med civilsamfundsaktører og vidensinstitutioner. Der ligger et potentiale i at justere ordningen, så den i højere grad kan understøtte hele det innovative økosystem frem for blot enkeltstående medier. Ved at gøre puljen mere fleksibel, risikovillig og effektiv kan puljen bidrage til at løfte flere dele af branchen, hvilket i sidste ende kommer borgerne til gode gennem flere, bedre og mere innovative medieprodukter.

Saneringsstøtten

Saneringsstøtten er i praksis stort set aldrig blevet brugt. Selvom intentionen om at redde lukningstruede medier er god, har ordningen vist sig at være for kompleks og bureaukratisk til at imødekomme et akut behov. I tråd med det overordnede ønske om at skabe et enklere og mere fokuseret system, er det oplagt at overveje, om det vil være mere hensigtsmæssigt at nedlægge ordningen. At afvikle ordningen vil være et naturligt skridt i

retning af at forenkle mediestøtten og fokusere ressourcerne dér, hvor de har størst effekt.

2.4. Behovet for en principbaseret reform

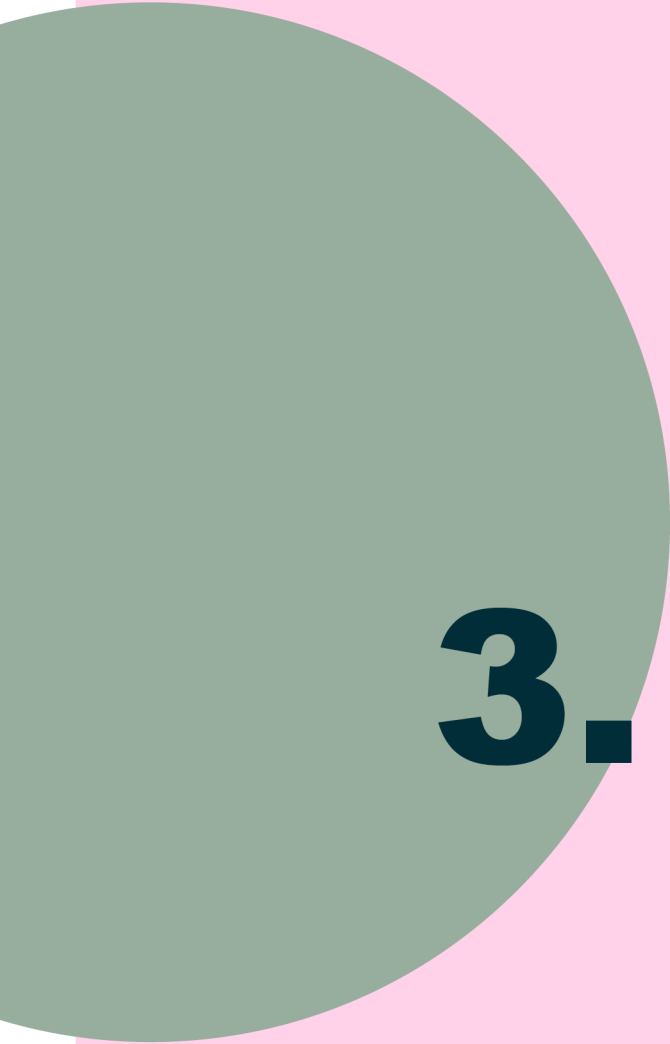
Den samlede analyse af de nuværende ordninger peger på et komplekst mediestøttesystem bestående af særskilte ordninger, historiske hensyn og forældede kriterier. Det udfordrer ikke kun ordningernes effektivitet og transparens, men også deres grundlæggende formålstjenlighed i en ny medievirkelighed.

Udvalgets vurdering er derfor, at tiden ikke er til flere justeringer eller nye særskilte ordninger, men til en grundlæggende og principbaseret reform. Det er tid til at modernisere mediestøtten.

Udvalgets arbejde bygger i høj grad videre på nogle af de stærkeste principper og praktiske elementer fra de eksisterende mediestøtteordninger, men analysen viser et klart behov for en model baseret på forenkling for at fjerne unødigt kompleksitet, fremtidssikring for at sikre teknologineutralitet og demokratisering for at åbne støtten for et bredere udsnit af publicistiske medier.

Alternativet er ordninger, der, i et mediebillede under stadig udvikling, i højere og højere grad fremstår som bagudskuende, usammenhængende, og i yderste konsekvens risikerer at blive set som en politisk begunstigelse af bestemte koncerner og titler.

Det udfordrer både mediestøttens effektivitet, formålstjenstlighed og demokratiske legitimitet, og det kan hverken de folkevalgte, medierne selv eller befolkningen være tjent med.



3. Overvejelser om fremtidens mediestøtte

3. OVERVEJELSER OM FREMTIDENS MEDIESTØTTE

3.1. Indledning

Udvalgets opgave er at komme med forslag til at modernisere den offentlige mediestøtte, så den tilpasses den aktuelle medieudvikling, og kan understøtte det danske demokrati i et medielandskab under konstant forandring. Mediestøtten skal sikre, at borgerne også fremadrettet har adgang til et alsidigt og mangfoldigt indhold fra uafhængige nyhedsmedier.

Gennem årene er den nuværende mediestøtteordning blevet udbygget til at omfatte en række forskellige formål, hvilket har øget dens kompleksitet.

Udvalget foreslår derfor en ny model for mediestøtte, der er forankret i en række overordnede principper. Disse principper skal sikre, at mediestøtten i højere grad baserer sig på en fremtidssikret, forudsigelig og gennemskuelig ordning, der primært understøtter produktionen og formidlingen af publicistisk indhold fra mange forskellige nyhedsmedier frem for at fungere som en støtte til bestemte mediegrupper, platforme og distributionsformer.

Udvalgets overvejelser om en ny mediestøtte kan sammenfattes i en række overordnede principper, som er uddybet i det følgende.

3.2. En demokratisering af mediestøtten

Mediestøtte er i sin kerne demokratistøtte. Dens formål er at sikre mediepluralisme og mangfoldighed, så alle borgere har adgang til et bredt udvalg af viden og uafhængig nyhedsjournalistik, og kan danne sig deres egne meninger på et oplyst grundlag.

Danmark har et unikt udgangspunkt. Vi har allerede et alsidigt mediebillede med en række konkurrerende private publicistiske nyhedsmedier, der i mange tilfælde har tilpasset sig forandringer bedre end de fleste etablerede medier i andre lande, og flere nye medier har etableret sig med succes. Vi er samtidigt blandt de lande i verden, der bruger flest midler på direkte mediestøtte, og vi har generelt en høj tillid til vores nyhedsmedier.

Men også i Danmark er der tendenser, der bør tages alvorligt. Udviklingen peger på, at mediemarkedet konsolideres, flere medier lukker og færre danskere betaler for nyheder, mens andre undgår dem helt. Risikoen er, at mediestøtten koncentrerer sig på færre medier og befolkningsgrupper, og støtten ender med at underminere sit eget formål om at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder til glæde for flest mulige borgere.

Hvis mediestøtten også i fremtiden reelt skal udgøre demokratistøtte, og vi som samfund fortsat skal kunne forsvare at prioritere i omegnen af en halv

milliard kr. årligt til dette formål, er det derfor afgørende med en gennemgribende modernisering af mediestøtten. Støtten skal komme et bredere udsnit af borgerne til gode, og borgerne skal opleve, at støtten tilfalder medier, som de selv og andre finder relevante, og som har en distinkt rolle i et hav af forskellige indholdsproducenter.

En ny model skal bygge videre på de nuværende principper ved fortsat at målrette støtten mod mediernes publicistiske kerneopgave, sikre redaktionel uafhængighed og fremme et mangfoldigt medielandskab. Samtidig skal den nye model skabe endnu bedre betingelser for alsidighed ved at åbne op for mindre og mere målrettede titler og sikre lige adgang for både nye og etablerede aktører.

Der er derfor behov for en demokratisering af mediestøtten, der har til formål at understøtte et større og bredere udsnit af uafhængige publicistiske titler, herunder særligt lokale og regionale medier, nichemedier samt mindre, nye og fritstående nyhedsmedier. Konkret bør adgangsbarriererne sænkes, så det bliver nemmere for nye og mindre medier at opnå støtte.

3.3. En fremtidssikring af mediestøtten

Mediestøtten bør fremtidssikres ved at omdanne den fra en ”bevarende støtte” til en ”muliggørende støtte”. Det forudsætter et opgør med støtteordninger, der baserer sig på distributionsformer, indholdstyper, forretningsmodeller og hævdvundne vilkår.

Dette princip indebærer fuld platforms- og teknologineutralitet. Medieudviklingen og digitaliseringen har i stigende grad udvisket de traditionelle skel mellem indholdsproduktion, teknisk udvikling, distribution og formidling, og i stigende grad også mellem forskellige mediegrupper. Derfor er der behov for at opdatere støttekriterierne, så de kan favne medieudviklingen og det digitaliserede medielandskab, der til stadighed muliggør nye medier, formater og platforme.

Fremtidens mediestøtte bør fokusere på nyhedsmediernes rolle i demokratiet og anerkende, at den samfundsmæssige værdi skabes i mødet mellem det publicistiske indhold og borgerne. Dette understøtter mediernes demokratiske funktion og tilskynder samtidig til fortsat udvikling – både publicistisk, redaktionelt, teknologisk og kommercielt.

3.4. En forenkling af mediestøtten

Den nuværende mediestøtteordning er over tid blevet udbygget med en række særskilte ordninger, der hver især er blevet tilføjet for at imødekomme specifikke formål. Med Ugeavispuljen og Magasinpuljen er der skabt nye muligheder for medier, der tidligere stod uden for ordningerne. Supplementsordningen har støttet mindre landsdækkende aviser, og det øgede tilskud til lokale/regionale medier har bidraget til at understøtte mediepluralismen under udfordrede vilkår.

De enkelte ordninger har på den måde hver især tjent berettigede, men partikulære formål. Samtidig har denne udvikling, hvor støtten er blevet tilpasset flere forskellige behov, ført til et mere komplekst og fragmenteret system. Udvalget foreslår derfor at samle de mange formål under én fælles, principbaseret model. En sådan model bør baseres på et begrænset antal klare, primært objektive og principielt begrundede kriterier. En forenkling vil styrke ordningens samlede effektivitet, gennemsækelighed og legitimitet.

For også at anerkende og viderebringe de kvaliteter, som særordningerne har bidraget med, har udvalget i sit forslag til en ny grundstøttemodel udvidet definitionen af nyhedsmedier, som den hidtil har været kendt fra Hovedordningen, og samtidig betonet betydningen af at være et publicistisk medie, alt imens der er indføjet et begrænset antal klare og principielt begrundede kriterier for særlige hensyn til lokale og fritstående titler.

Det er afgørende, at mediestøtten er effektiv, målrettet og bidrager til at skabe langsigtede og forudsigelige rammer for medierne. Forenklingen bør derfor sikre, at ordningen opleves som tilgængelig for nyhedsmedierne og er let at administrere for Medienævnet.

3.5. Smal vs. bred definition af nyhedsmedie

En af de mest centrale overvejelser for udvalget har været, hvor bredt en ny mediestøtteordning skal favne. Det er afgørende for mediestøttens legitimitet som demokratistøtte, at den målrettes den publicistiske kerneopgave. Det skaber en fundamental spænding mellem på den ene side at være inkluderende og anerkende den moderne medievirkelighed, og på den anden side at være præcis og formålstjenstlig.

Den traditionelle forståelse af et nyhedsmedie er udfordret. Medieudviklingen har udvisket grænserne mellem platforme, formater og indholdstyper, og danskerne tilgår i dag samfundsrelevant information fra en bredere vifte af kilder end tidligere, herunder fra medier, der ikke nødvendigvis er nyhedsmedier i klassisk forstand. En bred definition af hvad et støtteværdigt medie er, vil således afspejle borgernes faktiske medieforbrug – og være med til at fremtidssikre mediestøtten til en udvikling i mediebilledet, hvor vi endnu ikke kender morgendagens medier.

På den anden side har mediestøtten til formål at fremme danskernes adgang til publicistisk nyhedsindhold, der understøtter demokratiet. Det nødvendiggør en vis afgrænsning af, hvilke medier og indhold, der kan modtage mediestøtte samtidig med, at definitionen af nyhedsmedier skal afspejle en moderne medievirkelighed.

Udvalget har drøftet denne balance indgående. Fremtidens mediestøtte skal finde den rette afvejning af, om ordningen alene skal omfatte nyhedsmedier eller medier i bredere forstand med samfundsrelevant indhold.

Udvalget har overvejet, om medier i bredere forstand – altså medier, der producerer samfundsrelevant indhold, men ikke nødvendigvis har publicisme som deres primære formål – også skal kunne modtage støtte, eventuelt i form af en differentieret eller reduceret støtte. En sådan tilgang ville anerkende den værdi, som også disse medier kan bidrage med til den offentlige samtale.

På trods af sådanne overvejelser anbefaler udvalget dog en klar og principiel afgrænsning: Den direkte mediestøtte skal forbeholdes medier, hvis primære formål er publicistisk virksomhed. Denne beslutning hviler på flere afgørende hensyn.

For det første er nyhedsmedier de titler, der mest åbenlyst tilbyder indhold, som sikrer borgernes adgang til information, understøtter den offentlige samtale og holder magthaverne ansvarlige og dermed er formålstjenestelige for mediestøtten som demokratistøtte. Der er en omfattende forskning, både i Danmark og internationalt, der underbygger, at netop nyheder spiller en særlig rolle til gavn for borgerne og den offentlige debat – det er ikke i samme grad tilfældet for andre typer indhold.

For det andet er det afgørende for støttens legitimitet, at den som demokratistøtte målrettes de medier, der har journalistik og oplysning af offentligheden som deres formål og kerneopgave. En udvanding af dette princip, hvor støtten også tilfalder medier med et primært kommercielt sigte inden for fx livsstil eller underholdning, risikerer at svække den folkelige og politiske opbakning til ordningen ved at reducere den fra principielt begrundet demokratistøtte til erhvervsstøtte.

For det tredje vil en bredere definition øge den administrative kompleksitet, fordi den vil indebære et stort element af skøn i afgørelserne af, om et medie er omfattet af ordningen eller ej.

Ved at fastsætte et krav om et publicistisk hovedformål sikres det, at støtten kanaliseres derhen, hvor den demokratiske effekt er størst. Ved samtidig at fjerne forældede krav til tekstindhold, omnibus-dækning og format lægger udvalget op til en moderne og rummelig forståelse af, hvordan et publicistisk nyhedsmedie kan se ud.

Udvalget anerkender, at den endelige afgrænsning af, hvilke medier der skal være støtteberettigede, ultimativt er et politisk valg, ligesom den økonomiske ramme er det. En lempelse af de af udvalget foreslåede adgangskriterier vil alt andet lige betyde, at flere medier vil kunne modtage støtte, og hvis flere medier er støtteberettigede, er der i sidste ende mindre støtte til hver enkel titel.

3.6. Mangfoldighed og alsidighed

Mediestøttens grundlæggende formål er at fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig karakter og at

understøtte mangfoldigheden af publicistiske medier og alsidigheden i deres indhold.

Hvis mediestøtten skal sikre mangfoldigheden fremadrettet og dermed komme borgerne til gavn, forudsætter det, at flere slags medier kan blive omfattet af den. Danskernes mediebrug er overordnet set blevet mere fragmenteret og differentieret, men mediestøtten tager i dag ikke i tilstrækkelig grad højde for, at mediemarkedet og mediebruken har ændret sig markant. Der findes i dag en række medier, som på grund af deres størrelse, organisering eller platform, er afskåret fra at få mediestøtte, selvom de har et publicistisk virke og mange brugere.

Et af udvalgets primære principper er derfor at sikre, at fremtidens mediestøtte prioriterer mediepluralismen ved særligt at understøtte fritstående nyhedsmedier samt lokale og regionale nyhedsmedier. Et andet vigtigt princip er at give plads til, at medier kan få støtte, uanset om de har karakter af et traditionelt dagblad eller nichemedie. På den måde styrkes mediepluralismen både i bredden og i dybden.

Frem for at vægten lægges på alsidigheden i det *enkelte* medies indhold, bør mediestøtten indrettes så den i praksis understøtter et bredt udbud af medier, som *tilsammen* dækker en bred vifte af emner fra forskellige perspektiver.

3.7. Kvalitet og uafhængighed

For at sikre, at mediestøtten er en målrettet investering i demokratiet, bør den tildeles på baggrund af en uafhængig vurdering af, hvem der løfter den publicistiske samfundsopgave. Formålet er at styrke borgernes adgang til redigeret, journalistisk bearbejdet indhold fra en mangfoldighed af uafhængige publicistiske nyhedsmedier.

At være et publicistisk nyhedsmedie betyder, at mediet er journalistisk redigeret og har til formål at oplyse offentligheden på et bredt grundlag. Det følger heraf, at man som medie er uafhængig af interesser, der måtte stride mod redaktionel og kommerciel frihed, herunder en fri og kritisk nyhedsformidling. Det betyder også, at man som medie skal leve op til grundlæggende publicistiske og presseetiske principper og påtage sig et redaktionelt ansvar under medieansvarsloven.

En mangfoldighed af uafhængige nyhedsmedier er afgørende for borgernes adgang til alsidig nyhedsformidling. Derudover har medierne en vigtig funktion som vagthund, der kritisk gransker den politiske og økonomiske magt. En af udvalgets vigtigste overvejelser er derfor, hvordan støttekriterierne bedst kan bidrage til at sikre netop kvalitet og redaktionel uafhængighed i de støttede medier uden at stille skønsbaserede kvalitetskrav til indholdet.

Kriterierne for tildeling af mediestøtte bør være forankret i mediernes publicistiske kerneopgave og understøtte, at medierne kan forblive redaktionelt uafhængige af særinteresser. En ny mediestøtteordning bør derfor ikke indeholde detaljerede indholdskriterier, som skal underlægges en kvalitativ vurdering. Medierne skal ikke minutiøst indrette deres indhold efter mediestøtten, og mediestøtten skal ikke – hverken direkte eller indirekte – diktere organisationsformer, forretningsmodeller eller udgivelseskanaler. Udvalget har tillid til, at medierne selv er de bedste til at afgøre dette, og at publicistiske medier også har en egeninteresse i at sikre en relevant nyhedsproduktion og -formidling.

Færre, men til gengæld principielt begrundede kriterier om bl.a. uafhængighed, redaktionelle ressourcer og publicistisk hovedformål, skal således bidrage til, at mediestøtten målrettes uafhængige redigerede journalistiske medier under redaktøransvar.

3.8. Objektive og transparente kriterier

De nuværende mediestøtteordninger for redaktionel produktionsstøtte er præget af detaljerede regler med en række forskellige krav til indhold, dækningsområder og årsværk mv., hvilket kan udfordre forudsigeligheden i både ansøgningsproces og afgørelser og indebærer samtidig betydelige administrationsomkostninger for både ansøgere og myndigheder.

Tiden og medieudviklingen kalder på løsninger, der frisætter og viser tillid til medierne og borgerne, samtidig med at den administrative byrde lettes. Ordningen bør have forudsigelige og gennemsikkelige støttevilkår, der sikrer afgørelser med hjemmel i lov, saglighed og klar praksis.

Kvantitative adgangskriterier kan umiddelbart virke attraktive henset til deres umiddelbart objektive karakter, men i praksis vil der i udmålingen heraf ofte indgå et betydeligt element af skøn. Denne type af kriterier, der har deres afsæt i den klassiske papiravis, udfordres også af medieudviklingen og vil med stor sandsynlighed ikke kunne opgøres meningsfyldt i fremtiden. Kvantitative adgangskrav kan derfor ikke længere i sig selv bruges som troværdig indikator på et medies publicistiske karakter, og hårde grænseværdier kan ende med at have vidtgående konsekvenser for det enkelte medie, når det ultimativt kan være én redaktionel enhed, der afgør om man er støtteberettiget eller ej. Dertil er opgørelsen af kvantitative adgangskriterier forbundet med signifikante administrative omkostninger, hvilket strider imod ønsket om en forenkling af mediestøtten.

En ny mediestøtteordning bør derfor bygge på klare og primært objektive kriterier, som er gennemsikkelige for alle. Det afgørende for om et medie er støtteberettiget bør ikke være, om mediet fx er et skrevet medie, eller om det lever op til specifikke indholds krav, men om der grundlæggende er tale om et publicistisk nyhedsmedie, som lever op til principperne herfor. I det omfang der skal foretages kvalitative vurderinger, bør de baseres på en

transparent og principiel vurdering baseret på en række parametre, så skønnet er forudsigeligt og forståeligt og sker med hjemmel i lov og regler fastsat i medfør heraf, hvilket skaber tryghed og gennemsikkelighed for ansøgerne.

En ny ordning bør være baseret på én stærk, men enkel grundmodel, der øger forudsigeligheden for medierne, så de kun skal forholde sig til enkle, principbaserede regler, der gælder for alle ansøgere, men som til gengæld bliver så meget desto vigtigere. Det er derfor afgørende, at en ny mediestøtteordning lægger vægt på en skærpelse af ordningens formålsbeskrivelse og anvendelsesområde, der til gengæld bør opvejes af lempeligere støttekriterier.

3.9. Behov for en platforms- og teknologineutral model

Medieudviklingen og digitaliseringen skaber hele tiden nye muligheder for at formidle vigtig, publicistisk journalistik. Særligt digitaliseringen og senest kunstig intelligens har ændret måden, hvorpå nyhedsmedier producerer og præsenterer indhold. Den udvikling vil fortsætte.

For at sikre, at mediestøtten også i fremtiden kan favne og understøtte den fulde bredde af medier, som borgerne anvender, er et styrket princip om platforms- og teknologineutralitet afgørende. Ved platforms- og teknologineutralitet forstås, at mediestøtten ikke skal favorisere bestemte typer teknologi, leverandører eller udgivelsesmodeller frem for andre. Det betyder samtidig, at mediestøtten ikke skal diskriminere på baggrund af, hvilken type af platform, mediet udkommer på.

Hvis mediestøtten skal bidrage til en større alsidighed, herunder både at flere medier indgår i mediestøtteordningen, og at de støttede medier tilsammen rammer en bredere kreds af brugere, er det centralt, at mediestøtten ikke kun målrettes traditionelle skrevne medier. En udvidelse til medier på øvrige platforme, herunder fx lyd, gør mediestøtten tilgængelig for et andet publikum. Heri ligger også, at demokratiseringen af mediestøtten skal ske både i bredden og i dybden – ved at både flere titler og indholdsformer bliver omfattet. Dermed går den platforms- og teknologineutrale omlægning hånd i hånd med ønsket om fortsat at sikre, at mediestøtten er demokratistøtte.

I demokratiseringen af mediestøtten og frisættelsen af medierne bør der derfor også ligge en forpligtelse til at gøre ordningen fuldstændig platforms- og teknologineutral. Ikke kun i ordningens adgangskriterier, men også i ordningens støtteudmålingsgrundlag og øvrige elementer, så der ikke direkte eller indirekte sker en favorisering af bestemte platforme eller måder at udkomme på.

Ordningen bør således understøtte produktionen og formidlingen af redigeret journalistisk indhold, uanset om den formidles via tryk, lyd, video,

billeder, tekst eller andre formater. Dette vil både demokratisere og fremtidssikre ordningen.

Udvalget understreger, at princippet om fuld platforms- og teknologineutralitet indebærer, at støtten hverken må favorisere bestemte distributionsformer, såsom digital eller trykt distribution, eller bestemte forretningsmodeller, såsom abonnements- eller annoncefinansiering.

3.10. Forudsigelighed og tilgængelighed

Det er afgørende for mediestøttens legitimitet, at den er både forudsigelig og tilgængelig. Dette princip har to dimensioner. Den ene handler om mediernes adgang til ordningen, og den anden handler om borgernes adgang til det støttede indhold.

For *medierne* handler tilgængelighed om, at ordningen er let at forstå, ansøge og administrere. En enkel og transparent proces er en forudsætning for, at støtten reelt kan fungere som et incitament til at investere i publicistisk indhold. Dette er særligt vigtigt for mindre og nystartede medier, der ofte ikke har de samme administrative ressourcer som store koncerner. Lige så vigtigt er princippet om forudsigelighed: Medierne skal kunne orientere deres forretning efter og stole på, at støttevilkårene er gennemskuelige og stabile over tid.

For *borgerne* handler tilgængelighed om adgangen til det publicistiske indhold. Dette princip indebærer ikke, at støttede medier skal være gratis. Betalingsmodeller er en legitim og nødvendig del af en sund forretning, der driver medierne til at konkurrere på markedsvilkår og øge kvaliteten af deres journalistiske output. Tilgængelighed betyder derimod, at mediestøtten ikke bør gå til medier, som en større del af befolkningen reelt er afskåret fra at tilgå – hvad enten barrieren er teknisk, økonomisk eller af anden art. Sådanne medier er ikke målet for en demokratistøtte, der netop har til formål at sikre en bred og lige adgang til viden. Det er dog helt legitimt, at et medie henvender sig til en specifik og potentielt snæver målgruppe, såsom eksempelvis flere lokalmedier i deres natur vil gøre, så længe adgangen principielt er åben for alle.



4. Forslag til ny ordning for støtte til indholds- produktion

4. FORSLAG TIL NY ORDNING FOR STØTTE TIL INDHOLDSPRODUKTION

4.1. Indledning

Udvalgets grundlæggende overvejelser om fremtidens mediestøtte peger på behovet for en *demokratisering*, en *fremtidssikring* gennem teknologi- og platformsneutralitet og en *forenkling* af de nuværende komplekse mediestøtteordninger.

Gennem årene er den nuværende mediestøtteordning blevet udbygget til at omfatte en række særskilte ordninger for at imødekomme specifikke behov i medielandskabet. Denne udvikling, hvor støtten er blevet tilpasset flere formål, har dog også ført til et mere komplekst system med særskilte puljer og forskellige regler. For at styrke ordningens gennemskuelighed og sikre, at den fortsat kan tilpasse sig medieudviklingen, ser udvalget en stor fordel i at samle de mange formål under én enkelt model baseret på klare principper.

På baggrund af disse grundlæggende overvejelser foreslår udvalget derfor at erstatte de nuværende ordninger for redaktionel produktionsstøtte med én ny, samlet grundstøtteordning. Den nye ordning foreslås således at erstatte Hovedordningen, Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Puljen for publicistiske magasiner, der hver især har tjent berettigede, men partikulære formål. Det vil reducere kompleksiteten og afspejle, at grænserne mellem platforme, formater og mediegrupper i stigende grad udviskes. Et grundlæggende princip for udvalget er, at støtten ikke skal indrettes efter nogen bestemt distributionsform. Den skal følge den publicistiske kerneopgave, uanset om indholdet når borgerne via tryk, digital distribution eller andre kanaler.

En ny grundstøtteordning skal sikre, at støtten kommer danskerne til gode ved at den målrettes den publicistiske kerneopgave – at producere og formidle uafhængigt journalistisk nyhedsindhold, der bidrager til at sikre borgernes adgang til information, understøtter den offentlige samtale og holder magthaverne ansvarlige.

4.2. Ordningens formål og anvendelsesområde

I det følgende begrundes og defineres udvalget sit forslag til formålsbeskrivelse og anvendelsesområde for en nye grundstøtteordning.

4.2.1. Formål for en ny grundstøtteordning

I udvalgets drøftelser har der været bred enighed om, at mediestøtte i sin essens er demokratistøtte. Formålet er ikke at støtte en bestemt branche for branchens egen skyld, men at varetage et afgørende samfundshensyn: at

sikre alle borgere adgang til alsidig information. Det er borgerne, der skal være i centrum. Derfor skal borgerne også tages seriøst som mediebrugere i en ny mediestøtteordning.

Formålet med mediestøtten er således at fremme et mangfoldigt udbud af nyhedsmedier af samfundsmæssig karakter, som borgerne kan gøre brug af. Mediestøtten skal understøtte, at der fortsat produceres og udbredes redaktionelt og publicistisk indhold af høj kvalitet i hele Danmark, og at indholdet gøres tilgængeligt på de forskellige platforme, danskerne bruger.

En central ambition for udvalget har været at skabe en model, der varetager et afgørende dobbelt formål. På den ene side skal den nye ordning fortsat sikre den nødvendige stabilitet for nyhedsmedier, der udgør en del af den demokratiske infrastruktur. På den anden side skal den aktivt fremme fornyelse ved at skabe gode vilkår for fremvæksten af nye medier, formater og forretningsmodeller. Målet er en balanceret ordning, der understøtter både det eksisterende fundament og fremtidens vækstlag.

Derfor er formålsbeskrivelsen formuleret bredt. Den fokuserer på at styrke demokratiet ved at understøtte borgernes adgang til indhold. Den anerkender, at mediepluralisme ikke kun handler om alsidighed i det enkelte medie, men om at det samlede udbud af medier – store som små, lokale som nationale, brede som nicheorienterede – tilsammen dækker en bred vifte af emner og perspektiver. Formuleringen undgår at favorisere bestemte platforme og anerkender, at journalistik i dag formidles og forbruges på mange måder.

På den baggrund foreslår udvalget nedenstående formålsbeskrivelse for en ny mediestøtteordning, *jf. Boks 10*.

Boks 10

Forslag til formålsbeskrivelse

At styrke demokratiet ved at understøtte borgernes adgang til redigeret, journalistisk bearbejdet indhold fra en mangfoldighed af uafhængige publicistiske nyhedsmedier, der udkommer regelmæssigt og dækker aktuelle begivenheder og samfundsforhold med lokale, regionale eller landsdækkende perspektiver.

Formålet skal opnås ved at understøtte lokale, regionale, og landsdækkende nyhedsmedier af forskellig art, der via deres alsidighed og i konkurrence tilsammen dækker en bred vifte af emner fra forskellige perspektiver.

4.2.2. Anvendelsesområde for en ny grundstøtteordning

For at omsætte formålet til en konkret og administrerbar ordning er det nødvendigt at definere et klart anvendelsesområde, dvs. det område, hvor en lov gælder, og de forhold, som loven er tiltænkt at skulle regulere eller

påvirke. I tråd med princippet om forenkling lægger udvalget op til én samlet ordning, der erstatter de nuværende ordninger.

Anvendelsesområdet er – i tråd med formålet – defineret, så det er platforms- og teknologineutralt, og det afgørende er derfor ikke, hvor og hvordan indholdet publiceres (tryk, lyd, video etc.). Mediets distributionsform bliver på den måde underordnet. Definitionen fokuserer i stedet på begreber som ”redigeret, journalistisk bearbejdet indhold” og ”publicistisk virksomhed”.

Det sikrer, at støtten målrettes medier, der påtager sig et redaktionelt ansvar og arbejder ud fra anerkendte journalistiske principper, uanset om de er en traditionel avis, en digital nyhedstjeneste, en radiokanal, en tv-kanal, et podcastmedie eller en ny medieform, vi endnu ikke kender.

Ved at stille krav om, at mediets hovedformål er at udøve publicistisk virksomhed, sigter udvalget mod at afgrænse ordningen fra publikationer, hvis primære formål er kommerciel markedsføring, politisk interessevaretagelse eller medlemspleje for en organisation. Støtten målrettes dermed de medier, der tjener offentligheden bredt. Selvom den endelig afgrænsning er en politisk beslutning, fremlægger udvalget nedenfor et konkret forslag til, hvordan dette princip kan operationaliseres.

På den baggrund foreslår udvalget nedenstående anvendelsesområde for en ny mediestøtteordning, *jf. Boks 11*.

Boks 11

Forslag til anvendelsesområde

Ordningen finder anvendelse på nyhedsmedier på titelniveau, som udgiver redigeret, journalistisk bearbejdet indhold for en videre kreds af brugere, hvis hovedformål er at udøve publicistisk virksomhed, og som lever op til de i øvrigt fastsatte adgangskriterier. Støtten er uafhængig af teknologier og platforme og kan ydes til alle former for redigeret publicisme, herunder tekst, billeder, grafik, lyd, video eller en kombination heraf.

4.3. Anbefaling om én ny samlet grundstøtteordning

Udvalget foreslår på baggrund af sine grundlæggende overvejelser og ovenstående forslag til formålsbeskrivelse og anvendelsesområde for en ny mediestøtteordning, at en ny model for mediestøtte baseres på én ny samlet platforms- og teknologineutral grundstøtteordning for publicistiske nyhedsmedier. Ordningen skal erstatte alle de nuværende ordninger for redaktionel produktionsstøtte (Hovedordningen, Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Puljen for publicistiske magasiner).

Udvalget foreslår, at grundstøtteordningen udformes, så der i stedet gives mulighed for differentierede underafgrænsningskriterier og

støttemekanismer inden for den samme ordning. Det muliggør en målrettet prioritering og allokering af midler til specifikke formål, selvom der er tale om én ordning. Det kan fx være øget støtte til lokale og regionale medier samt til fritstående medier.

Udvalget fremlægger her et forslag til en principielt forankret og praktisk implementerbar tilgang, men den endelige afgrænsning af hvilke medietyper, der skal være omfattet af en ny mediestøtte, og hvilke mediegrupper der skal prioriteres, er ultimativt en politisk beslutning. Det betyder også, at en ændring i de definitioner og adgangskriterier, der præsenteres i det følgende, vil have konsekvenser for antallet af støtteberettigede medier og for den endelige fordeling af midlerne via de støtteudmålingsmekanismer, der er indtænkt i udvalgets model.

4.4. Centrale definitioner

For at sikre en klar og transparent administration af den nye grundstøtteordning har udvalget defineret en række centrale begreber. Disse definitioner skal ses som en uddybning af begreberne i formålet og anvendelsesområdet og som en præcisering af, hvad udvalget konkret anbefaler, at den nye ordning skal yde støtte til.

- **Nyhedsmedie:** Ved et nyhedsmedie forstås en titel med et redaktionelt fællesskab, der systematisk og med forudgående journalistisk bearbejdning producerer og publicerer indhold om aktuelle samfundsrelevante begivenheder, temaer og forhold og/eller understøtter den offentlige samtale. Nyhedsmediets primære formål skal være at informere og oplyse en nærmere defineret målgruppe eller bredere offentlighed på regelmæssig basis. Definitionen er uafhængig af publiceringsplatform og kan omfatte tekst, lyd, billede, video eller en kombination heraf.
- **Redigeret:** Ved redigeret medie forstås et medie, hvis indhold forud for og eventuelt efter publicering er underlagt en redaktionel proces i overensstemmelse med anerkendte journalistiske principper og standarder.
- **Journalistisk bearbejdet indhold:** Ved journalistisk bearbejdet indhold forstås indhold, der er resultatet af en selvstændig journalistisk proces med indsamling, bearbejdning, prioritering, redigering og formidling af information. Produktionen skal være aftalt med, initieret af, udført af eller for, publiceret i eller betalt af det publicistiske nyhedsmedie.
- **Uafhængig:** Ved uafhængigt medie forstås et medie, der er redaktionelt uafhængigt af interesser, der måtte stride mod en fri og kritisk nyhedsformidling. Medier ejet helt eller delvist af offentlige institutioner, politiske partier og/eller enkelte politikere forstås ikke som uafhængige medier.
- **Publicistiske nyhedsmedier:** Ved publicistiske nyhedsmedier forstås nyhedsmedier (som defineret ovenfor) med et publicistisk hovedformål, der yderligere kendetegnes ved gennem journalistisk virksomhed at have til formål at oplyse offentligheden på et bredt grundlag, som lever op til

grundlæggende publicistiske og presseetiske principper, og som påtager sig et redaktionelt ansvar under medieansvarsloven. Begrebet specificerer de nyhedsmedier, der kan opnå støtte fra ordningen.

4.5. Støttebetingelser

I tråd med principperne om forenkling og demokratisering er det afgørende, at omsætte disse til et sæt af klare, primært objektive og transparente adgangskriterier. Disse kriterier – eller støttebetingelser – udgør de konkrete afgrænsningsmekanismer, der skal sikre, at mediestøtten målrettes præcist og kun tilfalder de medier, der er støtteberettigede efter ordningens hensigt og bidrager til ordningens demokratiske formål.

Den nuværende medieudvikling åbner for en stor mangfoldighed af formater og platforme. For at mediestøtten bedst muligt kan favne denne udvikling, foreslås en overgang til en enklere og mere fremtidssikret ordning. Ved at basere støtten på mediets publicistiske funktion frem for på historiske krav til format, sikres det, at alle publicistiske medier, uanset platform, får lige mulighed for at bidrage til innovation og mediemangfoldighed.

De følgende otte adgangskriterier er derfor udformet for tilsammen at skabe en robust ramme om støttetildelingen. Hvert kriterie tjener en specifik funktion, men det er i deres samspil, at ordningens integritet sikres. De balancerer hensynet til en bred og mangfoldig modtagerkreds med behovet for en klar afgrænsning, der sikrer legitimitet og forhindrer, at støtten udvandes. Argumentationen for hvert enkelt kriterie bygger på udvalgets grundige drøftelser om alt fra redaktionel uafhængighed og ressourcer til indholdets samfundsrelevans. Ligesom i de eksisterende ordninger er der lagt vægt på objektive kriterier suppleret med nogle delvist skønsbaserede betingelser, som udvalget ser som en nødvendig del af at sikre, at mediestøtten overordnet tjener sit formål på sigt.

4.6. De otte foreslåede adgangskriterier

Udvalgets foreslår en række adgangskriterier, der fremgår i overskriftsform af *Boks 12*, og uddybes nedenfor.

Boks 12

Forslag til adgangskriterier

1. Selvstændighed og ansvar
 2. Uafhængigt nyhedsmedie
 3. Redaktionelle ressourcer
 4. Målgruppe
 5. Aktualitet
 6. Regelmæssighed
 7. Tilgængelighed
 8. Publicistisk hovedformål
-

4.6.1. Adgangskriterie 1: Selvstændighed og ansvar

For at mediestøtten kan administreres transparent, og for at der kan placeres et juridisk og presseetisk ansvar, skal støtten gives til en selvstændig og klart defineret publicistisk enhed. Kravet om en selvstændig titel med en ansvarshavende chefredaktør, som er omfattet af medieansvarsloven, sikrer et klart defineret støttesubjekt.

Det afgrænser støtten fra fx uformelle blogs, indholdsuniverser uden klar afsender eller platforme, der primært distribuerer andres indhold, og sikrer, at modtageren er en enhed, der aktivt påtager sig det ansvar, som følger med at være et publicistisk medie, jf. adgangskriteriet i *Boks 13*.

Boks 13

Adgangskriterie om "Selvstændighed og ansvar"

Mediet skal være et selvstændigt medie med egen titel, ansvarshavende chefredaktør og være omfattet af medieansvarsloven.

Ved et selvstændigt medie forstås et medie med en selvstændig fungerende (chef)redaktion, der træffer egne redaktionelle beslutninger, med et selvstændigt brand og hvis indhold samlet set repræsenterer en specifik og unik værdi for mediet og for brugerne.

4.6.2. Adgangskriterie 2: Uafhængigt nyhedsmedie

En grundpille i et demokratisk samfund er borgernes adgang til information, der ikke er påvirket af en skjult dagsorden. For at sikre den nødvendige armslængde og borgernes tillid til de støttede medier, er det afgørende, at mediestøtten udelukkende går til fri og uafhængigt nyhedsformidling. Udvalget har drøftet risikoen for, at støtten kunne tilgå statslige aktører, politiske partier eller private medier, hvis primære formål er interessevaretagelse eller markedsføring. Dette kriterie udgør derfor en fundamental beskyttelse af støttens demokratiske formål, jf. adgangskriteriet i *Boks 14*.

Boks 14

Adgangskriterie om "Uafhængigt nyhedsmedie"

Mediet skal være uafhængigt af interesser, der måtte stride mod redaktionel og kommerciel frihed, herunder en fri og kritisk nyhedsformidling.

Der ydes ikke tilskud til medier, der ejes helt eller delvist af offentlige institutioner, politiske partier og/eller enkelte politikere, eller til medier, som udgives af arbejdsgiver-, arbejdstager- og brancheorganisationer, hvis disse ejer to tredjedele eller mere heraf.

Ved politikere forstås folkevalgte samt opstillede kandidater til valg.

Udvalget tager forbehold for, at undtagelsen af nyhedsmedier, der ejes helt eller delvist af politiske partier og/eller enkelte politikere, vil skulle kvalificeres yderligere i forhold til både dansk ret og EU-ret.

4.6.3. Adgangskriterie 3: Redaktionelle ressourcer

Udvalget anerkender, at kvalitetsjournalistik kræver ressourcer. Samtidig har der været et stærkt ønske om at sænke adgangsbarriererne for mindre og nye medier. Kravet om minimum to redaktionelle årsværk er en balancegang. Det er en nedsættelse fra den nuværende Hovedordnings krav på tre årsværk, hvilket anerkender, at mindre redaktioner, herunder nye digitale iværksættere og hyperlokale medier, også kan levere værdifuld publicisme. Ved at tillade at en del af årsværkene kan udgøres af freelancere og frivillige, moderniseres ordningen, så den afspejler nutidens mere fleksible organisationsformer. Kravet om at mindst 1,5 årsværk skal udgøres af fastansatte medarbejdere sikrer dog en redaktionel stabilitet, kontinuitet og et klart forankringspunkt for mediet, jf. adgangskriteriet i *Boks 15*.

Boks 15

Adgangskriterie om "Redaktionelle ressourcer"

Mediet skal have selvstændige redaktionelle ressourcer og en redaktion bestående af minimum to redaktionelle årsværk. I opgørelsen kan op til et halvt redaktionelt årsværk udgøres af freelancere eller frivillige.

Ved selvstændige redaktionelle ressourcer forstås redaktionelle årsværk, der alene er dedikeret til den pågældende titel. Årsværkene kan deles mellem flere medarbejdere.

Ved redaktionelle årsværk forstås medarbejdere med produktion og formidling af publicistisk indhold som hovedopgave.

4.6.4. Adgangskriterie 4: Målgruppe

Mediestøtten skal medvirke til at styrke oplysningen af den danske offentlighed, meningsdannelse og debat samt medier, der har almen interesse, frem for rent interne publikationer eller medier rettet mod snævre faglige eller kommercielle specialinteresser. Derfor anerkender udvalget behovet for, at mediet skal henvende sig til "en videre kreds af brugere". Det er vigtigt for udvalget at understrege, at dette ikke er at forstå som et kvantitativt krav om at nå en bestemt procentdel af befolkningen. Nichemedier, der dækker et specifikt emne for en dedikeret målgruppe, er en vigtig del af mediepluralismen og skal også kunne modtage støtte, jf. adgangskriteriet i *Boks 16*.

Boks 16

Adgangskriterie om "Målgruppe"

Mediet skal henvende sig til en dansk målgruppe og en videre kreds af brugere.

Ved "henvender sig til en dansk målgruppe" forstås, at mediet er redigeret til et dansk publikum og består af beskrivelser af danske samfundsforhold, danske begivenheder eller har et dansk perspektiv på udenlandske samfundsforhold og begivenheder. Nyhedsmedier på andre sprog end dansk, der opfylder disse betingelser, vil også kunne støttes.

Ved "videre kreds af brugere" forstås, at mediet ikke må have en så snæver tematisk, interesse- eller adgangsmæssig afgrænsning, at det reelt kun appellerer til en begrænset gruppe af personer med særlige interesser for bestemte områder (fx medlemmer af en specifik organisation, ansatte i en virksomhed, faggrupper mv.).

4.6.5. Adgangskriterie 5: Aktualitet

Centralt for et nyhedsmedie er dets evne til at dække og perspektivere det, der sker nu. Aktualitetskravet er med til at adskille nyhedsmedier fra fx historiske tidsskrifter eller forlagsudgivelser, som har andre vigtige funktioner, men som ikke er omfattet af denne ordnings formål. Det sikrer, at støtten bidrager til en dynamisk og levende offentlig samtale ved at gå til medier, der løbende forholder sig til og informerer om igangværende samfundsrelevante begivenheder og udviklinger, jf. adgangskriteriet i *Boks 17*.

Boks 17

Adgangskriterie om "Aktualitet"

Mediet skal producere og formidle aktuelt indhold.

Med aktuelt indhold forstås indhold, der behandler nylige eller igangværende begivenheder, hændelser og udviklinger i samfundet, eller indhold, som frembringer nye oplysninger eller perspektiver på samfundsforhold, der ikke tidligere har været kendt i den givne form.

4.6.6. Adgangskriterie 6: Regelmæssighed

For at et medie kan spille en reel rolle i den offentlige meningsdannelse, debat og oplysning, skal det være en stabil og forudsigelig kilde til information. Dette kriterie afgrænser ordningen fra enkeltstående projekter, kampagner eller sporadiske udgivelser. Kravet om at udkomme mindst 40 gange i løbet af året sikrer relevans og aktualitet, og at mediet er en kontinuerlig og aktiv deltager i mediebilledet, jf. adgangskriteriet i *Boks 18*.

Boks 18

Adgangskriterie om "Regelmæssighed"

Mediet skal udkomme regelmæssigt.

Ved "udkomme" forstås, at et nyhedsmedie løbende publicerer redigeret, journalistisk bearbejdet indhold. I praksis skal mediet udkomme mindst 40 gange kontinuert i løbet af året. Kravet er platformsneutralt og kan opfyldes på tværs af trykte og digitale platforme. Ved udkomme forstås publicering af nyt indhold, der i væsentlighed adskiller sig fra tidligere publiceret indhold.

4.6.7. Adgangskriterie 7: Tilgængelighed

Dette kriterie understreger ordningens offentlige og demokratiske formål. Et medie kan ikke modtage offentlig støtte, hvis offentligheden er afskåret fra at tilgå indholdet, fx hvis adgang kræver medlemskab af en bestemt forening eller ansættelse i en specifik virksomhed. Kriteriet er neutralt i forhold til forretningsmodel og anerkender, at tilgængelighed kan være mod betaling, men det skal principielt være muligt for alle borgere at få adgang, jf. adgangskriteriet i *Boks 19*.

Boks 19

Adgangskriterie om "Tilgængelighed"

Mediet skal være selvstændigt tilgængeligt for alle, evt. mod betaling.

Ved tilgængeligt for alle, evt. mod betaling, forstås, at mediet skal kunne tilgås af alle evt. mod tilkøb af adgang.

4.6.8. Adgangskriterie 8: Publicistisk hovedformål

At mediet skal have et publicistisk hovedformål skal sikre, at støtten målrettes medier, hvis primære formål er journalistik og publicistisk virksomhed. Udvalget har drøftet mange grænsetilfælde – fra fagblade, influencere, kommercielle platforme og aggregerende tjenester – og konklusionen er, at dette kun kan fastlægges ved en helhedsvurdering af mediets hovedformål og relevante indikatorer herpå. Et medie, hvor det publicistiske indhold er et sekundært element i forhold til fx markedsføring, produktinformation, interessevaretagelse eller medlemspleje, bør ikke være støtteberettiget. Det publicistiske virke skal være mediets *raison d'être*.

Udvalget anbefaler, at vurderingen af om et nyhedsmedie har et publicistisk hovedformål, sker som en konkret samlet helhedsvurdering baseret på en række underliggende parametre. Det anbefales, at parametrene ikke er gensidigt ekskluderende og således ikke skal forstås sådan, at opfyldelse af et enkelt parameter er tilstrækkeligt, eller at manglende opfyldelse af et andet er diskvalificerende. Denne tilgang er bevidst valgt, fordi et medielandskab i konstant forandring ikke lader sig indfange af en fast

formel. Faste, kvantitative krav vil hurtigt blive forældede og risikerer at udelukke nye, innovative medieformer, der endnu ikke er set. En principbaseret helhedsvurdering er derfor den mest fremtidssikrede metode, da den fokuserer på mediets reelle formål og funktion frem for dets nuværende form. Udvalget anerkender, at denne vurdering indebærer et skøn i vurderingen af de faktiske forhold, men understreger at der ikke er tale om et arbitrært skøn. Vurderingen vil skulle foretages af et organ med armslængde til politisk indflydelse og som repræsenterer ekspertise inden for området. Armslængdeorganet vil skulle anvende og fortolke kriterierne i overensstemmelse med en ny lovs ordlyd og formål.

Dette kriterie fungerer på den måde som en afgørende, samlende test, der sikrer, at støtten lander hos de medier, der bedriver uafhængig nyhedsjournalistik, jf. adgangskriteriet i *Boks 20*.

Boks 20

Adgangskriterie om "Publicistisk hovedformål"

Mediet skal have publicistisk virksomhed som sit hovedformål.

Ved et publicistisk hovedformål forstås et medie, der har som sit primære sigte at indsamle og bearbejde information og formidle originalt, redigeret journalistisk indhold til offentligheden med henblik på oplysning og debat. Mediets forretningsmodel og aktiviteter skal understøtte dette formål som det centrale.

Vurderingen af, om et medie har publicistisk virksomhed som sit hovedformål, sker på baggrund af en helhedsvurdering. I vurderingen skal der lægges vægt på følgende parametre:

1. **Redaktionel uafhængighed og proces:** Om mediet har en klar redaktionel uafhængighed af udgiverens eventuelle øvrige og ikke-medierelaterede kommercielle eller organisatoriske interesser, og om der eksisterer en redaktionel proces for udvælgelse, bearbejdning og prioritering af indhold, der vil kunne efterprøves.
 2. **Indholdets sigte og samfundsrelevans:** Om indholdet i al væsentlighed har til formål at oplyse, analysere og skabe grundlag for offentlig samtale om samfundsforhold frem for i al væsentlighed at have karakter af underholdning, forbrugervejledning, interne branchenyheder, personlige holdninger/opinionsstof uden tydelig redigering, eller at dække hobby-, kendis-, underholdnings-, sports-, og livsstilsrelaterede emner uden et klart og gennemgående samfundsmæssigt perspektiv.
 3. **Kerneaktivitet og ressourcefordeling:** Om mediets kerneaktivitet og ressourceforbrug i al væsentlighed er centreret om at producere og formidle publicistisk indhold, frem for at det publicistiske indhold er et sekundært element til at fremme salg af andre produkter, ydelser eller medlemskaber.
 4. **Gennemsigtighed og publicistisk ansvar:** Om mediet drives med en høj grad af gennemsigtighed, herunder en klar adskillelse af redaktionelt og kommercielt indhold (inklusive fx annoncer, annoncørbetalt indhold, sponsoreret indhold og affiliate marketing), og om mediet har påtaget sig et publicistisk ansvar.
 5. **Originalitet og selvstændig bearbejdning:** Om mediets indhold i al væsentlighed er resultat af en selvstændig, original redaktionel indsats frem for i al væsentlighed at bestå af citeret, oversat, kureret, aggregeret, syndikeret, automatiseret eller licenseret indhold fra andre kilder.
 6. **Mediets profil og fremtoning:** Om mediets samlede profil, branding og kommunikation til brugerne klart signalerer en publicistisk ambition om at oplyse og bidrage til den offentlige samtale og en redigeret samfundsdebat.
-

4.7. Støtteudmålingsgrundlag

I forlængelse af definitionen af *hvilke* medier der er berettigede til støtte, skal det fastlægges, *hvordan* støtten til det enkelte medie skal udmåles. Det er kernen i ordningens støttemekanisme og har afgørende betydning for, om de overordnede principper om forenkling og fremtidssikring og formålet om platformsneutralitet reelt bliver indfriet.

Den nuværende redaktionelle produktionsstøtte udmåles i dag på baggrund af mediernes ”redaktionelle omkostninger”. Udvalget anerkender det grundlæggende sunde princip i at basere støtten på mediernes faktiske investeringer i det journalistiske indhold, der i mødet med borgerne bidrager til vores demokrati. Det sikrer, at støtten målrettes den publicistiske kerneopgave og tilgodeser de medier, der prioriterer at have menneskelige ressourcer til at producere og redigere indhold. Det anerkender samtidig, at journalistikkens demokratiske værdi først realiseres, når den formidles effektivt og engagerende i mødet med borgerne.

I den nuværende ordning er det primært løn til indholdsproducerende medarbejdere og redaktører med kreativ redaktionel slutproduktion som hovedopgave, samt indkøb af indhold, der kan medregnes som redaktionelle omkostninger. Andre personaleomkostninger, driftsudgifter og omkostninger til fx teknisk udvikling mv. er i udgangspunktet ikke omfattet. Udgifter til distribution er i dag heller ikke omfattet.

Medieudviklingen og digitaliseringen har imidlertid fundamentalt ændret, hvad det vil sige at producere, redigere og formidle journalistik. De traditionelle skel mellem indholdsproduktion, teknisk udvikling, distribution og formidling bliver i stigende grad udvisket. Mens omkostninger til fx tryk og omdeling er klart definerede, er det for digitale medier vanskeligere at adskille omkostninger til indhold fra omkostninger til den tekniske platform, der formidler det.

Den demokratiske og samfundsmæssige værdi af journalistik er altid blevet realiseret i mødet med borgeren. I en moderne medievirkelighed kendetegnet af meget skarp konkurrence skabes denne værdi i stigende grad i det samlede publicistiske produkt, som brugeren oplever. En snæver definition af redaktionelle omkostninger, der ikke fuldt ud anerkender de funktioner og kompetencer, som er nødvendige for at møde borgerne på deres betingelser, risikerer derfor at modarbejde principper om fremtidssikring og platformsneutralitet, til skade for både etablerede medier, nye medier og borgerne.

Mange medarbejdere varetager også hybridfunktioner, og særligt digitale medier afholder betydelige omkostninger til funktioner, der er afgørende for, at det redigerede, journalistiske indhold er tilgængeligt og attraktivt for brugerne. Den samlede værdi – både demokratisk og kommercielt – skabes

således i stigende grad i præsentationen af det integrerede publicistiske produkt og ikke alene af det redaktionelle indhold.

I forlængelse heraf foreslår udvalget, at det fremover i et begrænset omfang bliver muligt at medregne udgifter, der er en integreret del af de redaktionelle omkostninger. Et sådant tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger anerkender, at der også er en række nødvendige og iboende driftsudgifter forbundet med produktion og formidling af publicistisk indhold. Det mindsker samtidig usikkerheden om, hvilke omkostninger der kan medregnes og bidrager til en forenkling af ordningen for både medier og myndigheder.

For at sikre en fremtidssikret og platformsneutral mediestøtte anbefaler udvalget derfor at fastholde princippet om en omkostningsbaseret støtte, men at modernisere definitionen af, hvilke omkostninger der kan medregnes.

4.8. Redaktionelle omkostninger på titelniveau

Udvalget finder det essentielt for en ny mediestøtteordning, at støtten fortsat målrettes redigeret indholdsproduktion, da nyhedsmediernes demokratiske rolle netop er en funktion af det indhold, som produceres, redigeres og formidles til borgerne.

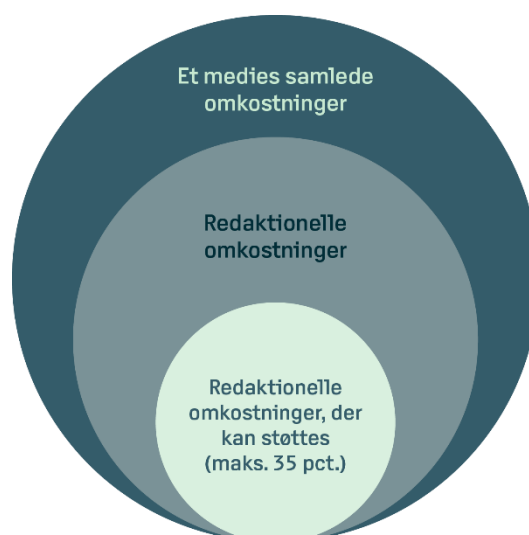
Udvalget ser også vigtigheden i, at medierne fortsat skal have incitament til at have ansatte journalister mv. til at producere, redigere og formidle indholdet, og finder det derfor fortsat relevant og hensigtsmæssigt at anvende redaktionelle omkostninger som støtteudmålingsgrundlag.

Udvalget finder det endvidere hensigtsmæssigt at fastholde en individuel og titelbaseret opgørelse. Redaktionelle omkostninger vurderes fortsat at udgøre et håndterbart mål for produktionen og formidlingen af journalistisk bearbejdet indhold og er samtidig en velegnet indikator for den redaktionelle og publicistiske indsats.

Illustration af redaktionelle omkostninger fremgår nedenfor, jf. *Figur 1*.

Figur 1

Illustration af redaktionelle omkostninger



Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.

4.9. Opdateret definition af ”redaktionelle omkostninger”

Udvalget anerkender, at en række nye faggrupper og kompetencer i dag er en integreret del af den publicistiske kerneopgave, og foreslår derfor en opdateret definition af støtteudmålingsgrundlaget, der bygger videre på de nuværende ”redaktionelle omkostninger”.

Selve formidlingen af det publicistiske indhold spiller i stigende grad en afgørende rolle for, at der skabes værdi for brugerne. Denne udvikling afspejles i den nuværende ordning ikke tilstrækkeligt i de personalekategorier, der er omfattet i opgørelsen af redaktionelle omkostninger. Samtidig bør støtteudmålingsgrundlaget i en ny grundstøtteordning ikke favorisere bestemte teknologier og platforme.

En opdateret definition af ”redaktionelle omkostninger” skal derfor bidrage til et tidssvarende støtteudmålingsgrundlag, der modsvarer de reelle samlede støtteværdige omkostninger forbundet med at drive et moderne publicistisk nyhedsmedie. Opdateringen skal samtidig understøtte, at ordningen gøres platforms- og teknologineutral.

4.9.1. Opdatering af personalekategorier

Udvalget ønsker at anerkende de medarbejdere, hvis arbejde er tæt og direkte integreret med den redaktionelle proces og formidlingen af det publicistiske indhold.

Deres arbejde er en forudsætning for, at journalistikken også kan udfolde sin demokratiske funktion i en digitaliseret medievirkelighed. Uden dem er der risiko for, at selv det bedste indhold ikke når frem til brugeren eller kun er tilgængeligt i en form, der ikke er attraktiv og konkurrencedygtig.

Udvalget foreslår derfor en opdatering, der inkluderer en bredere vifte af de omkostninger, der er direkte knyttet til produktion og formidling af det redaktionelle indhold. Konkret foreslås det, at der i opgørelsen, i tillæg til de redaktionelle medarbejdere, der for nuværende er omfattet, også kan medregnes lønomkostninger til medarbejdere, hvis arbejde er tæt og direkte integreret med den redaktionelle produktion, formidling og proces. Det er dog en forudsætning, at medarbejderen skal være direkte knyttet til det redaktionelle produkt og dets platforme, jf. definitionen i *Boks 21*.

Boks 21

Forslag til opdatering af støtteudmålingsgrundlag – personalekategorier

Opdatering af personalekategorier: Lønomkostninger til medarbejdere, hvis arbejde er tæt integreret med den redaktionelle proces, produktion, formidling, og brug af publicistisk indhold. Dette inkluderer fx funktioner inden for digital produktudvikling, teknisk udvikling, digitalt design, dataanalyse, specialiseret formidling, debat-moderation, mv.

Medarbejderen skal være direkte knyttet til det redaktionelle produkt og dets platforme. Hvis en medarbejders opgaver også inkluderer arbejde, der ikke direkte er knyttet til produktion og formidling af det redaktionelle indhold, kan omkostningerne medtælles forholdsmæssigt som i den nuværende ordning.

4.9.2. Investering i kompetencer

En mediebranche i konstant forandring fordrer, at medarbejderne løbende udvikler deres kompetencer. For at styrke mediernes omstillingsevne og højne kvaliteten af det journalistiske output, er det afgørende at anerkende investeringer i efteruddannelse som en legitim og støtteværdig omkostning. Det er en direkte investering i de menneskelige ressourcer, som er fundamentet for al publicistisk virksomhed. Udvalget foreslår derfor en opdatering, så omkostninger til efteruddannelse og opkvalificering af medarbejdere kan indgå i opgørelsen af ”redaktionelle omkostninger”, jf. den foreslåede definition i *Boks 22*.

Boks 22

Forslag til opdatering af støtteudmålingsgrundlag – kompetenceudvikling

Kompetenceudvikling: Dokumenterbare omkostninger til relevant efteruddannelse og opkvalificering af medarbejdere, hvis løn indgår i de redaktionelle omkostninger. Det skal styrke medarbejdernes faglige niveau og derved kvaliteten af det journalistiske output samt styrke medarbejdernes omstillingsevne i en branche under vedvarende udvikling.

Med den foreslåede opdatering af definitionen af ”redaktionelle omkostninger” ønsker udvalget at understøtte det redaktionelle og ansvarlige fællesskab, hvor det er menneskelige ressourcer, der producerer, redigerer og formidler det redaktionelle indhold.

I udvalgets optik er det derfor hensigtsmæssigt, at medier kan medregne udgifter til flere medarbejders løn og omkostninger til styrkelse af deres faglige niveau og omstillingsevne. Ved at inkludere en bredere vifte af udgifter, der er direkte forbundet med den samlede publicistiske virksomhed, favnes således omkostningstyper, der er afgørende for nutidens nyhedsmedier, men som ikke kan medregnes i den nuværende mediestøtteordning.

Den opdaterede definition af støtteudmålingsgrundlaget skaber desuden lige vilkår for alle medietyper. Opdateringen er således en afgørende forudsætning for, at den nye grundstøtteordning reelt bliver fremtidssikret og platformsneutral.

4.9.3. Fast tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger

Publicistisk virksomhed har altid været forbundet med omkostninger, der ligger ud over de direkte lønninger til redaktionelle medarbejdere. For at anerkende at en række nødvendige driftsudgifter er en uundgåelig forudsætning for produktionen og formidlingen af publicistisk indhold, foreslår udvalget, at støtteudmålingsgrundlaget suppleres med et fast tillæg for disse indirekte omkostninger.

Udvalget anbefaler, at ansøgere om mediestøtte kan forhøje deres indberettede, udvidede redaktionelle omkostninger med et fast tillæg på 10 pct.

Denne model har flere afgørende fordele. For det første er den administrativt enkel for både medier og myndigheder og sikrer ens vilkår for alle. For det andet er den principielt funderet, da tillægget er direkte koblet til de redaktionelle omkostninger, som er den publicistiske kerneopgave, uden at man i 2025 behøver at prøve at forudsige præcis, hvilke omkostninger der i fremtiden er en nødvendig del af at drive et nyhedsmedie. For det tredje fjerner den en betydelig usikkerhed i modellens beregninger. Ved at indføre et fast tillæg sikres det, at modellens prioriteringsmekanismer får den tilsigtede effekt.

Et niveau på 10 pct. vurderes at være konservativt og væsentligt under det faktiske overhead-niveau for mange medier, hvilket minimerer risikoen for overkompensation, jf. *Boks 23*.

Boks 23

Forslag til opdatering af støtteudmålingsgrundlag – fast tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger

Fast tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger: Et fast, administrativt tillæg på 10 pct. af mediets samlede, indberettede (udvidede) redaktionelle omkostninger. Tillægget anerkender de nødvendige, indirekte redaktionelle driftsomkostninger (overhead), der er forbundet med den publicistiske virksomhed.

Tillægget er standardiseret for at sikre en administrativt enkel model, der gælder ens for alle.

Udvalget har noteret sig, at faste tillæg for overheadomkostninger er en anerkendt mekanisme i andre ordninger med støtte til bl.a. film, forskning og erhvervsfremme, hvor ansøgere enten kan indregne sådanne omkostninger eller få et fast tillæg til dækning af disse. Hvor meget omkostningerne må udgøre, varierer på tværs af områder og afhænger af, hvilke kategorier der kan medregnes.

Der findes på medieområdet ikke konsoliderede data, der specificerer fordelingen mellem direkte redaktionelle produktionsomkostninger og indirekte overheadomkostninger for nyhedsmedier. Det er dog udvalgets vurdering, at det faktiske niveau er væsentligt over 10 pct.

Ud fra et forsigtighedsprincip og for ikke at overstige praksis på sammenlignelige områder foreslås en sats på 10 pct. Det er på niveau med, hvad der indregnes i visse former for filmstøtte, et andet medie- og kulturområde. Det er dermed også udvalgets vurdering, at satsen ikke vil medvirke til overestimering af de faktiske omkostninger, og at der dermed heller ikke er en risiko for overkompensation.

4.10. Øvrige overvejelser

Udvalget har drøftet, om en udvidelse af støtteudmålingsgrundlaget skulle ske ved at inkludere en række specifikke, dokumenterbare omkostninger, der i dag ikke er omfattet, såsom eksempelvis rejseudgifter, der kan henføres til den publicistiske virksomhed.

Denne tilgang blev imidlertid fravalgt. Selvom sådanne omkostninger kan være legitime og nødvendige, vurderer udvalget, at det vil være administrativt komplekst og forbundet med et betydeligt skøn at skulle vurdere og afgrænse, hvilke specifikke udgifter der er tæt nok relateret til den publicistiske kerneopgave. En sådan model ville stride imod udvalgets overordnede princip om at forenkle mediestøtten.

I stedet har udvalget, som beskrevet valgt at anbefale en administrativt langt enklere og mere transparent løsning: Et fast, standardiseret tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger. Denne model anerkender de

nødvendige driftsomkostninger uden at kræve en detaljeret og ressourcekrævende dokumentation af hver enkelt udgiftspost.

Udvalget anerkender, at det for mindre nyhedsmedier kan være vanskeligt at anvende den mest hensigtsmæssige distributionsform. Flere mellemstore medier oplever, at generiske værktøjer til distribution ikke giver mulighed for at realisere det fulde publicistiske potentiale, men har omvendt ofte ikke ressourcer til at udvikle og opdatere egne skræddersyede distributionsformer. Derfor har udvalget drøftet om udvalgte distributionsomkostninger, der er direkte og nødvendige for formidlingen af den publicistiske produktion, skal kunne indgå i begrænset omfang, forudsat at det sker under et vist loft (fx 100.000 kr.). Hensigten ville være at lade distributionstilskuddet være platformsneutralt, så det enkelte medie selv har mulighed for at anvende de tilførte ressourcer mest hensigtsmæssigt i forhold til mediets udviklingsstadiet. Udvalget har dog fravalgt denne idé, bl.a. fordi tilskuddet til distribution ville skulle tages ud af den samlede bevilling i grundstøtteordningen, hvor udvalget mener, at det vil gøre mere gavn.

Slutteligt har udvalget drøftet alternativer til redaktionelle omkostninger som støtteudmålingsgrundlag. Eksempelvis kunne opgørelser af ”årsværk” frem for ”redaktionelle omkostninger” udgøre et alternativt beregningsgrundlag, der ville kunne forenkle støtteudmålingen. Fordelen ved redaktionelle årsværk er således, at det vil bero på relativt enkelt datatræk for de ansøgende medier. Ulempen vil dog bl.a. være, at udgifter til freelancere kan være vanskelige at omsætte direkte til årsværk, og at denne type udgift har en stigende betydning for mindre og nyere medietyper. Endvidere vil det for flere medier gælde, at ikke alle årsværk er direkte beskæftiget med den publicistiske virksomhed, hvorfor det i praksis alligevel vil være nødvendigt med en særskilt opgørelse.

4.11. Støtteudmålingsmekanismer

Efter at have fastlagt, *hvilke medier* der er berettigede til støtte, og *hvilket grundlag* støtten skal udmåles på baggrund af, er næste skridt at definere, *hvordan midlerne skal fordeles*.

Det sker gennem en række støttemekanismer, der tilsammen skal sikre en retfærdig, transparent og formålstjenstlig fordeling af den samlede bevilling i én ny grundstøtteordning. Støtteudmålingsmekanismerne er de styringsværktøjer, der omsætter de overordnede principper til en konkret fordelingsnøgle blandt de tilskudsberettigede medier. Mekanismerne er derfor også blandt de værktøjer, der fra politisk side, kan skrues på og anvendes til at prioritere udvalgte formål, når en ny ordning skal vedtages.

Udvalgets arbejde med disse mekanismer har været styret af en række centrale dilemmaer, som er blevet drøftet grundigt og genbesøgt af flere omgange: Hvordan sikrer man, at støttede medier fortsat er frie og uafhængige? Hvordan sikrer man, at støtten ikke bliver en sovepude, men

et incitament til udvikling? Hvordan balancerer man hensynet til store mediehuse, der står for en stor del af nyhedsmedierne i Danmark, med behovet for at styrke mindre, fritstående og lokale aktører? Og hvordan anerkender man stordriftsfordele og skalaøkonomi i koncerner uden, at mediestøtten i sig selv fører til øget konsolidering? Med andre ord er det vigtigt, at man er bevidst og transparent om den påvirkning af markedet, som man ønsker mediestøtten skal have.

De følgende anbefalinger til støtteudmålingsmekanismer og foreslåede satser er udvalgets svar på disse spørgsmål. De udgør en samlet arkitektur for støtteudmåling, der erstatter de nuværende ordningers komplekse og partikulære regler med et enkelt og principbaseret system. Anbefalingerne omfatter et ensartet loft for støtteintensitet, differentierede titellofter, en principielt begrundet vægtning af visse medietyper og en afskaffelse af det nuværende koncernloft.

4.12. Anbefaling til støtteudmålingsmekanismer

For at skabe en mere enkel, transparent og målrettet grundstøtteordning anbefaler udvalget følgende overordnede støttefordelingsmekanismer:

4.12.1. Underafgrænsninger

Lokale og regionale medier

Udvalget anbefaler, at grundstøtteordningen indrettes, så det er muligt at foretage en underafgrænsning af "lokale og regionale medier". Hermed vil det være muligt at prioritere støtte til dette formål inden for én og samme grundstøtteordning, fx ved differentierede støtteloft, vægtninger mv. i støtteudmålingen. Det skyldes et ønske om at anerkende den demokratiske vigtighed af lokal- og regionaljournalistik. Udvalget anerkender samtidig, at der er særlige kommercielle udfordringer forbundet med produktionen af lokal- og regionaljournalistik, idet både publikum og annoncemarkedet er mere snævert end for landsdækkende medier.

Udvalget anbefaler, at vurderingen af, om et medie er lokalt eller regionalt sker ud fra en helhedsvurdering med udgangspunkt i nedenstående parametre. Parametrene fungerer ikke som ekskluderende regler, hvilket betyder, at de indgår i en samlet afvejning, der taler for, at mediet er et lokalt eller regionalt medie. Parametrene er identiske med de gældende parametre for lokale og regionale medier i den nuværende mediestøtteordning, jf. *Boks 24*.

Boks 24

Parametre for lokale og regionale medier

For lokale og regionale medier lægges vægt på, om:

- En væsentlig andel af det redaktionelle stof behandler lokale eller regionale forhold i det pågældende geografiske område,
 - en væsentlig andel af det selvstændigt journalistisk bearbejdede stof behandler lokale eller regionale forhold i det pågældende geografiske område,
 - der i nyhedsmediet jævnligt optræder redaktionelt stof fra hele det pågældende geografiske område,
 - nyhedsmediets hovedredaktion er placeret i det pågældende geografiske område, og
 - nyhedsmediets branding og profil afspejler, at der er tale om et regionalt eller lokalt nyhedsmedie fra det pågældende geografiske område.
-
-

Fritstående medier

Udvalget anbefaler, at grundstøtteordningen indrettes, så det er muligt at foretage en underafgrænsning af "fritstående medier". Hermed vil det være muligt at prioritere støtte til dette formål inden for én og samme grundstøtteordning, fx ved differentierede støtteløfter, vægtninger mv. i støtteudmålingen. Det skyldes et ønske om at holde hånden under mediepluralismen. Samtidig anerkender udvalget også, at der er større omkostninger forbundet med at have et fritstående medie end et koncernejet med flere titler, idet fritstående medier ikke kan drage fordel af stordriftsfordele, jf. *Boks 25*.

Boks 25

Definition af "fritstående"

Definition: En titel anses som "fritstående", når den ansøgende virksomhed (inklusive koncernforbundne selskaber) i tilskudsåret ikke modtager mediestøtte til andre titler.

Ved vurderingen medregnes direkte mediestøtte modtaget i Danmark og andre lande (eksklusive projektstøtte), og alle koncernforbundne virksomheder betragtes som én virksomhed.

Koncernbegrebet skal forstås i overensstemmelse med det udvidede virksomhedsbegreb, der fremgår af artikel 2 (2) i Kommissionens forordning (EU) Nr. 1407/2013 af 18. december 2013 om anvendelse af artikel 107 og 108 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde på de minimis-støtte.

Fritstående lokale og regionale medier

Udvalget anerkender den særligt udsatte position for medier, der er *både* lokale/regionale og fritstående. Disse medier kombinerer de markedsmæssige udfordringer ved et begrænset geografisk dækningsområde med fraværet af de stordriftsfordele, som et koncernejerskab giver. De løser ofte en kritisk samfundsopgave ved at

opretholde nyhedsproduktion og understøtte nærdemokratiet under markedsvilkår, der er særligt udfordrende.

Udvalget har derfor overvejet, om det i grundstøtteordningen skal være muligt at foretage en underafgrænsning, så det er muligt at prioritere støtte til disse medier.

Udvalget har afvejet hensynet til at tilgodese en særlig udsat mediegruppe, som ofte befinder sig i de tyndest befolkede og yderst beliggende områder, og som løser en vigtig samfundsopgave ved at opretholde en nyhedsproduktion og understøtte nærdemokratiet under svære forudsætninger, mod udvalgets overordnede princip om at forenkle mediestøtten.

Efter en samlet afvejning, hvor hensynet til administrativ enkelhed og transparens har vejet tungt, er udvalgets anbefaling dog, at der ikke tilføjes endnu en kategori, om end udvalget anerkender dette som en relevant mulighed. Udvalget lægger vægt på, at fritstående lokale og regionale medier allerede vil være omfattet af de afgrænsninger, der er foreslået, og således også vil blive begunstiget af de differentierede støtteløfter og vægtninger i støtteudmålingen.

Prioritering af "1. titel" i en mediekoncern

Udvalget har drøftet, om den stærke prioritering af fritstående medier skaber en for skarp økonomisk kant, der utilsigtet kan hæmme fornuftige konsolideringer. Et fritstående medie vil miste sin fordel af vægtningen, hvis det opkøber eller starter en ny titel, der modtager mediestøtte, uanset størrelsen heraf. Det ville for nogle titler potentielt føre til et tab i millionklassen, der direkte undergraver incitamentet til entreprenørskab og innovation. Det ville dermed både modvirke den fremtidssikring af mediestøtten, som udvalgets arbejde sigter mod, og potentielt undergrave den mangfoldighed, som er en del af målet med mediestøtten som demokratistøtte. For at afbøde denne "bivirkning" og anerkende, at ikke alle koncerner har adgang til de samme stordriftsfordele – en mediekoncern med få mindre titler drager ikke nødvendigvis gavn af de samme stordriftsfordele som de store koncerner – anbefaler udvalget at indføre en særlig prioritering af den første titel i alle mediehuse.

Konkret anbefales det, at den titel i en koncern, der har de højeste redaktionelle omkostninger (herefter "1. titel"), også tildeles en vægtning på faktor 1,5 i beregningen af støttegrundlaget. Denne prioritering går på tværs af kategorierne og gælder således for alle koncernejede medier, uanset om de er landsdækkende, lokale eller regionale.

Denne model løser et reelt problem for især mindre og mellemstore mediehuse i vækst og mindsker risikoen for, at mediestøtten låser markedet fast i en struktur, der kun tilgodeser de helt store koncerner eller de helt små, fritstående medier, jf. definitionen i *Boks 26*.

Boks 26

Definition af "1. titel"

Definition: En titel anses som "1. titel", hvis den er den titel i en mediekoncern med de højeste redaktionelle omkostninger.

Ved vurderingen identificeres "1. titlen" for at afgøre, hvilken titel i en mediekoncern der er berettiget til den særlige prioritering i støtteudmålingen. Definitionen sikrer, at udvælgelsen sker på baggrund af et objektivt og administrativt enkelt grundlag.

Udvalget har desuden overvejet en alternativ model, hvor "1. titlen" også fik et forhøjet titelloft. Dette er dog fravalgt, da det primært ville tilgodese de allerstørste titler og omfordele mange millioner af kroner fra det store flertal af støtteberettigede medier til fordel for nogle få store, primært landsdækkende titler. Dette ville modvirke udvalgets forslag om at demokratisere mediestøtten blandt andet via et øget fokus på at støtte lokale og regionale titler.

4.12.2. Støtteintensitetsloft

Et centralt princip for udvalget er, at mediestøtten skal fungere som et supplement til virksomhedernes økonomi og ikke som den primære finansieringskilde. Et medie skal bevise sin relevans over for borgerne og på markedet. For høje støtteprocenter kan hæmme forretningsmæssig innovation og skabe en usund afhængighed af offentlige midler. En sådan afhængighed er særligt problematisk for private medier, da de – i modsætning til offentligt finansierede public service-medier – ikke er underlagt den samme grad af politisk fastsatte forpligtelser og kontrolmekanismer. Den nuværende ordnings differentierede støtteintensitetslofter, hvor nogle medier kan modtage op til 60 pct. eller mere i støtte, modvirker princippet om en enkel og fair ordning og er svær at forene med ideen om, at mediestøtten fordeles til titler, der er uafhængige af magthaverne.

Udvalget anbefaler derfor at gøre op med de differentierede støtteintensitetslofter og indføre ét fælles, proportionalt og ensartet støtteintensitetsloft for alle.

Et ensartet støtteintensitetsloft på 35 pct. for hvor stor en andel af de redaktionelle omkostninger et medie maksimalt kan få støtte til sikrer, at alle medier har en betydelig egenfinansiering og et stærkt incitament til at udvikle en bæredygtig forretning. Samtidig sikrer det, at ingen med rimelighed kan siges at være afhængig af støtte fra de politikere, som de dækker. Det skaber lige vilkår og understreger, at støtten er en investering i publicisme, ikke en opretholdelse af specifikke forretningsmodeller eller udvalgte medier.

Udvalget understreger, at støtteintensitetsloftet på 35 pct. er et maksimum og ikke en garanteret støtteprocent. Den faktiske støtteprocent for det enkelte medie vil afhænge af det samlede antal ansøgere og det samlede støttegrundlag i forhold til den afsatte bevilling. På baggrund af de af udvalget foreslåede prioriteringsfaktorer og støtteløfter er det heller ikke hensigten, at alle medier skal opnå den samme støtteintensitet. Det er intentionen, at der skal være forskel – en forskel, der er udtryk for et principielt begrundet fokus på fritstående titler og på lokale og regionale titler for at understøtte et alsidigt udbud i alle dele af landet.

Udvalget anbefaler derfor, at der fastsættes et ensartet loft for støtteintensiteten for alle medier omfattet af grundstøtteordningen på maksimalt 35 pct. af mediets støtteberettigede redaktionelle omkostninger, jf. anbefalingen i *Boks 27*.

Boks 27

Anbefaling om støtteintensitetsloft

Anbefaling: Der fastsættes et ensartet loft for støtteintensiteten for alle medier omfattet af grundstøtteordningen på maksimalt 35 pct. af mediets støtteberettigede redaktionelle omkostninger.

Det viderefører støtteintensitetsloftet fra den nuværende Hovedordning, men sænker støtteintensitetsloftet i forhold til den nuværende ugeavispulje og Supplementsordningen. Støtteintensitetsloftet på 35 pct. har eksisteret siden Hovedordningens indførelse i 2014 og er således et principielt niveau, der har nydt bred politisk opbakning gennem flere medieaftaler fra en bred vifte af forskellige politiske partier, der tilsammen repræsenterer et stort flertal af befolkningen. Det er i udvalgets øjne vigtigt at fastholde dette principielle og bredt accepterede loft og dermed undgå, at støtteintensitetsloftet bliver genstand for konstant politisk forhandling til potentiel fordel for enkelte koncerner eller mediegrupper. Hverken borgerne, politikerne eller medierne vil samlet set nyde godt af diskussioner, der kan ligne forsøg på at opnå politisk bestemt særbehandling.

Udvalget bemærker, at den tilsigtede effekt af vægtningsfaktorerne er at skabe en differentiering, hvilket betyder, at medier, der ikke er omfattet af en prioritering, i praksis kan forvente en lavere støtteprocent end de 35 pct.

Udvalget vurderer, at et støtteintensitetsloft på 35 pct. er proportionalt og sikrer, at alle medier har en betydelig egenfinansieringsandel og incitament til forretningsmæssig forsvarlighed og publicistisk relevans – og forebygger en u hensigtsmæssig afhængighed af mediestøtte. Dermed har medierne en reel interesse i at skabe demokratisk og samfundsmæssig værdi ved at levere et efterspurgt og relevant produkt, der faktisk appellerer til borgerne. Støtteintensitetsloftet er dermed en vigtig garant for, at borgerne – som i sidste ende er dem, der skal nyde godt af mediestøtten – kan stole på, at de medier, der modtager støtten, er og forbliver uafhængige.

Udvalget anbefaler dog, at støtteintensitetsloftet i en tidsbegrænset periode delvist suspenderes i forbindelse med overgangsordninger, så det ikke går imod formålet om at skabe en blød overgang til den nye mediestøtteordning.

4.12.3. Titelloft

For at sikre en bred fordeling af midlerne og modvirke, at enkelte store medier modtager en uforholdsmæssigt stor andel af den samlede pulje, er et loft over den maksimale støtte til den enkelte titel et effektivt og nødvendigt redskab. Uden et sådant loft ville få, ofte koncernejede, medier med meget høje redaktionelle omkostninger, kunne lægge beslag på en stor del af bevillingen. Det ville ske på bekostning af de mindre og mellemstore medier og dermed svække den samlede mediepluralisme.

I tråd med princippet om at styrke den demokratiske infrastruktur i hele landet og sikre et mangfoldigt mediebillede, anbefaler udvalget derfor differentierede titellofter.

Udvalget anbefaler at fastholde det generelle titelloft på 12,5 mio. kr., og at fastsætte titelloftet for henholdsvis lokale/regionale medier og fritstående medier til 18,75 mio. kr., jf. anbefalingen i *Boks 28*.

Boks 28

Anbefaling om titellofter

Anbefaling: Der indføres et generelt titelloft på 12,5 mio. kr. årligt. For lokale/regionale medier og fritstående medier er titelloftet 1,5 gange højere, svarende til et titelloft på 18,75 mio. kr. årligt.

Disse titellofter gælder uanset om titlen er "1. titel" i en mediekoncern.

Det generelle loft sikrer en grundlæggende fordeling, mens det forhøjede loft er en direkte anerkendelse af den særlige rolle, som lokale/regionale medier og fritstående medier indtager. Disse medier har ofte ikke adgang til de samme stordriftsfordele som koncernmedier og er afgørende for den nære demokratiske samtale, fornyelsen af mediebildet og den samlede mediepluralisme. Fritstående titler er særligt vigtige for den samlede mangfoldighed, og store lokale/regionale titler er med til at sikre en alsidig nyhedsdækning med flere, også geografiske, perspektiver på væsentlige historier.

Udvalget anbefaler i tillæg hertil, at lofterne årligt reguleres i overensstemmelse med pris- og lønudviklingen, som det allerede sker for mediestøttens overordnede bevilling på finansloven. Det vil sikre, at tilskuddenes størrelse ikke devalueres over tid, og at støtteudmålingsmekanismen fortsat fungerer efter hensigten, når bevillingen opjusteres, jf. *Boks 29*.

Boks 29

Anbefaling om PL-regulering af titellofter

Anbefaling: Ordningens titellofter reguleres årligt efter pris- og lønudviklingen på samme måde, som den overordnede bevilling til mediestøtten løbende reguleres.

4.12.4. Vægtning af redaktionelle omkostninger

For at anerkende den demokratiske vigtighed af lokale/regionale medier og fritstående medier samt de kommercielle udfordringer, der er forbundet med driften af disse, anbefaler udvalget at målrette støtten til de lokale/regionale medier og fritstående medier yderligere ved at anvende en differentieret vægtning af mediernes støttegrundlag. Udvalget anbefaler desuden at anvende en differentieret vægtning for "1. titel" i en mediekoncern, hvilket skal bidrage til mere lige vilkår og afhjælpe potentielle "bivirkninger" ved at prioritere fritstående medier. Ved at tildele visse medietyper en faktor, der øger deres beregnede redaktionelle omkostninger, kan støtten prioriteres politisk uden at gå på kompromis med ordningens objektive og omkostningsbaserede natur. Dette er et centralt greb for at realisere visionen om en demokratisering af mediestøtten. Det er dermed en videreførelse af den eksisterende begunstigelse af lokale og regionale titler.

Udvalget anbefaler, at mediernes redaktionelle omkostninger tildeles differentierede vægtninger i forbindelse med støtteudmålingen, jf. anbefalingen i *Boks 30*.

Boks 30

Anbefaling om vægtning af redaktionelle omkostninger

Anbefaling: Følgende vægtningsfaktorer indføres i beregningen af det støtteberettigede omkostningsgrundlag:

- **Fritstående nyhedsmedier: Tildeles en faktor 1,5.**
Dette styrker medier uden for de store koncerner, som mangler adgang til stordriftsfordele (skalaøkonomi mv.) og er afgørende for mediepluralismen. Det anerkender samtidig, at uafhængige medier uden for de store koncerner i højere grad udgøres af originalt indhold.
 - **Lokale og regionale nyhedsmedier: Tildeles en faktor 1,5.**
Dette viderefører og styrker understøttelsen af den lokale demokratiske infrastruktur, som er under pres, og modvirker dannelsen af nyhedsørkener.
 - **"1. titel" i en mediekoncern: Tildeles en faktor 1,5.**
Dette afbøder den skarpe kant mellem fritstående og koncernejede medier for at undgå, at mediestøtten utilsigtet hæmmer fornuftige konsolideringer. Vægtningen anerkender, at ikke alle koncerner har adgang til de samme stordriftsfordele (skalaøkonomi mv.).
-

Det er væsentligt at understrege, at vægtningsfaktorerne ikke kan multipliceres. En titel, der fx både er lokal/regional og fritstående, tildeles således en samlet faktor på 1,5 og ikke 1,5 gange 1,5.

4.12.5. Håndtering af støttekoncentration i koncerner

Udvalget har vedvarende drøftet, hvordan man bedst håndterer, at en betydelig del af mediestøtten tilfalder relativt få, store mediekoncerner. På den ene side nyder koncerner i forvejen godt af klare stordriftsfordele (skalaøkonomi mv.), hvilket taler for en lavere marginal støtte. På den anden side er titlerne i de store koncerner en vigtig del af den demokratiske infrastruktur, og en ny ordning bør ikke unødigt hæmme, at støtten til individuelle titler begrænses som følge af forretningsmæssigt fornuftige konsolideringer.

Det nuværende koncernloft på 90 mio. kr. er en ufleksibel, politisk fastsat og til dels arbitrær mekanisme, som ingen koncerner endnu har ramt. Udvalget finder, at en sådan mekanisme potentielt kan blokere for fremtidige fusioner og opkøb, som kan være både rationelle og nødvendige for at sikre overlevelsen af nødlidende titler. At et medie opkøbes af en koncern og videreføres, kan fra et samfundsperspektiv være at foretrække, frem for at titlen må lukke og evt. efterlade et hul i nyhedsdækningen af et givent geografisk eller emnemæssigt område. I en tid, hvor danske medievirksomheder er i skærpet konkurrence med internationale teknologivirksomheder, kan det desuden være afgørende for branchens samlede styrke, at nationale aktører har mulighed for at opbygge en robust skala uden at blive unødigt hæmmet af mediestøtteordningen.

Et klart støtteintensitetsloft og en enkelt, sammenhængende grundstøtteordning i stedet for en række indbyrdes forskellige ordninger er med til at værne imod, at titler drives eller opkøbes i speulationsøjemed.

Det er udvalgets overbevisning, at mediestøtten hverken – positivt eller negativt – skal være en udslagsgivende faktor for, om der sker konsolideringer på mediemarkedet. Konsolideringer bør drives af andre udviklinger, strukturelle forandringer og markedsdynamikker.

Dertil vil et koncernløft i højere grad blive overflødiggjort med indførslen af andre reguleringsmekanismer. Det gælder både den generelle konkurrencelovgivning og den europæiske forordning om mediefrihed (EMFA), der netop har til formål at sikre, at nationale myndigheder vurderer indvirkningen af centrale mediemarkedsfusioner på mediepluralismen og den redaktionelle uafhængighed. At fastholde et koncernloft vil derfor bidrage til den administrative kompleksitet, og ikke være i tråd med udvalgets overordnede princip om en forenkling af mediestøttesystemet.

Udvalget har endvidere noteret sig, at medieudviklingen aktuelt viser konsolideringstendenser på tværs af de nordiske lande og har i det lys

overvejet, om et koncernloft vil spille ind i denne udvikling på en uhensigtsmæssig måde.

De øvrige foreslåede støttemekanismer – især titellofterne og vægtningen af de redaktionelle omkostninger for lokale/regionale og fritstående medier – sikrer i sig selv en bred fordeling af midlerne og modvirker en overdreven støttekoncentration. På den baggrund anbefaler udvalget, at en ny grundstøtteordning etableres uden et koncernloft, jf. *Boks 31*.

Boks 31

Anbefaling om koncernloft

Anbefaling: Der indføres ikke et koncernloft i en ny grundstøtteordning.

4.12.6. Overvejelser om prioritering af fritstående medier og konsolidering

Udvalget anerkender, at den anbefalede prioritering af fritstående medier gennem et forhøjet titelloft og en vægtning (halvanden gange højere) skaber en skarp økonomisk kant. Dette kan potentielt hæmme forretningsmæssigt fornuftige konsolideringer, idet et fritstående medie vil miste en betydelig del af sit støttegrundlag ved at blive en del af en koncern.

Udvalget har drøftet alternative modeller, herunder en titelbaseret aftrapningsmodel, men har fravalgt disse grundet deres administrative kompleksitet. Udvalget anerkender, at den endelige afvejning mellem på den ene side at styrke mangfoldigheden ved at begunstige fritstående medier og på den anden side at undgå at hæmme konsolideringstendenser er en politisk beslutning. I stedet har udvalget valgt at anbefale, at grundstøtteordningen skal vægte "1. titel" i en mediekoncern med en faktor 1,5. Dette skal netop modvirke, at prioriteringen af fritstående medier medfører bivirkninger, der modvirker fornuftige konsolideringer eller giver incitament til støttespekulative sammenlægninger af titler.

4.12.7. Øvrige overvejelser om koncernloft og titelbaseret støtteaftrapning

I sine drøftelser har udvalget overvejet alternative modeller til det nuværende koncernloft, som dog er blevet fravalgt til fordel for en fuld afskaffelse.

En model var at bibeholde og forhøje koncernloftet til fx 100 mio. kr. for at tage højde for, at den nye grundstøtteordning også omfatter medier fra de nuværende særpuljer (Ugeavispuljen og Magasinpuljen), der i dag er uden for koncernloftet. Dette blev dog fravalgt, da det ikke ændrer ved den grundlæggende problematik med et ufleksibelt og "hårdt" loft.

En anden model var at indføre en titelbaseret støtteaftrapningsmodel, hvor støtten gradvist reduceres for hver titel, en koncern modtager støtte til (fx med 2 pct. pr. titel). En sådan model ville være mere fleksibel end et hårdt loft, men den blev fravalgt, da den ville medføre betydelig administrativ kompleksitet og potentielt kunne skabe u hensigtsmæssige incitamenter i forhold til koncerners titelstruktur.

Udvalget konkluderede derfor, at den mest enkle, transparente og fremtidssikre løsning vil være at fjerne koncernloftet, og i stedet lade de øvrige mekanismer sikre en balanceret fordeling af støtten.

4.13. En ny støtteudmåling i en ny grundstøtteordning

Ligesom forslaget til en ny samlet grundstøtteordning hviler på en række overordnede principper om *demokratisering*, *fremtidssikring* og *forenkling*, har udvalget haft fokus på, at dette også er afspejlet i ordningens støtteudmålingsmekanismer.

Udvalget har på den baggrund drøftet forskellige modeller for, hvordan især hensynet til forenkling kan balanceres med den ønskede, målrettede prioritering af lokale/regionale og fritstående medier.

Efter en samlet afvejning anbefaler udvalget *Model A*, jf. *Tabel 5*. Modellen er administrativt enkel og bygger på en kombination af differentierede titellofter og en vægtning af de redaktionelle omkostninger. Den centrale mekanisme er, at alle lokale/regionale medier, alle fritstående medier samt den første titel ("1. titel") i en mediekoncern får vægtet deres redaktionelle omkostninger med en faktor 1,5. Vægtningsfaktorerne kan ikke multipliceres, hvilket betyder, at en titel, der fx både er lokal/regional og fritstående, tildeles en samlet faktor på 1,5. Titelloftet for den enkelte titel afgøres af, om mediet er lokalt/regionalt, fritstående eller uden for disse kategorier (ansøgere generelt). De anbefalede parametre fremgår nedenfor, jf. *Tabel 5*.

Modellen sikrer en formålstjenstlig styrkelse af de medier, der er afgørende for mediepluralismen i hele landet. Den flugter dermed bedst med udvalgets overordnede princip om forenkling.

Tabel 5**Anbefalede støtteparametre i en ny grundstøtteordning (Model A)**

	Vægtning (faktor)	Titelloft	Støtteintensitet
Ansøgere generelt	1	12,50	35 pct.
Lokale/regionale	1,5	18,75	
Fritstående medier	1.5	18,75	
"1. titel" i en mediekoncern (tværgående)	1,5	12,50/18,75	
Anm.:	Et fritstående medie er per definition altid en "1. titel" og følger titelloftet for fritstående medier. Et lokalt/regionalt medie, der også er "1. titel", følger titelloftet for lokale/regionale medier. "Ansøgere generelt", der også er "1. titel" følger titelloftet for "Ansøgere generelt". Støtteintensiteten er et loft på 35 pct. for alle. Vægtningsfaktorerne kan ikke multipliceres. En titel, der fx både er lokal/regionalt og fritstående, tildeles således en samlet faktor på 1,5 og ikke 1,5 gange 1,5. Udvalget anbefaler, at titellofterne årligt PL-reguleres.		
Kilde:	Udvalg om fremtidens mediestøtte.		

Udvalget har som et alternativ drøftet *Model B*, jf. *Tabel 6*, der opererer med en lavere vægtningsfaktor på 1,3 for de prioriterede kategorier. Vægtningsfaktorerne kan ikke multipliceres, hvilket betyder, at en titel, der fx både er lokal/regionalt og fritstående, tildeles en samlet faktor på 1,3. Effekten af prioriteringen er mindre markant i denne model, men den modvirker samtidig potentielle bivirkninger ved at skabe en mindre skarp kant mellem de forskellige medietyper. Udvalget anerkender *Model B* som et validt alternativ, der afspejler de samme grundlæggende prioriteringer som i *Model A*, jf. *Tabel 6*.

Tabel 6**Alternative støtteparametre i en ny grundstøtteordning (Model B)**

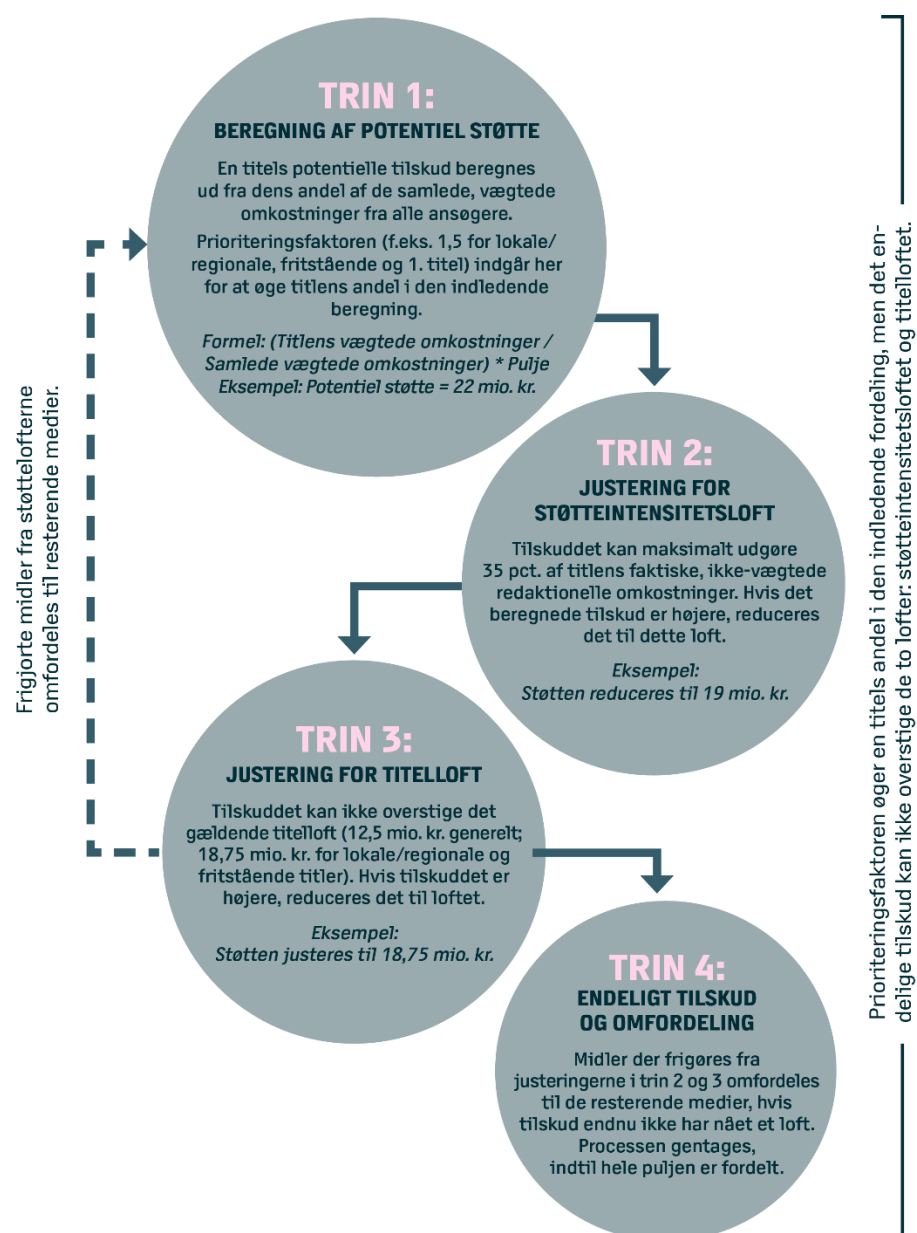
	Vægtning (faktor)	Titelloft	Støtteintensitet
Ansøgere generelt	1	12,50	35 pct.
Lokale/regionale	1,3	18,75	
Fritstående medier	1.3	18,75	
"1. titel" i en mediekoncern (tværgående)	1,3	12,50/18,75	
Anm.:	Et fritstående medie er per definition altid en "1. titel" og følger titelloftet for fritstående medier. Et lokalt/regionalt medie, der også er "1. titel", følger titelloftet for lokale/regionale medier. "Ansøgere generelt", der også er "1. titel" følger titelloftet for "Ansøgere generelt". Støtteintensiteten er et loft på 35 pct. for alle. Vægtningsfaktorerne kan ikke multipliceres. En titel, der fx både er lokal/regionalt og fritstående, tildeles således en samlet faktor på 1,3 og ikke 1,3 gange 1,3. Udvalget anbefaler, at titellofterne årligt PL-reguleres.		
Kilde:	Udvalg om fremtidens mediestøtte.		

Uanset hvilken model, der lægges til grund, vil udvalget betone vigtigheden af at fastholde støtteintensitetsloftet på 35 pct., da dette er afgørende for mediernes principielle uafhængighed og ordningens samlede effekt, samt afskaffelsen af det nuværende concernloft.

Proces for mediestøtteberegningen er illustreret nedenfor, jf. *Figur 2*.

Figur 2

Illustration af proces for mediestøtteberegning



Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.



5.

Forslag til fremtidens innovationsstøtte

5. FORSLAG TIL FREMTIDENS INNOVATIONSSTØTTE

5.1. Indledning

Udvalgets anbefaling til en fremtidssikret mediestøttemodel hviler på to søjler: 1) en solid og forudsigelig grundstøtte, og 2) en dynamisk og risikovillig innovationsstøtte. Hvor den nye grundstøtteordning har til formål at sikre den stabile drift og den daglige produktion hos etablerede publicistiske medier, har innovationsstøtten en anden, men lige så vigtig opgave: at støtte fornyelse, udvikling og eksperimenter hos de publicistiske medier. Grundstøtten fokuserer på fundamentet, mens innovationsstøtten fokuserer på fremtiden.

Mediebranchen er under et konstant pres for at omstille sig. Nye teknologier, ændrede medievaner og udfordrede forretningsmodeller kræver, at både nye og etablerede medier tør gå nye veje. Innovationsstøtten er derfor ikke blot et supplement til grundstøtten, men en vigtig investering i fremtidens mediemangfoldighed. Den skal være med til at sikre det frirum og den tålmodighed, der gør det muligt at udvikle medier, formater og forretningsmodeller, så der også i fremtiden findes relevant publicistisk indhold til borgerne.

På den baggrund anbefaler udvalget at modernisere og styrke innovationsstøtten. Målet er at skabe en mere *fleksibel, risikovillig og effektiv* ordning, der kan understøtte hele innovationskæden – fra den spæde idé til udvikling og skalering.

5.2. Baggrund og overordnede overvejelser

Den nuværende Innovationspulje har siden 2014 fungeret som en vigtig fødekæde for nye medier og har understøttet nødvendig udvikling hos etablerede aktører. Evalueringsrapporten ”Nyhedsmediernes innovationsstøtte 2014-2023” (RUC, 2025) viser, at ordningen overordnet har levet op til sit formål og har bidraget til etableringen af 44 nye nyhedsmedier, hvoraf en lang række fortsat eksisterer.

Samtidig viser evalueringen og dialogen med branchen, at der er et potentiale for at gøre ordningen endnu stærkere. For at bygge videre på de gode resultater anbefaler udvalget derfor at øge ordningens fleksibilitet og risikovillighed samt at justere kravene, så endnu flere mindre aktører og nye startups kan få mulighed for at bidrage til medieinnovationen.

Udvalgets overordnede analyse er, at der er behov for et dedikeret rum for den type risikovillighed, som den brede, forudsigelige grundstøtteordning ikke kan eller skal levere. Det kræver også, at borgerne og deres valgte repræsentanter er risikovillige, når det kommer til denne del af mediestøtten. Innovation kræver en anden logik end driftsstøtte: en accept

af, at ikke alle projekter lykkes, en vilje til at støtte tidlige og umodne idéer, og en agilitet, der matcher projekternes dynamiske natur. En moderniseret innovationsstøtte skal derfor være det sted, hvor morgendagens mediepluralisme kan spire. Derfor er det også vigtigt, at fremtidens innovationsstøtte afspejler en medieudvikling, hvor nystartede og små medier sjældent ligner nyhedsmedier i traditionel forstand. Det er ofte nye medier og formater, der formår at appellere til de målgrupper, som de traditionelle medier har sværest ved at nå.

Udvalget ser en moderniseret innovationsstøtte som en central del af at fremtidssikre mediestøtten. Derfor er det udvalgets udgangspunkt at højne ambitionsniveauet og styrke innovationsstøtten, så ordningen bedre kan ruste medierne til at tackle aktuelle og fremtidige udfordringer. Ved at gøre innovationsstøtten mere fleksibel, risikovillig og effektiv vil flere projekter kunne løftes fra vision til vækst, alt imens dansk publicisme vil få ny næring, og det samlede udbud vil vokse.

5.3. Rammer og principper for fremtidens innovationsstøtte

Udvalget foreslår, at formålet med innovationsstøtten skal være at yde direkte, øremærket støtte til projekter vedrørende etablering og udvikling samt implementering af innovative publicistiske koncepter, forretningsmodeller, teknologier eller organisationsforandringer.

For at realisere ambitionen om en fremtidssikret ordning, anbefaler udvalget, at den nye innovationsstøtte baseres på en række opdaterede principper, der adresserer den nuværende ordnings svagheder, jf. *Boks 32*.

Boks 32

Principper for fremtidens innovationsstøtte

Forslag til principper:

- **Øget fleksibilitet:** For at imødekomme innovationsprojekters dynamiske og ofte uforudsigelige karakter skal den nye ordning være agil og administrativt enkel. Målet er at gøre støtten mere relevant og tilgængelig for ansøgerne, eventuelt med mulighed for løbende ansøgninger og hurtigere sagsbehandling for mindre tilskud.
 - **Større risikovillighed:** En fremtidssikret innovationsstøtte skal aktivt fremme det eksperimenterende og nytænkende for at sikre mediebranchens udvikling. Vurderingskravene skal derfor indrettes, så de i højere grad prioriterer projekter med et reelt potentiale for at skabe fornyelse for det enkelte medie eller branchen som helhed.
 - **Samarbejde og partnerskaber:** De mest banebrydende innovationer opstår ofte i krydsfeltet mellem forskellige aktører og fagligheder. For at frigøre dette potentiale skal en ny ordning skabe bedre forudsætninger for samarbejdsprojekter, herunder åbne for partnerskaber med "ikke-medier", fx teknologivirksomheder eller forskningsinstitutioner.
 - **Øget vejledningsindsats:** For at maksimere potentialet i de støttede projekter og styrke ansøgerfeltet skal den økonomiske støtte suppleres med en styrket vejledningsindsats. Særligt for nye og mindre aktører kan adgang til viden og sparring være afgørende, hvorfor ansøgere skal have adgang til bedre og mere målrettet vejledning.
-

5.4. anbefalinger til en moderniseret innovationsstøtte

Udvalget anbefaler at etablere en tidssvarende innovationsstøtte, der både moderniserer og bygger videre på den nuværende ordning. Udvalget foreslår således, at innovationsstøtten fortsat udmøntes som direkte, øremærkede projekttilskud, og at det sker med en opdeling i henholdsvis *etableringstilskud* og *udviklingstilskud*, jf. *Boks 33*.

Boks 33

Tilskudstyper i ny innovationsstøtteordning

Etableringstilskud: Tilskud til etablering af nye publicistiske medier eller nye, selvstændige publicistiske platforme/tjenester. Tilskuddet kan også omfatte en tidlig fase til idéudvikling eller konceptudvikling, herunder fx forundersøgelser, brugeranalyser og forberedelse af forretningsplan/pitch. Hensigten er at styrke grundlaget for nye medieinitiativer.

Udviklingstilskud: Tilskud til væsentlig videreudvikling af eksisterende medier eller publicistiske platforme/tjenester. Dette kan omfatte teknologisk opgradering, udvikling af nye forretningsmodeller, redaktionelle formater, organisationsændringer eller strategisk skalering.

5.4.1. Fælles adgangskriterier

For at styrke sammenhængen i den samlede mediestøttemodel og understøtte princippet om forenkling, anbefaler udvalget, at der indføres ét fælles sæt adgangskriterier for både grundstøtteordningen og innovationsstøtten.

At anvende de samme grundlæggende kriterier for, hvad der definerer et støtteværdigt publicistisk medie, har flere fordele:

- Det skaber en klar, transparent og gennemgående definition af, hvilke typer medier mediestøtten overordnet set er til for.
- Det etablerer naturlige og logiske overgange mellem ordningerne, hvor medier, der opstår med støtte fra innovationsstøtten, har en klar vej mod at kunne overgå til den varige grundstøtteordning, ligesom medier, der søger om udviklingstilskud, ofte vil være modtagere heraf.
- Det forenkler og effektiviserer administrationen, når ordningernes grundlæggende regler er de samme.

Udvalget anerkender, at et krav om to redaktionelle årsværk umiddelbart kan virke som en skærpelse i forhold til den nuværende innovationspuljes krav om ét årsværk. Anbefalingen skal dog ses i lyset af, at de nye, fælles adgangskriterier samlet set er både færre, enklere og mere tidssvarende end de nuværende. De fjerner en række platformsspecifikke og indholdsmæssige krav, samtidig med, at det nye krav til redaktionelle ressourcer er indrettet fleksibelt, så freelancere og frivillige i et vist omfang kan medregnes.

For yderligere at sikre, at adgangsbARRIERERNE for helt nye medieinitiativer forbliver lave, anbefaler udvalget en lempelse for ansøgere til

etableringsstøtte, så ansøgerne først skal opfylde de fulde adgangskriterier *ét år efter*, at de har fået tilsagn om støtte. Det giver nye medier den nødvendige tid til at etablere sig og opbygge den redaktionelle kapacitet, der er en forudsætning for at skabe bæredygtig publicisme.

Det er herved også udvalgets vurdering, at forslaget til en ny innovationsstøtte understøtter udvalgets overordnede forudsætninger om en demokratisering, fremtidssikring og forenkling af mediestøtten, og samtidig sikre en mere fleksibel, risikovillig og effektiv innovationsstøtte. Udvalget anbefaler til adgangskriterier for en ny innovationsstøtte fremgår nedenfor, jf. *Boks 34*.

Boks 34

Adgangskrav i en ny innovationsstøtteordning

Anbefaling: Adgangskriterierne til en ny innovationsstøtte er de samme som for grundstøttemodellen. Ansøgere om etableringstilskud skal dog først opfylde adgangskriterierne et år efter tilsagn.

Samtidig moderniseres kravene til ansøgers økonomi og organisering, og de krav, som projekterne vurderes efter.

5.4.2. Modernisering af de økonomiske og projektrelaterede krav

Mens de grundlæggende adgangskriterier harmoniseres, ligger den egentlige modernisering af innovationsstøtten i en markant lempelse af de krav, der relaterer sig til ansøgernes økonomi, organisering og de konkrete projekter.

For at realisere ambitionen om en mere fleksibel, risikovillig og effektiv innovationsstøtte, der kan understøtte fremtidens medieinnovation, anbefaler udvalget en række konkrete justeringer af de nuværende vilkår for innovationsstøtte. Udvalget anbefaler bl.a., at ordningen i højere grad vægter de komponenter, der understøtter fremtidens innovation. Udvalget peger på, at en fremtidssikring af innovationsstøtten kræver øget fokus på projekternes potentiale, innovationshøjde og relevans for branchens udvikling.

5.4.3. Lempelse af krav til egenfinansiering

De nuværende krav til egenfinansiering (40 pct. for etablering og 60 pct. for udvikling) har vist sig at være en betydelig barriere, især for nystartede og små medier. For at øge risikovilligheden og sikre, at flere lovende projekter kan realiseres, anbefaler udvalget en markant lempelse, jf. *Boks 35*.

Boks 35

Lempelse af krav til egenfinansiering

Anbefaling: Egenfinansieringskravet reduceres til et ensartet niveau på 30 pct. for både etablerings- og udviklingsstøtte. For projekter med særligt fokus på underdækkede områder nedsættes kravet til 20 pct. Definitionen af egenfinansiering lempes, så dokumenterbar værdi af egen arbejdskraft og budgetterede, sandsynliggjorte indtægter i projektperioden i højere grad kan indgå.

5.4.4. Afskaffelse af krav om økonomisk selv bærende medier

Det nuværende krav om, at et medie skal være økonomisk selv bærende efter tre år for at opnå etableringsstøtte, kan favorisere ”sikre” og mindre innovative projekter. Innovation er en uforudsigelig proces, og potentialet i et projekt bør ikke måles på en stram tidsfrist. Mere overordnet skal rammerne for forslaget om en moderniseret innovationsstøtte ses i sammenhæng med en grundstøtteordning, der via et klart støtteintensitetsloft og andre greb forebygger risikoen for støttespekulation. Udvalget anbefaler derfor, at kravet om økonomisk selv bærende projekter afskaffes, jf. Boks 36.

Boks 36

Afskaffelse af krav om økonomisk selv bærende medier

Anbefaling: Kravet om økonomisk selv bærende medier fjernes for etableringsprojekter. Vurderingen skal i stedet fokusere på projektets langsigtede potentiale og holdbarhed.

5.4.5. Justering af omsætningsloft

Udvalget foreslår, at det nuværende omsætningsloft på koncernniveau for udviklingsstøtte fjernes og erstattes af et loft for redaktionelle omkostninger på titelniveau. Hensigten med en ny afgrænsning er at undgå, at omsætningsloftet utilsigtet udelukker nyhedsmedier på grund af omsætning fra øvrige aktiviteter i en koncern som fx forlag, trykkerivirksomhed eller lignende. Således undgås det, at titlen diskvalificeres af koncernrelaterede omkostninger, der ikke vedrører titlens publicistiske virksomhed, jf. Boks 37.

Boks 37

Justering af omsætningsloft

Anbefaling: Det nuværende omsætningsloft på koncernniveau på 250 mio. kr. for udviklingsstøtte fjernes og erstattes af et loft for redaktionelle omkostninger på titelniveau. Loftet fastsættes, så titler med redaktionelle omkostninger over 100 mio. kr. ikke kan søge og modtage udviklingstilskud.

5.4.6. Samarbejde og partnerskaber

For at styrke innovation på tværs af brancher og fagligheder bør det gøres lettere at indgå i partnerskaber. Den nuværende ordning hæmmer dette ved at kræve, at alle partnere i et projekt skal opfylde adgangskriterierne.

Udvalget anbefaler, at innovationsstøtten også gøres tilgængelig for innovationsprojekter, hvis gennemførelse sker i samarbejde mellem to eller flere aktører, hvoraf mindst én aktør skal være et publicistisk nyhedsmedie. Derfor foreslår udvalget at fjerne kravet om, at alle involverede parter i et samarbejdsprojekt skal opfylde adgangskriterierne for innovationsstøtteordningen. Det skal forbedre muligheden for også at søge om støtte til samarbejder og partnerskaber yderligere, så nyhedsmedierne får mulighed for at ansøge om innovationsstøtte til projekter med relevante partnere, der ikke er medier, jf. *Boks 38*.

Boks 38

Fremme af samarbejdsprojekter

Anbefaling: Kravet om, at alle involverede parter i et samarbejdsprojekt skal opfylde adgangskriterierne, fjernes. Det er tilstrækkeligt, at hovedansøger er et medie, der opfylder adgangskriterierne. Ordningen skal muliggøre samarbejdsprojekter ved at give lettere adgang for projekter med flere partnere.

Udvalget anbefaler imidlertid ikke, at projekttilskudsordningen særskilt prioriterer samarbejdsprojekter via point i ansøgningsvurderingen, ved højere støtteintensitet eller ved en øremærkning af dele af innovationsstøttemidlerne. En sådan prioritering vurderes at kunne skabe et incitament til samarbejder, der alene opstår af formaliahensyn i stedet for på baggrund af reelle synergier.

5.5. Økonomi og administration

For at realisere de øgede ambitioner for innovationsstøtten anbefaler udvalget, at den nuværende årlige bevilling på 33,3 mio. kr. hæves til 40,0 mio. kr. Selvom puljen historisk ikke altid har haft fuldt afløb, forventes de lempede krav og nye tiltag at øge antallet af kvalificerede ansøgninger markant. Såfremt innovationsstøtten i et givet år ikke har fuldt afløb, overgår midlerne som hidtil til fordeling via grundstøtteordningen.

Det bør overvejes, om opgaven med styrket vejledning og sparring med fordel kan udbydes til eller bistås af eksterne specialiserede aktører.

I forhold til vurderingsprocessen bemærker udvalget, at sagsbehandlingen bør tilstræbe fleksibilitet. For visse tilskudstyper (især i den tidlige fase eller ved høj risikovillighed) kan en mere pitch-baseret og ekspertvurderet proces (evt. med eksterne fagpaneler) overvejes som supplement til skriftlige ansøgninger.



6. Alternative mediestøtte- modeller

6. ALTERNATIVE MEDIESTØTTEMODELLER

6.1. Indledning

Udvalgets centrale anbefalinger til én ny samlet grundstøtteordning og en styrket innovationsstøtte er resultatet af en omfattende proces, hvor udvalget også har analyseret, drøftet og vurderet en bred vifte af alternative mediestøttemodeller. I dette arbejde har udvalget bl.a. kigget på internationale mediestøtteordninger, der potentielt kunne supplere eller erstatte de nuværende ordninger.

For at skabe transparens om udvalgets arbejde og anbefalinger gennemgås her de mest centrale alternative modeller, som udvalget har overvejet. For hver model præsenteres den grundlæggende idé og en analyse af modellens potentiale og svagheder i en dansk kontekst samt de centrale dilemmaer, som udvalget har drøftet.

6.2. Efterspørgselsbaseret støtte

Et centralt princip, som udvalget har drøftet indgående, er idéen om at koble mediestøtten tættere til borgernes eller annoncørernes faktiske efterspørgsel. Tanken om, at ”pengene følger borgeren”, kan ud fra et demokratisk synspunkt virke tillokkende, da den synes at belønne medier, som formår at skabe værdi for en konkret læser-, lytter- eller seerskare. Flere internationale modeller bygger på dette princip.

6.2.1. Skattefradrag for abonnementer

Udvalget har drøftet modeller, der giver borgerne et direkte økonomisk incitament til at tegne abonnement på nyhedsmedier via et skattefradrag for medieabonnementer, som det kendes fra Canada og Frankrig.

Formålet er at sænke den reelle pris for forbrugeren og derved stimulere efterspørgslen efter betalt nyhedsindhold ved at styrke mediernes forretningsgrundlag gennem øget brugerbetaling.

Udvalget anerkender det sympatiske i at styrke den direkte relation mellem medier og borgere, og at modellen respekterer borgernes frie medievalg. Udvalget har dog identificeret en række dilemmaer og risici, som gør, at modellen er blevet fravalgt.

Erfaringer fra blandt andet Frankrig, hvor man har indført et skattefradrag for førstegangsabonnenter, viser en meget lav anvendelse. Det indikerer, at ordningen primært fungerer som en økonomisk gevinst for borgere, der alligevel ville have købt et abonnement, fremfor at bidrage til reel adfærdssændring og udvidelse af kredsen af betalende mediebrugere. Modellen risikerer således at blive en administrativt tung og ineffektiv overførsel af midler. Mange borgere, der kunne nyde godt af ordningen,

bruger den ikke, og derved får de medier, man ønsker at ”belønne” for den værdi de skaber, derfor heller ikke den tiltænkte støtte.

Dertil kommer, at modellen har en social slagside. Et skattefradrag har kun værdi for den del af befolkningen, der har en skattepligtig indkomst af en vis størrelse og de økonomiske ressourcer til at tegne et abonnement i første omgang. Modellen vil således i ringe grad gavne studerende, lavindkomstgrupper eller andre borgere, som man fra et demokratisk synspunkt kan have en særlig interesse i at engagere i nyhedsforbruget. Den risikerer dermed at forstærke den eksisterende ulighed i brugen af nyhedsmedier.

Endelig er det en model, der udelukkende støtter de titler, der faktisk er abonnements-baserede. Dermed favoriserer modellen bestemte forretningsmodeller, ikke investeringer i publicisme på mere neutral vis. Disse forretningsmodeller har dertil en klar tendens til at forstærke denne støtteforms sociale slagside.

Dertil risikerer modellen at styrke de største medier, som har ressourcerne til at brande sig selv, uden at styrke den samlede mediepluralisme, jf. *Boks 39*.

Boks 39

Anbefaling om skattefradrag for abonnenter

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: Modellen vurderes at være administrativt kompleks med en dokumenteret lav og usikker effekt. Den har en betydelig social slagside, der er i modstrid med det overordnede mål om at sikre en bred demokratisk adgang til publicistisk indhold, og den risikerer alene at styrke de største medier.

6.2.2. Subsidiert af abonnenter

Udvalget har også drøftet modeller, der indebærer, at staten yder et direkte tilskud, som dækker en del af borgerens abonnementsudgift til nyhedsmedier. Modellen kan implementeres på forskellige måder, fx gennem en voucher-ordning eller et ”mediepas”, som borgeren kan bruge ved køb af abonnement hos et til ordningen godkendt medie.

Portugal har eksempelvis vedtaget en ny omfattende mediestrategi, der bl.a. indeholder et initiativ om, at staten vil subsidiere 50 pct. af prisen på digitale nyhedsabonnementer for at gøre dem mere tilgængelige for befolkningen samt give 400.000 gymnasieelever gratis adgang til digitale abonnementer på nyhedsmedier.

Muligheden for at målrette støtten mod grupper med lav betalingsvillighed, som fx unge, har også været et centralt element i udvalgets drøftelser. En model med direkte subsidiering af abonnenter kan umiddelbart fremstå

som en mere direkte og potentielt mere effektiv metode til at sænke prisbarrieren for borgerne end et skattefradrag.

Den afgørende indvending mod modellen er dog den betydelige risiko for at påvirke den generelle betalingsvillighed for nyheder negativt og dermed risikere at skade markedet permanent. I en dansk kontekst, hvor betalingsvilligheden i forvejen er markant lavere end i vores nordiske nabolande, vurderer udvalget denne risiko som værende uacceptabelt høj.

Dertil har modellen nogle af de samme begrænsninger som den ovenfor beskrevne fradragsmodel med hensyn til social slagside, og den kan de facto komme til at favorisere bestemte forretningsmodeller, og ikke publicisme mere generelt.

Udvalget finder derfor, at modellens potentielle kortsigtede gevinster ikke står mål med den langsigtede strukturelle skade, den potentielt kan påføre mediernes forretningsgrundlag, jf. *Boks 40*.

Boks 40

Anbefaling om direkte subsidiering af abonnementer

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: Udvalget vurderer, at modellen indebærer en uacceptabelt høj risiko for at underminere og permanent skade den langsigtede betalingsvillighed for nyheder. En sådan markedsforvridding vil være i modstrid med målet om at skabe robuste og bæredygtige publicistiske medier.

6.2.3. Støtte baseret på antal solgte abonnementer

Denne model indebærer, at en del af mediestøtten tildeles som et direkte tilskud baseret på antallet af solgte abonnementer. Støtten kan udformes som et fast beløb pr. verificeret abonnent eller som en andel af den samlede abonnementsomsætning. Formålet er at belønne de medier, som borgerne aktivt vælger at betale for, hvilket skaber en direkte kobling mellem efterspørgsel og støtte. Modellen sigter mod at styrke mediernes forretningsgrundlag og incitamentet til at udvikle betalingsværdigt indhold.

Udvalget anerkender det markedsorienterede og umiddelbart fair princip i at belønne medier, der har succes med at konvertere brugere til betalende kunder. Det understøtter en bæredygtig forretningsudvikling og kan ses som en anerkendelse af den værdi, som borgerne tillægger et medie.

Udvalget har dog igen en indvending mod modellens sociale slagside og favorisering af en bestemt forretningsmodel. En støttemodel baseret på abonnementer vil ensidigt favorisere betalingsmedier og dermed primært komme den del af befolkningen til gode, der i forvejen har ressourcerne og vanerne til at købe nyhedsabonnementer. Modellen yder ingen støtte til fx annoncefinansierede gratismedier, som spiller en afgørende demokratisk

rolle ved at sikre adgang til nyheder for borgere, der af forskellige årsager ikke abonnerer.

At indføre en sådan model ville derfor være i modstrid med udvalgets overordnede mål om en bred demokratisering af mediestøtten. Modellen vurderes at ville forstærke den eksisterende sociale ulighed i nyhedsforbruget.

Samtidig kan opgørelsen, indrapporteringen og verificeringen af solgte abonnementer indeholde betydelige administrative og metodiske udfordringer, hvilket strider mod udvalgets princip om at forenkle mediestøtten. Modellen indebærer desuden en central udfordring: Hvis alle abonnementer støttes ens uanset pris, skabes der et incitament til at udbyde symbolske abonnementer til en kunstigt lav pris. Hvis støtten derimod afhænger af abonnementets pris, vil ordningen favorisere dyre nichemedier, der ofte henvender sig til ressourcestærke og privilegerede målgrupper og i mange tilfælde købes i arbejdsøjemed, hvilket er i modstrid med et bredt demokratisk sigte.

Det er derfor udvalgets vurdering, at dette ikke vil være en hensigtsmæssig måde at anvende offentlige støttemidler på, jf. *Boks 41*.

Boks 41

Anbefaling om støtte baseret på antal abonnementer

Anbefaling: Anbefales ikke som et selvstændigt tildelingskriterie/støtteudmålingsgrundlag.

Begrundelse: Modellen har en betydelig social slagside, da den ensidigt favoriserer betalingsmedier og de borgere, der allerede har ressourcer til at abonnere på disse. Den understøtter ikke gratis adgang til nyheder og strider imod det overordnede mål om at sikre et bredt og alsidigt medietilbud til hele befolkningen.

6.2.4. Støtte baseret på rækkevidde (reach)

Denne model tildeler støtte på baggrund af et medies dokumenterede rækkevidde – altså antallet af unikke brugere, læsere eller lyttere, mediet når ud til inden for en given periode. Formålet er at belønne de medier, der har succes med at formidle deres indhold til en bred del af befolkningen, og dermed sikre, at skatteydernes penge går til medier, der rent faktisk bliver brugt. Støtten kan differentieres, så den første bruger udløser et højere tilskud end den sidste for at tilgodese mindre medier.

Udvalget har haft indgående drøftelser om princippet om rækkevidde. Der er enighed om, at en høj udbredelse af publicistisk indhold er et centralt formål med mediestøtten, og det er derfor i sig selv støtteværdigt, at et medie formår at nå mange borgere. Dette princip taler for at inkludere rækkevidde som et parameter.

Samtidig er udvalget meget bevidst om de betydelige risici, en rent rækkevidde-baseret model indebærer. For det første er der en fare for, at en sådan model vil tilskynde til produktion af en stor mængde overfladisk indhold, såsom korte ”clickbait”-artikler og sensationsjournalistik, da dette er en effektiv metode til at generere mange klik og stor rækkevidde. Modellen risikerer dermed at belønne kvantitet over kvalitet og kan være til ugunst for medier, der prioriterer dybdegående og ressourcekrævende journalistik.

For det andet vil en model baseret på ren rækkevidde systematisk favorisere store, brede medier på bekostning af vigtige nichemedier og lokale medier, der – på trods af en mindre brugerskare – kan spille en afgørende rolle for specifikke målgrupper eller i lokaldemokratiet.

Endelig har de hidtidigt eksisterende branchemålinger af rækkevidde og mediebrug været præget af svingende tilslutning, høje omkostninger og metodiske problemer. At etablere et retvisende og anerkendt datagrundlag på tværs af platforme, som er en forudsætning for modellen, vil i sig selv være en stor udfordring. At binde en betydelig del af den offentlige mediestøtte op på en bestemt målemetode vil uundgåeligt gøre dokumentationen af mediebrug endnu mere omstridt, når der er store økonomiske interesser på spil.

Udvalgets finder derfor, at selvom en bred dækning på tværs af befolkningen er et ideal, bør det ikke være det enkelte medies rækkevidde, der belønnes. I stedet er den nye grundstøttemodel baseret på en tilgang, hvor det er de samlede støttede medier, der gennem deres mangfoldighed og alsidighed skal sikre, at alle borgere har adgang til et rigt udbud af publicistisk indhold, jf. *Boks 42*.

Boks 42

Anbefaling om støtte baseret på rækkevidde

Anbefaling: Anbefales ikke som et selvstændigt tildelingskriterium/støtteudmålingsgrundlag.

Begrundelse: Selvom en bred dækning er et vigtigt mål, risikerer en rækkeviddebaseret støttemodel at belønne kvantitet over kvalitet og systematisk overse værdien af vigtige nichemedier og lokale medier. Målet om at nå en bred befolkning sikres bedre gennem den samlede mangfoldighed i det mediestøttede udbud.

6.2.5. Skattefradrag for annoncering i publicistiske nyhedsmedier

Udvalget har drøftet muligheden for at yde indirekte støtte til nyhedsmedier ved at give virksomheder et særligt eller forhøjet skattefradrag for annoncering i publicistiske nyhedsmedier. I Danmark kan virksomheder allerede i dag få fuldt fradrag for udgifter til reklame og annoncering. Modellen vil derfor indebære et forhøjet fradrag på mere end

100 pct. – som det kendes fra eksempelvis fradrag til forsknings- og udviklingsaktiviteter – for virksomheders udgifter til annoncering.

Formålet er at skabe et stærkt incitament for virksomheder til at kanalisere en større andel af deres annoncebudgetter mod danske nyhedsmedier og dermed modvirke, at en større del af den samlede annonceomsætning i dag går til internationale tech-platforme. Idéen er bl.a. inspireret af Italien, som har implementeret en model, hvor der gives skattefradrag for annoncering i nyhedsmedier.

Udvalget ser et betydeligt potentiale i denne model, da den adresserer en af mediebranchens mest fundamentale udfordringer gennem flere år: en til stadighed svindende andel af det samlede annoncemarked. Modellen har den klare fordel, at den kan styrke mediernes økonomiske grundlag uden direkte statslige overførsler, hvilket understøtter armslængdeprincippet. Samtidig vil den i særlig grad kunne gavne de udelukkende annoncefinansierede medier, som spiller en vigtig rolle ved at tilbyde gratis adgang til nyheder for en stor del af befolkningen. Ved at gøre det mere attraktivt at annoncere i medier, der bidrager til den demokratiske samtale, understøttes publicismen indirekte.

Udvalget ser dog også en række væsentlige udfordringer, som gør det vanskeligt at lave en direkte anbefaling af denne model, idet den er forbundet med en række komplekse skattetekniske, administrative og EU-retlige spørgsmål. For det første vil det kræve en klar, operationel og juridisk holdbar definition af, hvilke ”publicistiske nyhedsmedier”, der skal være omfattet for at sikre en præcis målretning af ordningen. Afklaring af sådanne spørgsmål ligger således uden for udvalgets ekspertise og kommissorium at afklare fuldt ud.

Dertil har modellen nogle af de samme begrænsninger som ovenstående fradragsmodeller omkring fx abonnementer, hvor der kan være en tendens til at man privilegerer de allerede mest succesfulde medier. Desuden er ordningens effekt afhængig af andres adfærd (her annoncører), og det kan være svært for medierne at forudsige, hvor meget gavn de derfor har af ordningen.

Potentialet i at styrke annonceøkonomien for publicistiske nyhedsmedier og dermed deres bæredygtighed er dog så markant, at udvalget mener, at idéen fortjener en grundig og seriøs udredning i andet regi, jf. *Boks 43*.

Boks 43

Anbefaling om skattefradrag for annoncering i publicistiske nyhedsmedier

Anbefaling: Anbefales undersøgt nærmere.

Begrundelse: Udvalget anerkender modellens potentiale til at styrke mediernes annonceindtægter på markedsvilkår. De betydelige skattetekniske og EU-retlige usikkerheder og spørgsmål gør dog, at udvalget ikke kan anbefale en umiddelbar implementering.

6.2.6. Nulmoms og lønsumsafgift

Selvom udvalgets kommissorium afgrænser arbejdet til den *direkte mediestøtte*, er det ikke muligt at tegne et fuldt billede af den offentlige støtte til private medier uden også at forholde sig til den betydelige *indirekte støtte*, der ydes via nulmomsordningen for aviser. Denne ordning udgør med et anslået årligt provenutab for staten på ca. 385 mio. kr. (2023-niveau) (efter modregning af lønsumsafgift) en begunstiggelse, der er af sammenlignelig størrelse med den samlede direkte mediestøtte. Udvalget har derfor fundet det nødvendigt at drøfte ordningen for at kunne vurdere samspillet med de direkte støtteordninger.

Udvalget bemærker i den forbindelse, at der politisk er en bevægelse i retning af at anvende nulmoms som et politisk redskab, senest illustreret ved forslaget om nulmoms på bøger.

Formålet med nulmoms for aviser er at fremme oplysningen af borgerne og lette adgangen til nyheder. Nulmomsordningen omfatter både trykte og digitale aviser og fungerer som en efterspørgselsbaseret støtteform. Nulmomsordningen indebærer konkret, at der ikke lægges moms på salg af trykte og elektroniske aviser, samtidigt med at der er adgang til momsfradrag på indkøb relateret til selve avisproduktionen. Dette bidrager forventeligt til lavere forbrugerpriser på aviser, hvilket er en fordel for privatpersoner og de momsfrie medievirksomheder. Støtten tilfalder i sagens natur de medier, som borgerne aktivt vælger at betale for. Dette er en klar fordel ved modellen.

Samtidig har udvalget identificeret en række principielle dilemmaer og uhensigtsmæssigheder ved den nuværende nulmomsordning.

For det første skaber den potentielt ulige vilkår, idet aviser begunstiges, mens andre publicistiske medieformer, som eksempelvis magasiner og rene podcastmedier, pålægges fuld moms. Dette er i modstrid med udvalgets overordnede princip om at sikre lige vilkår for sammenlignelige publicistiske medier.

For det andet er adgangskriterierne for nulmomsen, ligesom i den nuværende direkte mediestøtte, baseret på forældede og platformsspecifikke definitioner af, hvad en "avis" er. Mens udvalget med sine anbefalinger har

tilstræbt at modernisere og fremtidssikre den direkte mediestøtte, fremstår den indirekte støtte fortsat forankret i en medievirkelighed med skrevne traditionelle dagblade med omnibus-karakter, hvilket blandt andet risikerer at udelukke nichemedier fra nulmomsordningen.

Endelig er de medier, der er omfattet af nulmoms, pålagt en lønsumsafgift på 3,54 pct. af avissalgets værdi. Lønsumsafgiften er estimeret til at udgøre ca. 120 mio. kr. (2023-niveau). Det er udvalgets vurdering, at både niveauet for og det principielle rationale bag denne særskilte afgift bør indgå i en samlet vurdering af fremtidens rammevilkår for medierne.

Udvalgets opgave har været at levere et bud på en moderniseret direkte mediestøtte. Det forekommer dog oplagt, at der i forlængelse heraf iværksættes en tilsvarende modernisering af den indirekte støtte for at sikre et sammenhængende, fair og fremtidssikret system for den samlede offentlige støtte til private medier.

Generelt finder udvalget, at nulmomsordningen både rummer fordele og ulemper, der er relevante i forhold til den direkte mediestøtte. Nulmomsens største fordel vurderes at være, at den indirekte mediestøtte via nulmomsen i høj grad tilfalder medier, der reelt er efterspurgt i befolkningen, når støtteuddelingen afhænger af virksomhedernes salg af aviser. Til gengæld er der – sammenlignet med den direkte mediestøtte – mere begrænsede muligheder for at målrette støtten.

Udvalget ser et potentiale i, at nulmoms og lønsumsafgiften også bliver genstandsfelt for en grundig og seriøs udredning, så man fremtidssikrer den samlede offentlige støtte til private medier, jf. *Boks 44*.

Boks 44

Anbefaling om nulmoms og lønsumsafgift

Anbefaling: Anbefales undersøgt nærmere.

Begrundelse: Nulmomsordningen udgør en betydelig efterspørgselsbaseret støtte, men dens nuværende indretning er baseret på forældede kriterier, der potentielt kan skabe konkurrenceforvridning. For at sikre en sammenhængende og fremtidssikret mediestøttepolitik anbefaler udvalget, at der iværksættes en særskilt, grundig udredning af, hvordan nulmomsen og den tilknyttede lønsumsafgift kan moderniseres, så den understøtter principperne om platformsneutralitet og ligebehandling af publicistiske medier.

6.3. Direkte distributionsstøtte

Udvalget har drøftet en genindførelse af direkte distributionsstøtte, da distribution er en betydelig og voksende omkostning for både trykte og digitale medier.

For trykte medier er der et klart skel mellem produktion og distribution, og betydelige både faste og marginale omkostninger forbundet med sidstnævnte. Ved digital distribution påløber der typisk begrænsede marginale omkostninger ved en øget produktion, mens der til gengæld er betydelige faste omkostninger, og skellet mellem produktion og distribution bliver derfor også mere diffust.

En direkte distributionsstøtte rummer et centralt dilemma. Støtte målrettet print risikerer at hæmme den nødvendige digitale omstilling ved at fastholde medier i urentable distributionsformer. På den anden side vil støtte udelukkende til digital distribution stride imod princippet om platformsneutralitet og være administrativt kompleks at afgrænse, da det er vanskeligt præcist at definere en digital distributionsomkostning.

Selv en platformsneutral model risikerer at fjerne mediernes incitament til at vælge de mest effektive og fremtidssikrede distributionskanaler. I sidste ende bør det være publicisternes ansvar at satse på de distributionskanaler, der hjælper dem med at nå borgerne i dag og i morgen. Det bør ikke være et politisk spørgsmål, hvilke distributionsformer der skal særbehandles.

Udvalgets konklusion er derfor, at en særskilt distributionsstøtte er en uhensigtsmæssig vej at gå. I tråd med udvalgets grundlæggende princip om, at støtten ikke skal indrettes efter nogen bestemt distributionsform, bør den i stedet målrettes produktionen af publicistiske produkter. Udvalget anerkender dog, at omkostninger til digital formidling er en uadskillelig del af moderne medieproduktion. Dette hensyn er derfor integreret i udvalgets forslag om et moderniseret og udvidet støtteudmålingsgrundlag, som beskrevet i kapitel 4, jf. *Boks 45*.

Boks 45

Anbefaling om direkte distributionsstøtte

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: En direkte distributionsstøtte risikerer enten at hæmme den digitale omstilling ved at yde støtte til print, eller at stride imod princippet om platformsneutralitet og være administrativt vanskelig at håndtere ved støtte alene til digital distribution. Hensynet til digitale formidlingsomkostninger varetages bedre og mere fleksibelt inden for den foreslåede nye grundstøttemodel.

6.4. Alternative modeller for direkte innovationsstøtte

Ud over den direkte, projektbaserede innovationsstøtte, som udvalget anbefaler i kapitel 5, har udvalget analyseret en række alternative modeller for understøttelse af innovation i mediebranchen.

Disse modeller sigter ofte mod at bygge et stærkere økosystem for medieinnovation. De anerkender, at nye medieinitiativer ofte har brug for mere end blot finansiering for at opnå bæredygtighed. Med inspiration fra

andre europæiske lande og det øvrige erhvervsfremmesystem har udvalgt således drøftet, hvorvidt en ny mediestøttemodel skal indeholde finansierings- og udviklingsmuligheder i form af fx acceleratorprogrammer og inkubatorforløb samt trænings-, coaching- og mentorprogrammer, som det bl.a. kendes fra Holland og Frankrig.

6.4.1. Inkubatorer

Inkubatorer fokuserer typisk på de helt tidlige stadier af et projekt, såsom at modne en idé, udvikle en forretningsplan og få adgang til økosystemets aktører og investorer. En sådan ordning kendes fx fra Frankrig, hvor medie-startups støttes med kompetencer og værktøjer, der kan understøtte en succesfuld opstart og udvikling. Et andet eksempel er International Press Institute, der er et globalt netværk af redaktører, mediechefer og journalister, som i 2023 lancerede "New Media Incubator", som gennem økonomisk støtte, coaching, netværksadgang og træning investerer i europæiske medieentreprenører, der kan præsentere en prototype af deres produkt, men som har brug for finansiering og mentoring for at kunne lancere det.

6.4.2. Acceleratorer

Acceleratorer retter sig typisk mod mere modne startups og har til formål at accelerere deres vækst og skalerbarhed. Typisk er det, at de kombinerer en evt. startfinansiering med adgang til kontorfaciliteter, teknisk support og et struktureret forløb med undervisning i forretningsudvikling. Acceleratorer tilbyder ofte mediet et specialdesignet forløb med det formål at fremme udviklingen i opstartsfasen. En sådan model findes fx i Holland, hvor den offentligt finansierede "Stimuleringsfonds voor de Journalistiek" tilbyder mentorbaserede acceleratorprogrammer målrettet både startups og eksisterende nyhedsmedier med fokus på henholdsvis modning af forretningsidéer og innovation. Frem for at yde tilskud, faciliterer fonden en række forskellige eksperimentelle sessioner med det mål at skabe innovation, der kan komme branchen til gode.

6.4.3. Media-/innovation Hubs

"Media hubs" er fysiske eller digitale samlings- og knudepunkter, der skal fremme samarbejde og videndeling på tværs af mediebranchen. Ved at samle etablerede medier, startups, freelancere og relaterede aktører som fx teknologivirksomheder skabes et miljø for netværk og innovation.

Et eksempel er Media City Bergen i Norge, der huser både store mediehuse, universitetsuddannelser og et startup-miljø under samme tag for at skabe synergier mellem disse. Andre eksempler er "Media Evolution" i Malmø og "Media Lab Bayern". Disse er alle helt eller delvist offentligt finansierede og forankrede. Sidstnævnte tilbyder bl.a. fellowships målrettet start-ups, ligesom der også tilbydes programmer med fokus på teknologiudvikling og innovation.

6.4.4. Træning/uddannelse/coaching/mentoring

Denne tilgang fokuserer på at koble økonomisk støtte med målrettet, individuel kompetenceudvikling. I stedet for et standardiseret program får det enkelte medieprojekt tilknyttet en eller flere mentorer eller coaches med specifik brancheerfaring. Den europæiske støtteordning ”Stars4Media” benytter sig for eksempel af eksterne mentorer, som bliver en obligatorisk del af støttetildelingen og hjælper projekterne med at nå deres forretningsmæssige og publicistiske mål. Programmet har til formål at fremme samarbejde og innovation, og tilbyder både medieprofessionelle og virksomheder mulighed for at samarbejde om nye redaktionelle, teknologiske produkter og forretningsmodeller. Udover finansiering, får alle deltagere således tilbudt metodisk, strategisk og organisatorisk coaching af anerkendte eksperter inden for bl.a. medieteknologi og -innovation. Programmet består af en eksplorativ fase og en booster-fase med fokus på hhv. udvikling og implementering af projektet.

Et andet eksempel er den støtte, der blev ydet via ”The Public Interest Journalism Fund”, som var en midlertidig ordning etableret i New Zealand. Denne ordning havde tillige til formål at øge journalistisk kapacitet og kompetencer i branchen gennem støtte til træning, opkvalificering og uddannelse.

6.4.5. Overvejelser om alternative modeller for direkte innovationsstøtte

Udvalget har drøftet ovenstående alternative innovationsstøtteordninger, herunder fordele og ulemper ved implementering af dem. Udvalget ser klare fordele i alle de ovenstående modeller. De anerkender en fundamental udfordring: At især nystartede medier ofte mangler forretningsmæssig og teknologisk indsigt for at kunne omsætte en god publicistisk idé til en bæredygtig virksomhed. Adgang til strategisk sparring og et stærkt netværk kan være lige så afgørende som den økonomiske startkapital. Modellerne adresserer dermed et reelt behov i nogle dele af branchen.

I drøftelserne har udvalget noteret sig erfaringerne fra andre sammenlignelige lande, herunder bl.a. acceleratorprogrammet i Holland. Udvalget bemærker i samme ombæring, at overførbarheden af sådanne ordninger – selv i sammenlignelige lande – kan være forbundet med en relativt stor usikkerhed, idet ét system med positiv effekt i et land ikke nødvendigvis har samme gennemslagskraft i et andet, hvor lovgivning, mediesystem og publicistiske traditioner kan være anderledes. Til trods for deltagernes og udbydernes positive tilbagemeldinger kan det ligeledes være vanskeligt at evaluere ordningernes succes fra borgernes perspektiv.

Udvalget vurderer derfor, at en fuld implementering af sådanne, ofte ressourcetunge modeller, i en dansk kontekst er forbundet med betragtelig usikkerhed. Det danske mediemarked og iværksætttermiljø er væsentligt mindre end i større lande, og det er tvivlsomt, om der er en tilstrækkelig

kritisk masse af projekter til at retfærdiggøre etableringen af permanente, institutionaliserede acceleratorforløb under en ny mediestøtteordning.

Samtidig anerkender udvalget, at den nuværende danske innovationspulje på trods af berettiget kritik fra branchen, ifølge nylige evalueringer alligevel har vist gode resultater med sin projektbaserede tilgang. Udvalget finder derfor, at det ikke er hensigtsmæssigt at erstatte en velfungerende model med en mere usikker og potentielt dyrere model. En eventuel indførelse af coaching og mentoring bør derfor ses som et supplement til innovationsstøtten og ikke som et alternativ.

Udvalgets konklusion er derfor, at de alternative modeller for direkte innovationsstøtte bedst kan fungere som en værdifuld inspiration til at styrke den eksisterende ordning, men ikke som en erstatning. Udvalgets anbefalinger i kapitel 5 om at styrke vejledningsindsatsen, fremme samarbejdsprojekter og koble støtten tættere med sparring er direkte inspireret af disse overvejelser. Den direkte finansieringsfleksibilitet kombineret med en stærkere understøttelse af de enkelte projekter udgør en pragmatisk dansk model for innovationsstøtte, der integrerer det bedste fra begge verdener, jf. *Boks 46*.

Boks 46

Anbefaling om alternative innovationsstøttemodeller

Anbefaling: Anbefales ikke som en erstatning for den nuværende projektilskudsmodel.

Begrundelse: Udvalget vurderer, at en direkte projektilskudsmodel for innovationsstøtte fortsat er den mest effektive og fleksible i en dansk kontekst. Udvalget anbefaler dog, at den eksisterende model styrkes med elementer inspireret af de alternative modeller. Konkret bør innovationsstøtten, som beskrevet i kapitel 5, suppleres med øget adgang til sparring, vejledning og et stærkere fokus på at fremme samarbejdsprojekter.

6.5. Støtte til fælles journalistisk infrastruktur

Udvalget har drøftet en række modeller, der ikke støtter de enkelte medietitler direkte, men i stedet sigter mod at styrke de fælles grundvilkår for journalistik i Danmark.

6.5.1. Etablering af en samarbejdsenhed

En række danske nyhedsmedier – især lokale, regionale og nichemedier – står ikke alene over for økonomiske udfordringer, men også strukturelle forhold, der kan begrænse deres mulighed for at investere i innovation, databehandling og dybdegående journalistik. For at imødegå dette har udvalget drøftet muligheden for etablering af en central samarbejdsenhed, der har til formål at styrke den journalistiske dækning af underbelyste områder og emner ved at skabe synergier og stille ressourcer til rådighed på tværs af private nyhedsmedier og andre medieaktører, herunder public service-medierne.

Inspirationen kommer blandt andet fra Storbritannien (BBC Local News Partnership) og Norge ("Samarbejdsdesken"), hvor man har erfaringer med at facilitere offentligt-private samarbejder og ressourcedeling. Udvalget er især inspireret af den norske model, der indebærer tættere og mere dialogbaserede partnerskaber med de deltagende medier. I en dansk kontekst vurderer udvalget, at en samarbejdsenhed kan være både formålstjenlig og udbytterig, hvis modellen rummer funktioner og kompetencer inden for fælles research og data, kompetenceudvikling, sparring og vejledning samt netværk og samarbejde.

Mange udvalgsmedlemmer ser et uforløst potentiale i en sådan model. En samarbejdsenhed kan løfte dybden i journalistikken og sikre, at også mindre medier, herunder lokale og regionale medier, får adgang til specialiserede kompetencer. På den måde kan et sådant initiativ også modvirke mulige "nyhedsørkener" ved at styrke dækningen af underbelyste områder (både geografisk og tematisk) ved at tilvejebringe fælles research, datajournalistik, faktatjek og kompetenceudvikling til en bred vifte af medier, som ikke selv har ressourcerne til dette.

Udvalget har dog drøftet det principielle i, hvor en sådan model bør forankres. Udvalget finder således ikke, at en samarbejdsenhed hører hjemme inden for mediestøttens rammer. Et centralt argument er, at opgaven har karakter af en selvstændig brancheunderstøttende og infrastrukturel funktion, som adskiller sig markant fra den direkte, titelbaserede produktionsstøtte. At finansiere en sådan enhed fra den eksisterende mediestøtteramme ville betyde en omfordeling af midler væk fra de enkelte titler.

Udvalget finder det derfor mere principielt rigtigt at adskille de to opgaver. Den direkte mediestøtte skal fortsat styrke demokratiet ved at gå til de enkelte publicistiske titler, der tilbyder borgerne adgang til et alsidigt udbud af nyheder, mens en samarbejdsenhed bør ses som et selvstændigt, strategisk initiativ, jf. *Boks 47*.

Boks 47

Anbefaling om samarbejdsenhed

Anbefaling: Anbefales ikke inden for mediestøttens rammer.

Begrundelse: Udvalget anerkender en samarbejdsenheds betydelige potentiale til at styrke den fælles journalistiske infrastruktur og innovation, særligt i forhold til underdækkede områder. Udvalget kan dog ikke anbefale den som en del af den direkte mediestøtte, da den vurderes at udgøre en selvstændig brancheunderstøttende opgave. Udvalget foreslår i stedet, at det politisk overvejes at etablere en samarbejdsenhed som et særskilt initiativ med egen, særskilt finansiering.

6.5.2. Et nyt videnscenter for nyhedsmedier

Udvalget har drøftet etableringen af et nationalt videnscenter, der systematisk skal indsamle, bearbejde og formidle viden om mediebranchens udvikling for at bygge bro mellem forskning og praksis. De mulige opgaver for et sådant center kan bl.a. omfatte vidensindsamling, formidling og analyse.

Udvalget anerkender, at lettere adgang til viden kan styrke branchens udvikling. Alligevel anbefales modellen ikke inden for mediestøttens rammer. Opgaven vurderes at være en selvstændig, infrastrukturel opgave, og finansiering heraf ville tage midler fra den direkte støtte til mediernes indholdsproduktion.

Dertil kommer en usikkerhed om, hvorvidt et centralt center kan levere den specifikke, forretningskritiske viden, som branchen efterspørger, og som i dag delvist varetages af eksisterende universitets- og branchemiljøer, jf. *Boks 48*.

Boks 48

Anbefaling om videnscenter for nyhedsmedier

Anbefaling: Anbefales ikke inden for mediestøttens rammer.

Begrundelse: Udvalget anerkender værdien af systematisk vidensdeling, men vurderer at etablering og drift af et videnscenter ligger uden for kerneopgaven for den direkte mediestøtte. Opgaven har en selvstændig karakter og varetages i dag delvist af eksisterende universitets- og branchemiljøer. Finansiering via mediestøtten ville betyde færre midler til den direkte støtte til indholdsproduktion.

6.6. Støtte via nyhedsbureauer

Som en del af overvejelserne om at styrke den fælles journalistiske infrastruktur har udvalget drøftet forskellige modeller for støtte, der er rettet mod nyhedsbureauer. Tanken er, at en styrkelse af bureauerne vil komme en bred kreds af medier til gode, da de fungerer som en central indholdsleverandør i medielandskabet.

6.6.1. Direkte støtte til etablerede nyhedsbureauer

Denne model indebærer, at der ydes direkte drifts- eller produktionsstøtte til etablerede, nationale nyhedsbureauer. Formålet er at styrke bureauerne, da de udgør en fundamental del af den nationale nyhedsinfrastruktur. Ved at støtte bureauerne direkte er det muligt indirekte at understøtte de mange små og mellemstore medier, der abonnerer på deres tjenester og dermed får adgang til et bredt og professionelt nyhedsflow, de ikke selv ville have ressourcer til at producere, men som kan berige deres samlede redaktionelle output.

Udvalget anerkender nyhedsbureauernes vitale rolle i det danske medieøkosystem. De sikrer en grundlæggende nyhedsdækning og fungerer

som en afgørende ressource, der frigør redaktionelle kræfter hos medierne til at fokusere på egen, unik journalistik.

På trods af denne anerkendelse er udvalget principielt imod at indføre direkte støtte til nyhedsbureauer. Et af udvalgets grundlæggende principper er, at mediestøtten skal være borgerrettet. Det vil sige, at den skal tildeles de publicistiske titler, der redigerer og præsenterer det endelige produkt for borgerne. Nyhedsbureauer er derimod B2B-virksomheder, der agerer som underleverandører til mediebranchen, og hvis ejere ofte er aktører herfra. At kanalisere støtte til dette led i værdikæden vil være et brud med det borgerrettede princip.

Desuden vil direkte støtte til etablerede bureauer kunne skabe adgangsbarrierer for eventuelle nye, innovative aktører på markedet for syndikeret indhold. Udvalget vurderer, at en sund konkurrence på dette marked er at foretrække, og at medierne selv, styrket af den nye grundstøtteordning, er de bedste til at vurdere, hvilke bureauudgifter, de vil efterspørge og betale for, jf. *Boks 49*.

Boks 49

Anbefaling om direkte støtte til etablerede nyhedsbureauer

Anbefaling: anbefales ikke.

Begrundelse: Udvalget fastholder det principielle udgangspunkt, at mediestøtten skal være borgerrettet og tildeles de enkelte, publicistiske titler. Direkte støtte til nyhedsbureauer vil være et brud med dette princip.

6.6.2. Etablering af et nyt nyhedsbureau for lokale medier

Udvalget har drøftet etableringen af et nyt, offentligt medfinansieret nyhedsbureau, der skal producere indhold målrettet lokale medier. Formålet er at afhjælpe ressourcemangel og sikre, at medierne kan dække fx landspolitik med en lokal vinkel.

Selvom udvalget anerkender intentionen om at styrke den lokale journalistik, vejer en række betænkeligheder tungt. Modellen er for det første meget omkostningstung, og det er tvivlsomt, om gevinsten står mål med de midler, der alternativt kunne gå direkte til de lokale mediehuse. For det andet er der en principiel risiko for at svække mangfoldigheden, hvis mange medier begynder at bruge det samme centralt producerede indhold i stedet for at dække historier med deres egen, unikke vinkel. Endelig er der en fare for, at det centrale indhold over tid fortrænger lokalt produceret journalistik.

Udvalget vurderer derfor, at det er en mere robust strategi at styrke de enkelte lokale medier direkte gennem den nye grundstøttemodel. Det giver

medierne frihed til selv at producere mere indhold eller købe de ydelser på det private marked, de finder mest relevante, jf. *Boks 50*.

Boks 50

Anbefaling om etablering af et nyhedsbureau for lokale medier

Anbefaling: anbefales ikke.

Begrundelse: Etablering og drift af et nyt nyhedsbureau er en meget omkostningstung model med en usikker effekt. Den indebærer en risiko for at skabe en central, statsstøttet indholdsleverandør, hvilket kan svække mangfoldigheden. Hensynet til at styrke de lokale medier varetages bedre og mere direkte gennem den foreslåede nye grundstøtteordning.

6.7. Særlige støttemekanismer og særordninger

I arbejdet med en ny samlet grundstøttemodel har udvalget drøftet en række forslag til særordninger og tillægsmoduler, der er målrettet specifikke udfordringer eller mediegrupper. Selvom udvalgets hovedanbefaling er én samlet model, er det centralt at redegøre for overvejelserne bag fravalget af nye, separate puljer.

6.7.1. Omstillingsstøtte til lokale og regionale medier

Denne model indebærer etablering af en tidsbegrænset pulje, hvorfra lokale og regionale medier kan søge støtte til forretningsmæssig eller teknologisk omstilling. Formålet er at give en målrettet økonomisk indsprøjtning, der kan accelerere mediernes overgang til nye digitale forretningsmodeller, implementering af ny teknologi eller udvikling af nye indholdsuniverser, som kan sikre deres langsigtede bæredygtighed.

Udvalget anerkender, at især lokale og regionale medier står over for en massiv omstillingsopgave. Behovet for at investere i digitalisering og nye kompetencer er presserende. Det kræver hårde økonomiske prioriteringer at afse tid og midler til opkvalificering, og det vil ofte ske i en afvejning af varetagelsen af det redaktionelle arbejde.

Internationale erfaringer med generelle omstillingspuljer viser dog, at de ofte har en begrænset effekt. Der er en betydelig risiko for, at støtten i praksis bliver brugt til at dække almindelige driftsomkostninger eller til at lappe på en forretningsmodel, der ikke er holdbar på sigt, frem for at drive reel, strukturel forandring. Samtidig er medierne selv ansvarlige for, hvordan de udkommer, og for konsekvenserne heraf. Det har i en årrække været tydeligt, at borgernes mediebrug og annoncørernes budgetter primært går til digitale medier. Det betyder dog ikke, at alle publicister behøver at satse primært på det digitale, men det er principielt vigtigt, at de selv – ikke skatteyderne – er ansvarlige for konsekvenserne af de strategier, de har valgt.

Udvalget vurderer, at behovet for omstilling og innovation bedst understøttes gennem den styrkede innovationsstøtte, som er beskrevet i kapitel 5. Ved at gøre innovationsstøtten mere fleksibel og tilgængelig – også for projekter, der omhandler strategisk og forretningsmæssig omstilling – skabes der en permanent og målrettet ramme for fornyelse, som er mere effektiv end en midlertidig særordning, jf. *Boks 51*.

Boks 51

Anbefaling om omstillingsstøtte til lokale og regionale medier

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: En særskilt omstillingspulje risikerer at blive til driftsstøtte med begrænset effekt. Hensynet til omstilling og forretningsudvikling varetages bedre, mere målrettet og permanent inden for rammerne af den styrkede innovationsstøtteordning.

6.7.2. Målrettet støtte til specifikt lokalt indhold

Denne model indebærer oprettelsen af en pulje, hvorfra medier kan søge støtte til at producere indhold, der dækker specifikke demokratiske funktioner i lokalsamfundet, som det fx kendes fra Irland. Det kunne fx være støtte til dækning af kommunalbestyrelsesmøder, retsreportage fra lokale retssale eller dybdegående journalistik om lokale serviceområder. Formålet er at sikre, at den helt borgernære ”vagthundsjournalistik” ikke forsvinder.

Udvalget deler bekymringen for, om dækningen af de lokale demokratiske processer, som er en fundamental publicistisk kerneopgave, kan opretholdes. At oprette en særskilt, formålsbestemt pulje til dette strider dog imod et grundlæggende armslængdeprincip. En sådan model vil indebære, at en statslig instans skal foretage en prioritering af, hvilke journalistiske opgaver og samfundsområder, der er mest ”støtteværdige”. Det skaber en uheldig risiko for, at staten indirekte begynder på en specifik og detaljeret måde at definere, hvad præcist der er anerkendelses- og støtteværdig journalistik.

Det er udvalgets overbevisning, at det er de uafhængige medier og individuelle redaktioner, der bedst prioriterer deres journalistiske ressourcer i mødet med de borgere, der i sidste ende skal nyde godt af deres arbejde. Den foreslåede nye grundstøttemodel er netop udformet med henblik på at give et robust økonomisk fundament, der sætter medierne i stand til at varetage disse kerneopgaver og frisætter dem fra specifikke indholdskrav. Ved at styrke mediernes samlede økonomi sikres deres frihed til selv at foretage de nødvendige redaktionelle prioriteringer, jf. *Boks 52*.

Boks 52

Anbefaling om målrettet støtte til lokalt indhold

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: En særskilt pulje til specifikt indhold vil udfordre armslængdeprincippet og indebære en uhensigtsmæssig statslig indholdsprioritering. Udvalget har lagt op til en grundstøttemodel, der tilgodeser lokale/regionale medier, fritstående medier og "1. titel". Men udvalget anbefaler ikke implementering af yderligere særhensyn, da dette vil øge ordningernes kompleksitet og dermed ske på bekostning af den ønskede forenkling.

6.8. Fødekæde- og boosterordning for små og lokale medier

Udvalget har overvejet at etablere tidsbegrænsede "fødekædeordninger" eller "boosterordninger" for at hjælpe nye og små medier med at vokse sig store nok til den nye grundstøtteordning. Modellerne ville give adgang til støtte på lempeligere vilkår, fx med et lavere krav til antal ansatte, i en periode på op til tre år. Formålet med disse ville være at bygge bro fra innovationsstøtten til den nye grundstøtteordning for medier.

Selvom formålet med at understøtte vækstlaget og sikre overgangen til grundstøtteordningen er anerkendelsesværdigt, er udvalget principielt imod at etablere sådanne særordninger. Det strider imod det overordnede mål om at forenkle mediestøttesystemet. Der er desuden en betydelig risiko for, at ordningerne skaber en usund afhængighed, hvor medier "hopper" mellem midlertidige støtteordninger i stedet for at opbygge en bæredygtig forretning. Endelig ser udvalget det som en glidebane at slække på de grundlæggende principper for den nye model, herunder kravet om en vis redaktionel bemanding.

Udvalget vurderer, at udfordringen for små og nystartede medier bedre løses gennem de centrale anbefalinger. De foreslåede justeringer i innovationsstøtten og de generelt lempeligere adgangskrav til den nye grundstøttemodel er netop designet til at styrke vækstlaget og lette overgangen, jf. *Boks 53*.

Boks 53

Anbefaling om fødekæde- og boosterordning

Anbefaling: Anbefales ikke.

Begrundelse: Udvalget anerkender behovet for at støtte vækstlaget, men anbefaler ikke særskilte fødekæde- eller boosterordninger. Modellerne strider imod princippet om forenkling og risikerer at skabe en usund afhængighed. Udfordringen adresseres bedre og mere direkte gennem den styrkede innovationsstøtte og de lempeligere adgangskrav i den nye grundstøttemodel.



7. ■ Overgangs- ordninger

7. OVERGANGSORDNINGER

7.1. Udvalgets overvejelser om behovet for en overgangsordning

Indførelsen af den nye grundstøttemodel er en nødvendig modernisering, der vil fremtidssikre mediestøtten. En reform af denne karakter vil uundgåeligt medføre en omfordeling af støttemidlerne. Nogle medier vil opleve en stigning i deres tilskud, nye titler vil komme til, mens andre vil opleve et fald eller potentielt miste deres støtteberettigelse. Denne omfordeling er en tilsigtet konsekvens af de nye, fremtidssikrede principper for mediestøtten.

For at sikre en forudsigelig og stabil overgang og for at give de medier, der oplever et betydeligt støttetab, rimelig tid til strategisk og operationel omstilling, har udvalget grundigt drøftet behovet for og indretningen af en midlertidig overgangsordning.

Udvalgets drøftelser har været centreret om et grundlæggende dilemma mellem hensynet til fornyelse på den ene side og hensynet til stabilitet på den anden. På den ene side er der et stærkt ønske om at lade den nye, moderniserede grundstøttemodel få fuld og øjeblikkelig effekt. Dette vil sikre, at de medier, som den nye model er designet til at styrke – herunder nye medier, fritstående medier og lokale og regionale medier – hurtigst muligt modtager den tilsigtede støtte til gavn for mediepluralismen og den offentlige samtale.

På den anden side anerkender udvalget, at et brat og betydeligt fald i støtten kan få alvorlige konsekvenser for etablerede medier, der i dag nyder godt af støtte fra ordninger, som udvalget anbefaler at afvikle, herunder Supplementsordningen, Magasinpuljen og Ugeavispuljen. En overgangsordning har til formål at give disse medier en ”blød landing” og den nødvendige tid til at tilpasse deres forretningsmodel til de nye rammevilkår.

Udvalget finder, at en overgangsordning skal være netop det: en overgang. Den må ikke udvikle sig til en permanent forlængelse af principperne fra den gamle ordning. For at undgå langvarige og ineffektive omstillingsprocesser, finder udvalget, at en periode på tre år fra den nye ordning træder i kraft er en passende og rimelig tidshorisont. Det giver medierne forudsigelighed og tid til omstilling, samtidig med at det sikrer, at den nye mediestøttemodel kan blive fuldt indfaset inden for en overskuelig fremtid.

7.2. Udvalgets anbefaling om ekstern finansiering af overgangsordning

På baggrund af ovenstående afvejn timer er det udvalgets klare holdning, at der bør etableres en treårig overgangsordning. Det er dog samtidig udvalgets helt centrale og principielle anbefaling, at en sådan overgangsordning skal finansieres via særskilte, nye midler og ikke af den eksisterende bevilling til den nye grundstøttemodel.

At finansiere en overgangsordning ved at reducere den pulje, der er afsat til den nye grundstøtteordning, vil være uhensigtsmæssigt, da det vil modarbejde reformens formål. Det vil i praksis betyde, at de medier, der med reformen anerkendes som særligt støtteværdige, skal finansiere en midlertidig videreførelse af støtten til de medier, som den nye model enten prioriterer lavere eller helt fravælger at støtte. En sådan model ville forsinke og udvande de positive effekter af reformen og underminere incitamentet til den nødvendige fornyelse og omstilling.

Udvalget anbefaler derfor, at man etablerer en overgangsordning, men kan ikke anbefale, at den finansieres inden for den nuværende ramme. Hvorvidt man politisk er villig til at finde ekstern finansiering, er en politisk afvejning, men udvalget ser det som den eneste principielt forsvarlige løsning. Udvalget opfordrer derfor til, at man politisk finder midlerne til en generøs, men klart tidsbegrænset, overgangsordning, der giver de berørte medier en reel mulighed for at omstille sig til den nye medievirkelighed.

For at undgå langstrakte overgangsordninger, der risikerer at ende som *de facto* bagudskuende særordninger, som favoriserer bestemte medietyper eller titler af historiske årsager, er det udvalgets anbefaling, at en overgangsordning dækker tre år, men ikke mere.

7.3. Anbefalet model for en eksternt finansieret overgangsordning

Såfremt der kan findes ekstern finansiering, anbefaler udvalget, at der etableres en enkel, transparent og tidsbegrænset overgangsordning baseret på principper om objektivitet, budgetmæssig forudsigelighed og administrativ enkelhed, jf. *Boks 54*.

Boks 54

Anbefalede principper for en eksternt finansieret overgangsordning

- **Varighed:** Overgangsordningen løber over en periode på maksimalt 3 år.
 - **Målgruppe:** Ordningen omfatter medier, hvis beregnede støtte i den nye grundstøtteordning er lavere end deres historiske støtteniveau ("referencestøtten").
 - **Finansiering:** Der afsættes en fast teknisk pulje til overgangsstøtte finansieret af nye eksterne midler.
 - **Beregning af støtte i år 1:**
 - Et medies referencestøtte fastsættes som gennemsnittet af den modtagne støtte under den nuværende ordning over de seneste 3 år.
 - Midlerne fordeles proportionalt mellem de berettigede medier baseret på størrelsen af deres individuelle, beregnede støttetab. Et medie med et stort tab vil således modtage en større andel af puljen end et medie med et mindre tab. Den procentuelle andel af tabet, som dækkes af overgangsordningen, vil dog være ens for alle medier i ordningen.
 - **Støttelofter:** Et medies samlede støtte (ny grundstøtte plus overgangsstøtte) kan ikke overstige 100 pct. af mediets referencestøtte. Overgangsordningen er undtaget for de støttelofter (titelloft, støtteintensitetsloft mv.), der gælder for den nuværende mediestøtteordning og den nye grundstøtteordning.
 - **Aftrapning (år 2 og år 3):** Overgangsstøtten aftrappes lineært. I år 2 udgør et medies overgangsstøtte to tredjedele af støtten fra år 1. I år 3 udgør den én tredjedel af støtten fra år 1. Efter år 3 ophører ordningen.
-

Det økonomiske behov for en ordning, jf. *Boks 54*, estimeres af udvalget til at udgøre ca. 100 mio. kr. over en treårig periode, fordelt med en faldende profil på fx 50 mio. kr. i år 1, 33 mio. kr. i år 2 og 17 mio. kr. i år 3. Såfremt overgangsordningen justeres med de tilvalg, der følger af *Boks 55*, estimeres det økonomiske behov at udgøre ca. 40 mio. kr. over en treårig periode, fordelt med en faldende profil på fx 20 mio. kr. i år 1, 13,3 mio. kr. i år 2 og 6,7 mio. kr. i år 3. Det økonomiske spænd for en overgangsordning vurderes således samlet at ligge i et spænd mellem 40-100 mio. kr. for en treårig periode alt efter valgte parametre og tilvalg.

For de fleste titler, der fortsat er støtteberettigede, men som forventes at modtage et lavere tilskud i en ny grundmodel, vil den foreslåede overgangsordning begrænse det umiddelbare tab. Konkret estimeres støttenedgangen i det første år af den nye ordning at udgøre 5-6 pct. for de fleste berørte titler, der fortsat kvalificerer sig til mediestøtte. For de titler, der hidtil har nyt godt af Supplementsordningen, forventes en lidt større nedgang på ca. 8 pct. Støttenedgangen i det første år for medier, som ikke opfylder adgangskriterierne i den nye grundmodel, estimeres til ca. 25 pct.

Den foreslåede model for en eksternt finansieret overgangsordning har en række klare fordele. Den er transparent og bygger på et objektivt, matematisk princip, hvor medier med de største tab modtager den største kompensation nominelt, og alle berettigede medier får dækket en lige stor

andel af deres tab. Den primære ulempe er, at de enkelte medier ikke kender deres præcise overgangstilskud på forhånd, da det afhænger af det samlede støttetab for alle medier, antallet af nye medier i grundstøtteordningen og den generelle udvikling i mediernes redaktionelle omkostninger. Det er derfor ikke muligt at fastsætte en garanteret kompensation for en bestemt procentdel af et medies tab. Fordelingen sker proportionalt inden for den afsatte pulje. Dertil vil der være behov for en betydelig pulje, såfremt alle medier med lavere støtte end referencestøtten skal kompenseres i overgangsordningen. Det vil gå fra midler, som alternativt kunne finansiere andre støtteværdige formål.

7.4. Overgangsordning uden finansiering ved tilførsel af nye midler

Såfremt det politisk ikke er muligt at finde særskilt, ekstern finansiering, står udvalget fast på sin principielle modstand mod at finansiere en overgangsordning via grundstøttemidlerne. I erkendelse af kommissoriets krav om udgiftsneutralitet, og for at anvise den bedst mulige løsning i et sådant scenarie, har udvalget dog udarbejdet en konkret model for en begrænset overgangsordning. Udvalget kan ikke anbefale modellen, idet den finansieres inden for mediestøtterammen, men fremhæver den som den mindst ringe løsning.

En sådan internt finansieret model vil have markante og umiddelbare konsekvenser for støttemodtagerne. For de fleste berørte titler, der fortsat kvalificerer sig til mediestøtte, vil det indebære en støttenedgang på ca. 12 pct. i det første år af den nye ordning, mens enkelte titler kan opleve et fald på op til ca. 27 pct. på grund af reguleringen på koncernniveau. Støttenedgangen for de titler, der i dag er omfattet af Supplementsordningen, estimeres til ca. 13 pct. Endvidere vil titler, der ikke opfylder adgangskriterierne i den nye grundstøtteordning, miste deres støtteberettigelse og vil således ikke være omfattet af overgangsordningen.

Modellen er designet til at have det mindst mulige budget og dermed minimere den negative påvirkning på den nye grundstøtteordning. Dette opnås ved at kombinere ovenstående model med en række skærpede adgangskriterier og begrænsninger, som gør ordningen så smal som mulig, jf. *Boks 55*.

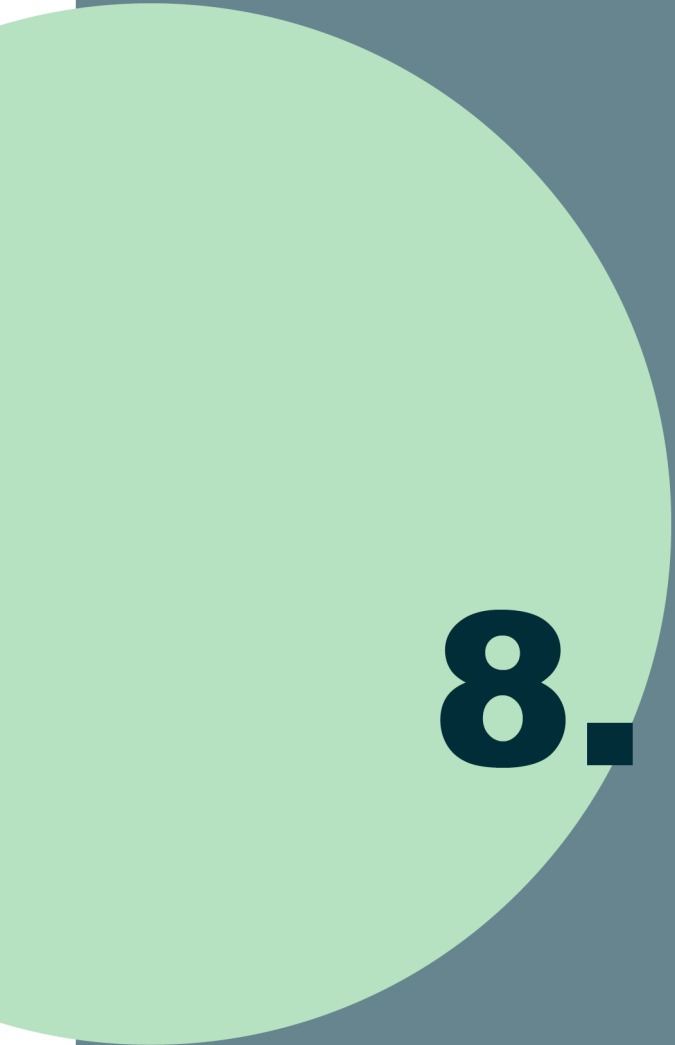
Boks 55

Principper for en overgangsordning uden finansiering ved tilførsel af nye midler

- **Økonomi:** Der afsættes maksimalt 20 mio. kr. til overgangsordningen i år 1. Beløbet reduceres til to tredjedele i år 2 (13,3 mio. kr.) og til én tredjedel i år 3 (6,7 mio. kr.).
 - **Skærpede adgangskriterier:** Det stilles som krav for at modtage overgangsstøtte, at mediet som minimum skal opfylde adgangskriterierne for den nye grundstøtteordning. Det mindsker finansieringsbehovet, hvormed medier, som man med den nye mediestøtteordning gerne vil støtte, hurtigere opnår deres nye støtteniveau. Det medfører dog samtidig en brat overgang for medier, som falder ud af den nye grundstøttemodel enten som følge af ikke at leve op til årsværkskravet, hvilket bl.a. kan være tilfældet for visse modtagere af Ugeavispuljen, eller ikke at leve op til de indholdsmæssige kriterier i den nye grundstøttemodel, hvilket bl.a. kan være tilfældet for visse modtagere af Magasinpuljen.
 - **Delvis selvfinansiering af støttetab:** Et medie i overgangsordningen vil maksimalt kunne få dækket op til 90 pct. af dets referencestøtte (samlet grundstøtte og overgangsstøtte) i år 1. Dette vil give medierne et stærkere incitament til hurtig omstilling og sænker støttebehovet, men skaber samtidig en hårdere overgang.
 - **Regulering på koncernniveau:** Der indføres en regulering på udgiver- eller koncernniveau, så en udgiver/koncern udelukkes fra at modtage overgangsstøtte, hvis koncernens samlede støtte stiger i den nye model.
-

7.5. Administration

Uanset den valgte finansieringsmodel foreslås det, at overgangsordningen administreres som en teknisk korrektion af den samlede støtteudmåling. Det kræver ikke en særskilt ansøgningsproces og minimerer dermed den administrative byrde for både medier og myndigheder.



8. **Konsekvenser af de anbefalede ordninger**

8. KONSEKVENSER AF DE ANBEFALEDE ORDNINGER

8.1. Indledning

Den danske mediebranche har vist en bemærkelsesværdig evne til at tilpasse sig en ny medievirkelighed, og danske borgere har fortsat adgang til et mangfoldigt udbud af private nyhedsmedier, som de generelt har høj tillid til. Den danske mediestøtteordning har på mange måder været velfungerende, er internationalt anerkendt og har været fremhævet som et forbillede. Udvalgets anbefalinger bygger videre på dette solide fundament. Samtidig er anbefalingerne dog en anerkendelse af, at rammerne for den nuværende mediestøtteordning ikke i tilstrækkelig grad er fulgt med medieudviklingen. Der er derfor behov for en ambitiøs og nødvendig reform, der skal sikre, at mediestøtten forbliver lige så relevant, effektiv og legitim i fremtidens medielandskab, som den tidligere har været.

Udvalget foreslår derfor et principielt skifte i dansk mediestøttepolitik: Fra en overvejende *bevarende* ordning til en *muliggørende* ordning. En reform, der bygger på principperne om *demokratisering*, *fremtidssikring* og *forenkling*, og som har ét klart formål: at styrke demokratiet ved at sikre borgernes adgang til uafhængigt, redigeret og journalistisk bearbejdet indhold, uanset hvordan fremtidens medier ser ud.

8.2. Konsekvenserne ved status quo

At undlade at ændre den nuværende mediestøtteordning er en beslutning, der kan have potentielt store konsekvenser. At videreføre den nuværende mediestøtteordning er i udvalgets optik ikke en holdbar løsning. Medieudviklingen accelererer, og for hver dag, der går, bliver den nuværende ordnings indbyggede skævheder og forældede principper en større hæmsko for en sund medieudvikling.

Den nuværende mediestøtteordning er blevet tiltagende kompleks med en række særskilte ordninger med forskellige, i stigende grad forældede og til tider inkonsistente adgangskriterier. Dette skaber en administrativt tung ordning og kan give et uhensigtsmæssigt indtryk af, at politikere ønsker at favorisere bestemte medier eller koncerner. Væsentligst er det dog, at de nuværende ordninger er bundet op på forældede definitioner af medier, mediegrupper, indholdstyper, distributionsformer og forretningsmodeller, der favoriserer medier med tekstbaseret indhold og traditionelle omnibus-karakteristika. Dette risikerer at hæmme innovation og kan skabe en ulige konkurrence for nye, digitale medieformer som fx rene lyd- eller videobaserede nyhedsmedier, der ellers kunne bidrage til at nå nye og bredere målgrupper.

Konsekvensen ved at fastholde status quo vil være en gradvis erosion af mediestøttens relevans og legitimitet. At fortsætte en ordning, der ikke i

tilstrækkelig grad understøtter de medier, der engagerer nye generationer, er at investere i fortiden i stedet for fremtiden. Jo længere tid der går, desto større bliver kløften mellem mediestøttens formål og dens faktiske virkning – og desto sværere bliver den nødvendige omstilling for mediebranchen. At reformere mediestøtten nu er at tage ansvar for fremtidens demokratiske infrastruktur.

8.3. Positive konsekvenser for nyhedsmedier og samfund

Den foreslåede reform vil frigøre et betydeligt potentiale og skabe en række positive forandringer for både nyhedsmedierne og samfundet:

- **En ambitiøs demokratisering af mediestøtten:** Reformens mest markante positive konsekvens er, at den åbner mediestøtten for et bredere og mere mangfoldigt udsnit af medier. Ved at sænke kravet til redaktionelle årsværk fra tre til to og anerkende freelancere og frivillige i opgørelsen, og ved at fjerne kvantitative og platformsspecifikke indholdskrav, bliver det muligt for et vækstlag af mindre medier, nystartede medier og nichemedier at opnå støtte. Dette er en direkte investering i mediepluralismen, som sikrer, at flere journalistiske stemmer – herunder nye digitale opstartsmedier, hyperlokale medier og nichemedier – kan bidrage til den offentlige samtale.
- **En afgørende fremtidssikring for nyhedsmedier i forandring:** Ved at indføre fuld platforms- og teknologineutralitet gøres der op med forældede krav, der har favoriseret tekstbaserede medier. Konsekvensen er, at nye medieformer, såsom rene lyd- eller videobaserede nyhedsmedier, kan opnå støtte på lige fod med traditionelle skrevne aviser. Dermed indrettes støtten ikke efter en bestemt distributionsform, men følger den publicistiske værdiskabelse, uanset hvordan den når borgerne. Samtidig moderniseres støttegrundlaget, så investeringer i digital formidling, produktudvikling og brugeroplevelse anerkendes som en del af den publicistiske kerneopgave.
- **En målrettet styrkelse af de lokale/regionale medier og fritstående medier:** Reformen indebærer en klar og principielt begrundet prioritering af de medier, der er særligt vigtige for mangfoldigheden, og som også har de mest udfordrede markedsvilkår. Gennem mekanismer som differentierede titellofter og en vægtning af de redaktionelle omkostninger vil lokale/regionale medier og fritstående medier opleve en markant styrkelse. Konsekvensen er et værn mod underdækkede områder og en målrettet investering i det nærdemokrati, den geografiske alsidighed og den mediemangfoldighed, der er vital for sammenhængskraften i hele Danmark.
- **Styrket innovation:** Mediepluralismen understøttes endvidere af incitamenterne i den moderniserede innovationsstøtte, hvor en øget risikovillighed og lempede adgangskriterier skal sænke barriererne for,

at især små og nyopstartede medier kan udvikle sig og bidrage til fødekæden af nye medier og forretningsmodeller.

8.4. Hovedprincipperne bag en nødvendig omfordeling

At realisere fordelene ved den nye mediestøttemodel forudsætter en bevidst og principielt funderet omfordeling af støttemidlerne. Omfordelingen er en logisk konsekvens af at erstatte den nuværende komplekse mediestøtteordning med én samlet model, hvor alle publicistiske nyhedsmedier vurderes ud fra de samme principper.

Ved at afskaffe de særskilte ordninger – Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Magasinpuljen – fjernes historisk betingede fordele og særregler baseret på distributionsform eller specifikke mediegrupper. Samtidig sikrer indførelsen af nye, principbaserede adgangskriterier, at støtten målrettes den publicistiske kerneopgave. Tilsammen skaber disse ændringer mere lige vilkår og sikrer, at det er den publicistiske funktion, der støttes – ikke bestemte medietyper.

8.5. Forventede konsekvenser for specifikke mediegrupper

Med forbehold for, at den endelige støtteudmåling i en ny ordning vil afhænge af en række forhold, fx den endelige udformning af ordningen, den samlede bevilling, antallet af ansøgere, nye medier i ordningen mv., skitseres nedenfor de forventede hovedkonsekvenser for en række mediegrupper (udviklingen i støttebeløbet til de enkelte mediegrupper). De nedenfor skitserede konsekvenser beskriver den forventede omfordeling, når den nye grundstøttemodel er fuldt indfaset, og tager således ikke højde for effekten af den anbefalede, midlertidige overgangsordning:

- **Store landsdækkende nyhedsmedier:** Forventes et relativt uændret støtteniveau, da de med deres høje redaktionelle omkostninger fortsat forventes at nå det generelle titelloft på 12,5 mio. kr.
- **Mindre landsdækkende dagblade:** Vil i flere tilfælde nyde godt af den nye ordnings prioritering af fritstående titler, men må alligevel forventes at opleve et fald i støtten. Disse medier er i dag de primære modtagere af Supplementsordningen, og afskaffelsen heraf vil medføre en betydelig nedgang.
- **Digitale landsdækkende omnibusmedier:** Forventes et stabilt eller potentielt stigende støtteniveau. Disse medier vil ikke blive ramt af afskaffelsen af særordninger, vil i nogle tilfælde nyde godt af særlig støtte til fritstående titler, og vil samtidig kunne drage fordel af den moderniserede definition af redaktionelle omkostninger.
- **Niche- og fagorienterede medier:** Forventes samlet set en markant fremgang. Medier i denne gruppe, som i dag er udelukket fra støtte på

grund af årsværkskrav eller omnibuskrav, vil potentielt kunne kvalificere sig. Da en stor del af disse medier er fritstående, vil de yderligere blive tilgodeset af de nye mekanismer med vægtning af omkostninger, en moderniseret definition af redaktionelle omkostninger og et forhøjet titelloft.

- **Regionale og lokale nyhedsmedier:** Forventes en markant stigning i den samlede støtte. Som en klar prioritering i den nye model vil disse medier blive tilgodeset af både et forhøjet titelloft og en vægtning af deres redaktionelle omkostninger.
- **Ugeaviser:** Mange af de nuværende modtagere vil nyde godt af prioriteringen af regionale og lokale nyhedsmedier, men mediegruppen forventes samlet set at opleve et markant fald i støtten. Faldet skyldes to afgørende faktorer: For det første vil mange nuværende modtagere – især ugeaviser drevet af store koncerner med begrænset redaktionel bemanning pr. titel – ikke opfylde minimumskravet om to redaktionelle årsværk og dermed miste deres støtteberettigelse, medmindre de konsoliderer ressourcer eller øger den redaktionelle bemanning. For det andet vil reduktionen af støtteintensitetsloftet til 35 pct. begrænse tilskuddet for de medier, der fortsat kvalificerer sig. Samlet set forventes den principielle fordel ved at tilhøre en prioriteret gruppe ikke at opveje konsekvenserne af de nye krav for denne mediegruppe.
- **Magasiner:** Forventes en differentieret effekt med et mindre fald samlet set. De titler, der ikke kan leve op til det skærpede krav om et publicistisk hovedformål, vil miste støtten. Omvendt kan de magasiner, der kvalificerer sig, potentielt opnå væsentligt højere støtte end i dag, da de ikke længere er underlagt Magasinpuljens lavere lofter.

Udvalgets modelberegninger skal læses som en illustration af de forventede, overordnede omfordelinger og ikke som en præcis fremskrivning. Af hensyn til enkelhed og transparens kan konsekvensberegningerne ikke indfange alle nuancer i et komplekst og dynamisk medielandskab.

Beregningerne er baseret på et øjebliksbillede med udgangspunkt i de historiske data for støttetildelingen i 2024. Det er lagt til grund, at visse tidligere ansøgere om mediestøtte med afslag vil kunne opfylde adgangskriterierne for støtte i en ny ordning, selvom de ikke gør det i dag i den nuværende ordning. Beregningerne er desuden baseret på den nuværende økonomiske ramme for mediestøtten. De endelige konsekvenser af en ny ordning er forbundet med betydelig usikkerhed og vil afhænge af en række faktorer, der ikke er fuldt ud indregnet.

For det første vil den endelige udformning af ordningen være genstand for en politisk proces, herunder den præcise indretning af ordningen og de endelige satser for lofter og vægtninger.

For det andet forventes den nye, platformsneutrale ordning at tiltrække en række nye ansøgere og føre til nye medier i ordningen, som ikke er medregnet i de nuværende estimer. Der kan desuden ske konsolideringer eller andre ændringer i markedet. Dette vil påvirke den samlede fordeling af midlerne.

For det tredje kan der ske adfærdsændringer hos de eksisterende medier med henblik på at tilpasse sig den nye ordnings incitament. Eksempelvis kan ugeaviser, der står til at miste støtte, vælge at konsolidere deres redaktionelle ressourcer, eller magasiner, der står til at falde ud af ordningen, kan tilpasse deres indhold for at opfylde kravet om et publicistisk hovedformål.

For det fjerde er en central forudsætning i beregningerne, at udvidelsen af de ”redaktionelle omkostninger” vil øge det samlede støtteudmålingsgrundlag med ca. 15 pct. Dette er et skøn baseret på kvalificerede bidrag fra dele af branchen i forhold til estimatet for det opdaterede støtteudmålingsgrundlag og tillægget for indirekte redaktionelle omkostninger, men den reelle effekt kan vise sig at være anderledes. Der knytter sig således en usikkerhed til estimatet for det udvidede støtteudmålingsgrundlag. Det understreges desuden, at de beskrevne konsekvenser er gennemsnitlige tendenser for mediegrupperne, og at udviklingen for det enkelte medie kan afvige herfra.

De skønnede effekter af en ny mediestøtteordning fordelt på mediegrupper fremgår nedenfor, jf. *Tabel 7*. Det bemærkes, at *Tabel 7* nedenfor viser andel af mediestøtte fordelt på mediegrupper, mens ovenstående punkter beskriver den forventede udvikling i støttebeløbet til de enkelte mediegrupper.

Tabel 7

Skønnede effekter af ny mediestøtteordning: Andel af mediestøtte fordelt på mediegrupper – Model A (prioriteringsfaktor 1,5)

	Andel af mediestøtte 2024 (pct.)	Anslået andel af mediestøtte i ny grundstøtteordning (pct.)	Udvikling
Store landsdækkende nyhedsmedier	16,3	15,4*	↓
Mindre landsdækkende dagblade	12,8	9,5	↓
Digitale landsdækkende omnibusmedier	3,8	4,2	↑
Niche- og fagorienterede medier	16,7	18,7	↑
Regionale og lokale nyhedsmedier	33,7	39,6	↑
Ugeaviser	10,6	6,5	↓
Magasiner	6,0	6,2	↑
I alt	100 (504,6 mio. kr.)	100 (487,5 mio. kr.)	

Anm.: Tabellen viser de forventede, overordnede konsekvenser af den anbefalede grundstøttemodel fuldt indfaset, dvs. eksklusive indførelse af en eventuel overgangsordning. Tallene er udtryk for tendenser på mediegruppeniveau og skal læses med en række væsentlige forbehold: Dels er beregningerne baseret på mediernes redaktionelle omkostninger fra 2024. Dels tager beregningerne kun i mindre grad højde for de forventede adfærdssændringer, som en ny ordning vil medføre. Tal kan derfor ikke tolkes som et præcist estimat for enkelte medietitler, men som en illustration af den tilsigtede, principielle omfordeling i den nye model. For fordelingen af mediestøtte i 2024 er der taget udgangspunkt i det faktisk fordelte beløb, der i 2024 også indeholdt uforbrugte midler fra Innovationspuljen. For den nye grundstøttemodel er der taget udgangspunkt i bevillingen for 2026 (2024-pl), jf. Finansloven for 2025, korrigeret for udgifter til administration og eksterne konsulenter. Det er lagt til grund, at det udvidede støtteudmålingsgrundlag svarer til en udvidelse af støtteudmålingsgrundlaget på 5 pct. tillagt tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger på 10 pct. svarende til en samlet udvidelse på ca. 15 pct.

*Faldet for mediegruppen "Store landsdækkende nyhedsmedier" skyldes alene, at Berlingske i 2024 opnåede støtte fra Supplementsordningen og dermed et højere støtteniveau i forhold til tidligere og efterfølgende år.

Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.

Udvalget anerkender fuldt ud, at ændringerne vil kræve en betydelig omstilling for de berørte medier. Netop derfor er det en central anbefaling, at der etableres en treårig overgangsordning med ny finansiering, som skal sikre en forudsigelig og stabil overgang og give medierne en "blød landing" med den nødvendige tid til at tilpasse deres forretningsmodel.

8.5.1. Styrket incitament til publicistisk investering og innovation

Udvalgets forslag skaber en ny incitamentsstruktur, der balancerer en demokratisering af adgangen til mediestøtten med en fastholdelse og skærpelse af klare publicistiske principper. Ved at fjerne krav til tekstindhold, omnibusdækning og -format og samtidig sænke årsværkskravet fra tre til to samt anerkende freelancere og frivillige i opgørelsen, lægger udvalget op til en mere moderne og rummelig forståelse af, hvad et publicistisk nyhedsmedie kan være. Det skaber et positivt incitament for, at flere og nye former for medier kan kvalificere sig til støtte, og understøtter således både udviklingen af fremtidens medier og borgernes adgang til nyhedsmedier.

Samtidig fastholder udvalget, at mediestøtten er forbeholdt reelt redigerede medier, der påtager sig et publicistisk ansvar. De skærpede krav om selvstændighed, egen titel, redaktøransvar og et publicistisk hovedformål cementerer dette. Valget af netop to redaktionelle årsværk som minimumskrav er et bevidst, principielt valg. Det sikrer, at støtten målrettes medier med en tilstrækkelig redaktionel masse til at opretholde et publicistisk fokus, og det skaber et positivt incitament for medier med en meget lille bemanning til at styrke deres redaktionelle kapacitet. Tilsammen sætter disse principielle krav barren for, hvad det vil sige at være et støtteværdigt publicistisk nyhedsmedie i Danmark.

Denne incitamentsstruktur suppleres af en modernisering af selve støttegrundlaget. Ved at udvide definitionen af ”redaktionelle omkostninger” til også at omfatte omkostninger til digital formidling skabes et incitament for medierne til at investere i den samlede publicistiske brugeroplevelse. Støtten følger dermed ikke kun den traditionelle indholdsproduktion, men anerkender, at den demokratiske værdi i en digital tidsalder skabes i mødet mellem borgeren og det integrerede publicistiske produkt. Dette er en afgørende forudsætning for en reel platformsneutralitet og vil medvirke til at styrke mediernes digitale omstilling og evne til at konkurrere effektivt med andre tilbud online.

Endelig understøttes mediepluralismen af incitamenterne i den moderniserede innovationsstøtte, hvor en øget risikovillighed og lempede adgangskriterier skal sænke barriererne for, at især små og nyopstartede medier kan udvikle sig og bidrage til fødekæden af nye medier og forretningsmodeller.

8.5.2. Mindre kompleksitet og øget legitimitet

De foreslåede anbefalinger vil ensrette og samle mediestøtten, så alle mediegrupper skal benytte samme indgang til redaktionel produktionsstøtte. Etableringen af én samlet grundstøtteordning med ensartede, principielt begrundede kriterier for alle vil markant forenkle

mediestøtteordningen. Det reducerer den administrative byrde for både ansøgere og myndigheder og skaber en højere grad af forudsigelighed.

En samlet ordning vil også bidrage til at øge mediestøtteordningens legitimitet og transparens. Ved at behandle sammenlignelige publicistiske medier ens – uanset om de historisk har været defineret som dagblade, ugeaviser eller magasiner – skabes mere lige støttevilkår. Mediestøtten skal understøtte det publicistiske indhold – uanset platform og format. Den samlede grundstøttemodel handler således om at kombinere en effektiv og gennemsigtig administration med en høj grad af legitimitet.

8.5.3. Strukturel påvirkning og bredere samfundsmæssige gevinster

Ud over den direkte omfordeling forventes udvalgets forslag at påvirke den strukturelle udvikling af det danske mediemarked i en mere robust og bæredygtig retning. Reformen er ikke blot en omfordeling af midler, men en strategisk investering i at øge nyhedsmediernes mangfoldighed, tilpasningsevne og modstandsdygtighed over for fremtidige udfordringer.

En omfattende undersøgelse for Europa-Kommissionen ("Public financing of news media in the EU", 2024) fastslår, at nyhedsmedier i hele EU står over for fundamentale markedsmæssige udfordringer, herunder et fald i annonce- og abonnementsindtægter samt øget koncentration.

Den foreslåede reform adresserer disse strukturelle udfordringer direkte. Ved at prioritere fritstående medier samt lokale og regionale medier tager ordningen aktivt højde for de markeds kræfter, der ellers favoriserer store, nationale aktører. Dette bidrager til at opretholde en geografisk og ejermæssig mangfoldighed, som er essentiel for en sund mediepluralisme.

Samtidig skaber den teknologineutrale tilgang et stærkt incitament for medierne til at frigøre sig fra afhængigheden af printbaserede forretningsmodeller og investere i digitale løsninger, der kan være en forudsætning for deres langsigtede overlevelse.

En central del af forenklingen er desuden afskaffelsen af det nuværende koncernloft. Dette loft vurderes at være en ufleksibel mekanisme, der potentielt kan hæmme forretningsmæssigt fornuftige konsolideringer, som kan være nødvendige for at sikre overlevelsen af enkelte titler. Et koncernloft kan i forbindelse med konsolideringer ende med at udgøre en hindring for nationale aktører, mens loftet ikke nødvendigvis vil være en hindring for konsolidering på tværs af landegrænser, eksempelvis konsolideringer på tværs af de nordiske lande, hvor koncerner kan have titler, der nyder godt af mediestøtte i andre nordiske lande. Det kan skabe ulige vilkår mellem nationale og udenlandske aktører.

Anbefalingen i forbindelse med afskaffelse af et koncernloft er et tilvalg af mere præcise instrumenter – de differentierede titellofter og vægtninger af

redaktionelle omkostninger for fritstående medier – der sikrer en bred fordeling af midlerne og modvirker en overdreven støttekoncentration uden at gribe unødigt ind i medievirksomhedernes strategiske frihed. Anbefalingen om at fjerne koncernloftet er således ikke et fravalg af at regulere støttekoncentration, men et tilvalg af mere præcise instrumenter med færre utilsigtede bivirkninger.

8.6. Konsekvenser af den anbefalede overgangsordning

Indførelsen af en ny grundstøttemodel vil, som beskrevet ovenfor, medføre en betydelig omfordeling af midler. For at sikre en forudsigelig og stabil overgang for de medier, der står til at opleve et markant fald i deres støtte, anbefaler udvalget en midlertidig, treårig overgangsordning.

Den primære konsekvens af en overgangsordning er, at den afbøder de umiddelbare negative økonomiske virkninger for de berørte medier. Dette giver dem en ”blød landing” og den nødvendige tid til at foretage strategiske og operationelle omstillinger for at tilpasse sig de nye rammevilkår.

Samtidig er det en konsekvens, at den fulde effekt af den nye, moderniserede grundstøttemodel forsinkes med overgangsordningen. Udvalget anser dette for et afgørende dilemma mellem hensynet til fornyelse og hensynet til stabilitet. Udvalget finder det principielt uhensigtsmæssigt, hvis overgangsordningen skal finansieres ved at reducere den pulje, der er afsat til den nye grundstøtteordning. Det ville betyde, at de medier, som reformen er designet til at styrke, reelt kommer til at betale for at afbøde nedgangen for andre, hvilket ville underminere selve formålet med omlægningen.

Udvalgets klare og samlede anbefaling er derfor, at en overgangsordning bør finansieres via særskilte, nye midler. At finansiere den internt ved at reducere puljen til den nye grundstøtteordning ville underminere selve formålet med omlægningen.

8.7. Samfundsøkonomiske og administrative konsekvenser

8.7.1. Økonomiske konsekvenser for staten

Det har været en forudsætning for udvalgets arbejde, at anbefalingerne til nye modeller for mediestøtte er udgiftsneutrale set i forhold til det eksisterende støtteniveau. De foreslåede modeller for en ny samlet grundstøtteordning og innovationsstøtteordning forventes derfor ikke at medføre merudgifter for staten.

Udvalget finder det dog, jf. ovenfor, principielt uhensigtsmæssigt at finansiere en midlertidig overgangsordning ved at reducere bevillingen til den nye grundstøtteordning, da det vil udvande og forsinke den tilsigtede, positive effekt af reformen og undergrave formålet med en omlægning.

Udvalget anbefaler derfor kraftigt, at der findes særskilt, ekstern finansiering til en overgangsordning. En sådan ordning vil medføre en midlertidig merudgift for staten i en treårig periode.

8.7.2. Administrative konsekvenser for myndighederne

På kort sigt vil implementeringen af en ny mediestøtteordning medføre øgede administrative omkostninger, herunder for Medienævnet. Der skal udarbejdes ny lov, bekendtgørelser, vejledninger og ansøgnings- og udmålingsprocedurer, og der vil være et betydeligt behov for informations- og vejledningsindsatser over for mediebranchen.

På længere sigt forventes afskaffelsen af de særskilte ordninger dog at føre til en administrativ forenkling for både ansøgere og myndigheder. Samtidig vil administrationens karakter ændre sig. Afskaffelsen af de detaljerede, kvantitative indholdskrav (fx opmåling af andele af tekst og redaktionelt stof) vil reducere en kompleks og tidskrævende opgave. Til gengæld vil det nye, centrale adgangskriterie om ”publicistisk hovedformål” kræve en mere kvalitativ helhedsvurdering, hvilket stiller nye krav til sagsbehandlingen. Ligeledes forventes den anbefalede styrkelse af vejledningsindsatsen i innovationsstøtten at kræve yderligere ressourcer. Samlet set vurderes de administrative omkostninger efter en indkøringsperiode at være på niveau med i dag, men med et ændret fokus.

Det skal dog understreges, at udvalgets overvejelser ikke udgør en udtømmende analyse af de administrative konsekvenser. Da de endelige ordninger desuden vil være resultatet af en efterfølgende politisk proces, kan den præcise udformning ændre sig. En endelig vurdering vil derfor altid bero på en konkret vurdering af den endelige udformning af ordningerne. Der tages på den baggrund forbehold for vurderingen af de administrative konsekvenser for myndighederne.

8.8. Øvrige samfundsmæssige konsekvenser

Udvalgets anbefalinger vil have en række positive, afledte konsekvenser for det danske samfund og demokrati. Selvom den præcise virkning af et mangfoldigt mediebillede er svær at kvantificere, er der bred faglig enighed om, at en styrket publicistisk infrastruktur har afgørende samfundsmæssig værdi.

Ved at indføre en målrettet prioritering af lokale og regionale medier bidrager reformen direkte til at styrke den nære offentlige samtale og sikre borgernes adgang til journalistik om deres nærområde. Det er et afgørende værn mod udviklingen af journalistisk underdækkede områder – et fænomen der i visse lande har udviklet sig til ”nyhedsørkener” og udgør en alvorlig demokratisk udfordring – og som understøtter et levende nærdemokrati i hele landet.

Demokratiseringen af mediestøtten, hvor adgangsbarriererne sænkes for mindre, nye og mere specialiserede medier, vil også føre til en øget

mediemangfoldighed. Et mere alsidigt udbud af publicistiske medier giver borgerne adgang til flere perspektiver og mere specialiseret viden. Dette vil styrke den offentlige samtale og øge samfundets generelle modstandskraft mod mis- og desinformation ved at fremme et rigt økosystem af redigerede kilder.

Endelig forventes reformen at have positive effekter for beskæftigelsen. Forslaget om at basere støtten på redaktionelle omkostninger og samtidig udvide definitionen til at omfatte fagligheder i relation til både den publicistiske produktion og formidling samt omkostninger til efteruddannelse og opkvalificering af medarbejdere, skaber et direkte incitament for medievirksomheder til at ansætte og investere i medarbejdere. Dette bidrager til at fastholde og udvikle vigtige kompetencer og arbejdspladser i mediebranchen over hele landet.

8.9. De anbefalede ordninger i et internationalt perspektiv

De udfordringer, som danske nyhedsmedier står over for, er ikke unikke. I hele Europa oplever mediebranchen et pres på traditionelle forretningsmodeller, intensiveret konkurrence fra globale tech-platformer og ændrede medievaner hos borgerne. Som dokumenteret i Europa-Kommissionens rapport ”Public financing of news media in the EU” (2024) findes der ikke én enkelt løsning, men derimod en række fælles principper for moderne mediestøtte.

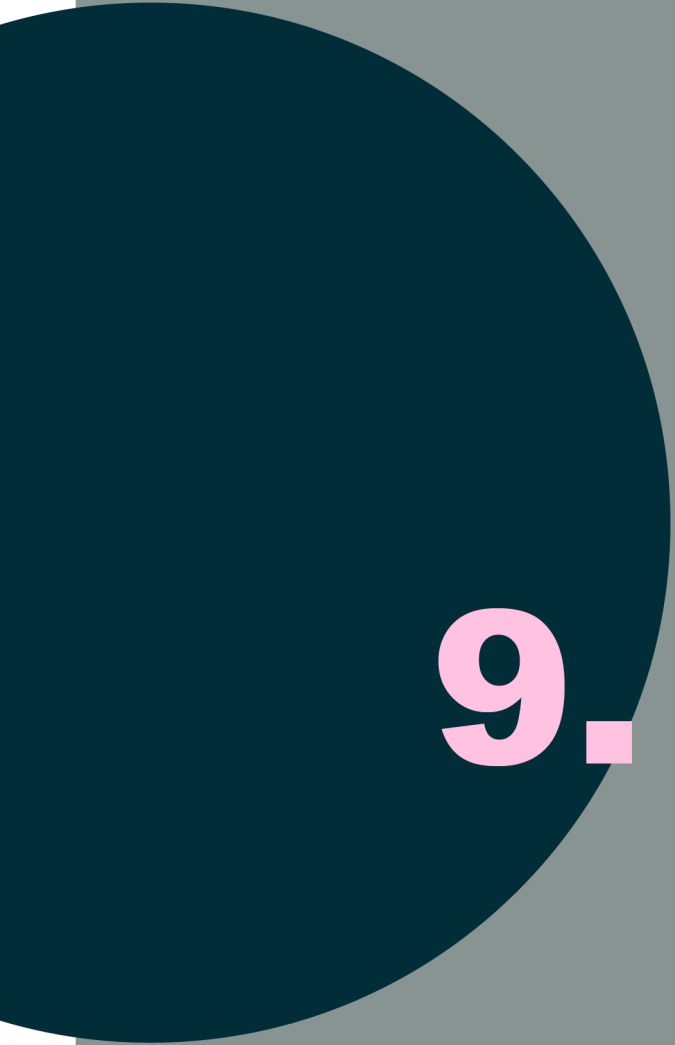
Udvalgets anbefalinger skal derfor ses i lyset af denne internationale kontekst. Forskellige lande har valgt forskellige tilgange, fra de nordiske landes universelle modeller med høj direkte støtte til mere selektive eller markedsorienterede modeller. Rationalet bag den danske tilgang er netop anerkendelsen af uafhængig redigeret journalistik som et meritgode, hvis brede samfundsmæssige værdi retfærdiggør en markant offentlig investering, kombineret med et stærkt armslængdeprincip og et minimum af særordninger. Udvalgets forslag kan ses som en ambitiøs modernisering af den nordiske tradition, hvor et højt støtteniveau fastholdes, men fordeles efter mere fremtidssikrede og teknologineutrale principper.

Forslaget om én samlet, platformsneutral grundstøtteordning er et direkte svar på det udbredte behov for at skabe rammer, der muliggør et mangfoldigt økosystem af forskellige nyhedsmedier af både niche- og omnibuslignende karakter. Ligeledes er prioriteringen af lokale og regionale medier en tendens, der ses i flere landes reformovervejelser som et svar på den stigende bekymring for den lokale journalistiks overlevelse.

Rapporten fra Europa-Kommissionen understreger, at direkte statsstøtte er et legitimt og udbredt værktøj til at sikre mediepluralisme, forudsat at den tildeles efter transparente, objektive, forudsigelige og ikke-diskriminerende kriterier, og administreres af et uafhængigt organ med armslængde til politisk indflydelse. Udvalgets forslag om at afvikle den nuværende

mediestøtteordnings særskilte ordninger til fordel for én samlet principbaseret grundmodel er en klar bevægelse i retning af netop disse internationale standarder for "good governance".

Udvalgets anbefalinger kan således betragtes som en dansk implementering af international best practice, designet til at skabe et robust og fremtidssikret fundament for mediestøtten, der kan understøtte et frit og pluralistisk medielandskab i mange år fremover.



9. EU-retlige overvejelser

9. EU-RETSLIGE OVERVEJELSER

9.1. Indledning

Udvalgets anbefalinger til en fremtidig mediestøtteordning indebærer tildeling af offentlige midler til private medievirksomheder. Sådanne ordninger er omfattet af EU's statsstøttere regler, som har til formål at sikre en fair og velfungerende konkurrence på det indre marked. Enhver ny eller væsentligt ændret national støtteordning skal derfor anmeldes til og godkendes af EU-Kommissionen, før den kan træde i kraft.

I det følgende redegøres for de centrale EU-retlige rammer og udvalgets overvejelser om, hvorvidt de anbefalede ordninger er forenelige med disse. Formålet er at tydeliggøre, at udvalgets anbefalinger er udformet under hensyn til de EU-retlige forpligtelser. Udvalgets overvejelser udgør dog ikke en udtømmende juridisk analyse, og en endelig godkendelse af de foreslåede ordninger vil bero på EU-Kommissionens konkrete vurdering i lyset af den til enhver tid gældende EU-ret.

9.2. De EU-retlige rammer for statsstøtte til medier

Udvalget anerkender et veldokumenteret markedssvigt, hvor markedet ikke uden understøttelse kan levere den ønskede mængde og mangfoldighed af publicistisk indhold til borgerne. Udvalget ser derfor fortsat behovet for understøttelse af private nyhedsmedier med offentlige midler, således at mediepluralisme prioriteres.

Udvalgets anbefalinger til mediestøtteordninger kan dermed karakteriseres som statsstøtte i EU-retlig forstand, og ordningerne vil derfor også skulle vurderes og godkendes af EU-Kommissionen i deres endelige form.

Det følger af Traktaten om Den Europæiske Unions Funktionsmåde (TEUF) artikel 107, stk. 1, at der er forbud mod statsstøtte, der fordrejer konkurrencen og påvirker samhandlen mellem medlemsstaterne. Der findes dog en række undtagelser. For mediestøttens vedkommende er den mest relevante undtagelse TEUF-artikel 107, stk. 3, litra c, som tillader støtte til "fremme af udviklingen af visse erhvervsgrene", forudsat at støtten ikke ændrer samhandelsvilkårene på en måde, der strider mod den fælles interesse.

EU-Kommissionen har i sin praksis anlagt en fast procedure for at vurdere, om en støtteordning er forenelig med det indre marked efter denne bestemmelse. Denne vurdering, ofte kaldet en "balancetest", indebærer en afvejning af støttens positive effekter over for dens potentielle negative virkninger på konkurrence og samhandel. Kommissionen vurderer især:

- **Målet af almen interesse:** Om støtten er rettet mod et klart defineret mål af almen interesse, som fx at fremme mediepluralisme og sikre borgernes adgang til information.

- **Nødvendighed og egnethed:** Om støtten er et nødvendigt og egnet redskab til at opnå dette mål. Om den adresserer et dokumenteret markedssvigt, og om der findes andre, mindre konkurrenceforvridende måder at opnå formålet på.
- **Proportionalitet:** Om støtten er proportionel. Det vil sige, om den er begrænset til det minimum, der er nødvendigt for at opnå formålet, og om den indeholder mekanismer (fx støtteloft og begrænset støtteintensitet), der modvirker overkompensation.
- **Begrænset konkurrenceforvridning:** Om de negative effekter på konkurrencen og samhandlen er så begrænsede, at den samlede balance er positiv for det indre marked.

9.3. Vurdering af de anbefalede ordningers forenelighed

Udvalget har i sit arbejde tilstræbt, at udforme anbefalingerne til de nye ordninger for en samlet grundstøtte og en moderniseret innovationsstøtte, så de er forenelige med EU's statsstøtteregler. Det skal dog understreges, at udvalgets overvejelser ikke udgør en udtømmende juridisk analyse. Da de endelige ordninger desuden vil være resultatet af en efterfølgende politisk proces, kan den præcise udformning ændre sig. En endelig godkendelse vil derfor altid bero på EU-Kommissionens konkrete vurdering af den anmeldte ordning (notifikation) i lyset af den til enhver tid gældende EU-ret.

Der tages på den baggrund forbehold for Kommissionens endelige afgørelse, som er en afgørende forudsætning for, at der kan udbetales støtte efter de nye ordninger.

Denne indledende vurdering bygger på, at de foreslåede ordninger på mange punkter viderefører de grundlæggende principper fra de eksisterende, godkendte, ordninger, hvor støtten gives til redaktionel produktionsstøtte og innovationsstøtte. Anbefalingerne er således fortsat støtte til mediernes indholdsproduktion og med et formål om at understøtte mediernes demokratiske funktion for borgerne. Ligeledes vil udvalget med anbefalingerne understøtte nyhedsdækning, -produktion og -formidling som det ser ud i dag og skabe plads til nye medietyper, der tidligere ikke har kunnet modtage støtte. Derfor er mediepluralisme også fortsat en grundsten i udvalgets anbefalinger til nye mediestøtteordninger.

Samtidig er det udvalgets opfattelse, at de foreslåede moderniseringer kan styrke ordningernes forenelighed med EU-retten, fordi de bidrager til en mere målrettet, proportionel og mindre potentielt konkurrenceforvridende støtte.

9.3.1. Et klart formål af almen interesse

Udvalgets forslag er forankret i et formål af almen interesse, som EU-Kommissionen tidligere har anerkendt som legitimt: at fremme mediepluralisme, understøtte den offentlige samtale og sikre borgernes adgang til et alsidigt udbud af redigeret, journalistisk indhold. Dette formål er i tråd med de værdier, der er nedfældet i EU's Charter om

Grundlæggende Rettigheder, og som Kommissionen i sin praksis konsekvent har anerkendt som et gyldigt grundlag for statsstøtte.

9.3.2. Nødvendig, egnet og proportionel støtte

De anbefalede ordninger er udformet med henblik på at være både nødvendige, egnede og proportionale. Støtten adresserer et veldokumenteret markedssvigt, hvor det publicistiske indhold risikerer ikke at nå til brugerne, som nævnt ovenfor.

En central del af den nye grundstøttemodel er den målrettede prioritering af lokale/regionale medier og fritstående medier gennem differentierede titellofter og en vægtning af deres redaktionelle omkostninger. Denne differentiering er ikke i modstrid med princippet om ligebehandling, men er tværtimod et nødvendigt og proportionelt redskab for at opnå ordningens overordnede formål. Markedssvigtet er mest udtalt for netop disse medier, som enten opererer på et geografisk begrænset marked eller mangler de stordriftsfordele, som koncernejskab giver. Ved at målrette støtten mod disse særligt udsatte, men demokratisk vigtige medier, sikres det, at støtten anvendes, hvor den har størst effekt i forhold til at opretholde mediepluralismen. Denne form for målrettet prioritering er i tråd med Kommissionens praksis, hvor der tidligere er godkendt prioritering af støtten, fx forhøjet titelloft og vægtning af redaktionelle omkostninger for lokale/regionale medier i den nuværende mediestøtteordning på baggrund af en lignende begrundelse.

Proportionaliteten i den samlede ordning sikres yderligere gennem en række effektive mekanismer. Det fælles støtteintensitetsloft på 35 pct. for grundstøtten er et centralt element, der kan forhindre overkompensation og sikre en betydelig egenfinansiering. Dette loft er identisk med det niveau, Kommissionen allerede har godkendt for den nuværende Hovedordning. Ligeledes sikrer de differentierede titellofter, at enkelte store medier ikke modtager en uforholdsmæssig stor andel af puljen.

For så vidt angår Innovationspuljen, anbefaler udvalget fortsat støtte til både udviklingsprojekter og etablering af nye medier. Anbefalingerne vil modernisere den eksisterende Innovationspulje, men grundlæggende have samme formål og udformning som den nuværende ordning. Udvalget anbefaler, at bevillingen til innovationsstøtten øges.

9.3.3. Begrænset konkurrenceforvridning og positiv samlet balance

En afgørende styrke ved udvalgets forslag set i et EU-retligt perspektiv er, at det aktivt reducerer den potentielle konkurrenceforvridning i forhold til den nuværende mediestøtteordning:

- **Robuste og transparente adgangskriterier:** De nye, principbaserede adgangskriterier udgør en robust ramme for støttetildeling. Selvom kriterier som ”publicistisk hovedformål” indebærer en helhedsvurdering,

er denne forankret i en række konkrete parametre. Vurderingen foretages af et uafhængigt armslængdeorgan med ekspertise inden for området, som er bundet af forvaltningsretlige principper om bl.a. ligebehandling og saglighed. Der er således ikke tale om et arbitrært skøn, men en struktureret og forudsigelig administrativ praksis.

- **Forenkling og ligebehandling:** Ved at afskaffe de særskilte ordninger med forskellige kriterier og samle alle medier under én samlet grundstøttemodel, sikres en mere fair og lige behandling af sammenlignelige medier. Det mindsker risikoen for, at støtten favoriserer bestemte medieformer eller historisk betingede forretningsmodeller.
- **Platformsneutralitet:** Indførelsen af fuld platforms- og teknologineutralitet er en afgørende modernisering, der fjerner en betydelig kilde til potentiel konkurrenceforvridning. Støtten følger den publicistiske funktion, ikke eksempelvis en bestemt distributionsform, hvilket skaber mere lige konkurrencevilkår mellem trykte og digitale medier samt nye medieformater.

Det er udvalgets vurdering, at de positive effekter af den foreslåede reform – i form af styrket mediepluralisme, øget innovation og en mere robust demokratisk infrastruktur – langt overstiger de potentielt negative indvirkninger på konkurrencen. De foreslåede ændringer bidrager derfor til en samlet positiv balance, der er i den fælles europæiske interesse.



10. **Finansiering**

10. FINANSIERING

I henhold til kommissoriet har udvalget taget udgangspunkt i, at anbefalingerne til de varige ordninger i fremtidens mediestøttemodel skal være udgiftsneutrale set i forhold til det nuværende mediestøtteniveau. Den samlede økonomiske ramme for udvalgets forslag udgøres derfor af de eksisterende bevillinger til den direkte mediestøtte.

Udvalgets forslag om at erstatte de nuværende særskilte ordninger med én samlet grundstøttemodel og en styrket innovationsstøtte indebærer en konsolidering af midlerne. Konkret overføres bevillingerne fra Ugeavispuljen og Magasinpuljen til den samlede ramme. Baseret på finanslovsbevillingerne for 2026 (2026-pl) udgør den forventede samlede ramme for de nye, varige ordninger 547,3 mio. kr. årligt, jf. *Tabel 8*.

Tabel 8

Forventet samlet økonomisk ramme for en ny mediestøttemodel (mio. kr., 2026-pl)

Nuværende og foreslåede nye mediestøtteordninger	2026
A. Nuværende redaktionel produktionsstøtte (Hovedordning og Supplementsordning)	423,7
B. Nuværende Innovationspulje	33,8
C. Nuværende Ugeavispulje	57,2
D. Nuværende Magasinpulje	32,6
Samlet årlig bevilling til rådighed for nye ordninger (A+B+C+D)	547,3
<i>Heraf foreslås til:</i>	
E. Ny samlet grundstøttemodel	507,3
F. Ny innovationsstøtteordning	40,0
Samlet årlig bevilling til nye ordninger (E+F)	547,3
Anm.: I beløbene er indeholdt bevilling til administration og konsulentbistand. Den samlede ramme svarer til det forventede niveau for direkte mediestøtte i 2026.	
Kilde: Forslag til Finansloven 2026.	

10.1. Fordeling mellem grundstøtte og innovationsstøtte

Inden for en udgiftsneutral ramme anbefaler udvalget en strategisk omprioritering for at styrke fornyelsen og udviklingen i mediebranchen. Det anbefales, at bevillingen til innovationsstøtten hæves fra de 33,8 mio. kr. i 2026 til 40,0 mio. kr. årligt. Dette svarer til ca. 7,3 pct. af den samlede bevilling og afspejler efter udvalgets vurdering en hensigtsmæssig balance, hvor fornyelse prioriteres højt for at sikre mediebranchens langsigtede robusthed. Den endelige afvejning mellem stabilitet og fornyelse er en politisk beslutning.

Det resterende beløb på 507,3 mio. kr. udgør bevillingen til den nye, samlede grundstøttemodel. Denne forøgelse i forhold til den nuværende

redaktionelle produktionsstøtte skyldes udelukkende overførslen af midler fra de afskaffede særskilte ordninger for ugeaviser og magasiner.

10.2. Finansiering af evt. overgangsordning

Det er udvalgets anbefaling, at den midlertidige, treårige overgangsordning finansieres særskilt af nye, eksterne midler. Princippet om udgiftsneutralitet gælder i udvalgets optik for de varige ordninger. At finansiere en midlertidig overgangsordning ved at reducere den pulje, der er afsat til den nye grundstøttemodel, mener udvalget modarbejder reformens formål. Det ville i praksis betyde, at de medier, der med reformen anerkendes som særligt støtteværdige (bl.a. lokale/regionale og fritstående medier), skulle finansiere en midlertidig videreførelse af støtten til de medier, som den nye model netop fravælger at prioritere i samme omfang. En sådan model ville forsinke de positive effekter af reformen og underminere incitamentet til den nødvendige omstilling.

Derfor kan udvalget ikke anbefale en overgangsordning, hvis den skal finansieres inden for den nuværende mediestøtteramme. Hvorvidt man er villig til at finde eksternt finansiering, er en politisk afvejning, men udvalget ser det som den eneste principielt forsvarlige løsning for at sikre en fair og effektiv implementering. En sådan eksternt finansieret ordning vil medføre en midlertidig merudgift for staten. Udvalget foreslår en lineær aftrapning af overgangsordningen over tre år. Den midlertidige merudgift for staten svarer alene til omkostningerne ved overgangsordningen, idet de varige ordninger er udgiftsneutrale.

I det tilfælde, at eksternt finansiering ikke er politisk mulig eller ønskelig, har udvalget udarbejdet en sekundær model for en overgangsordning. Modellen er – modsat udvalgets primære anbefaling – udgiftsneutral i forhold til det nuværende støtteniveau for den direkte mediestøtte. Konsekvensen er, at udgifterne til overgangsordningen dækkes ved at reducere den bevilling, der er afsat til den nye, samlede grundstøttemodel. Finansieringen vil konkret ske ved at reducere bevillingen til grundstøttemodellen med maksimalt 20 mio. kr. i år 1, 13,3 mio. kr. i år 2 og 6,7 mio. kr. i år 3.



11.

Implementering af en ny medie- støtteordning

11. IMPLEMENTERING AF EN NY MEDIESTØTTEORDNING

11.1. anbefalinger som grundlag for en politisk proces

Med denne rapport har udvalget færdiggjort sit arbejde og fremlægger, i overensstemmelse med sit kommissorium, en række anbefalinger, der kan danne grundlag for de nødvendige politiske overvejelser om fremtidens mediestøtte. Udvalgets anbefalinger udgør et fagligt og principielt bud på en samlet, fremtidssikret model, men den endelige udformning af en ny mediestøtteordning er en politisk beslutning.

Implementeringen af en reform af mediestøtten er en omfattende proces, der strækker sig over flere år og involverer en række afgørende skridt efter afleveringen af denne rapport. Det er centralt for udvalget at understrege, at medieudviklingen fortsætter med uformindsket hast, og at de udfordringer, rapporten adresserer, kun vil blive mere presserende med tiden. Da den fulde implementering har en vis tidshorisont, anbefaler udvalget, at en reform af mediestøtten igangsættes hurtigst muligt for at sikre, at mediestøtten forbliver relevant og formålstjenstlig.

11.2. Forventet proces for implementering

Rejsen fra udvalgsanbefalinger til en fuldt implementeret ny mediestøtteordning indebærer flere faser. Nedenstående tidsplan er et skøn over de centrale milepæle i processen.

Politisk forhandling og lovgivning: Den nuværende mediaftale gælder for perioden 2023-2026. Det er forventningen, at udvalgets rapport vil indgå i de fremtidige politiske drøftelser om en ny mediestøtteordning. En eventuel politisk aftale herom vil efterfølgende skulle omsættes til et nyt lovgrundlag for mediestøtten, hvilket omfatter udarbejdelse af et lovforslag og tilhørende bekendtgørelser.

EU-notifikation og godkendelse: Da en ny mediestøtteordning udgør statsstøtte i EU-retlig forstand, skal den anmeldes til (notificeres) og godkendes af EU-Kommissionen, før der kan udbetales støtte. Denne proces kan erfaringsmæssigt tage op til et år og kan forløbe parallelt med den nationale lovgivningsproces.

På baggrund af disse skridt er det udvalgets samlede vurdering, at en ny mediestøtteordning tidligst kan forventes at træde i kraft den 1. januar 2028.

Den forventede tidshorisont giver mediebranchen en betydelig periode til at forberede sig på eventuelle ændringer. Medierne vil således allerede ved indgåelsen af en ny mediaftale kende de overordnede politiske rammer, hvilket giver tid og incitament til strategisk omstilling. Dette bør også indgå

i de politiske overvejelser om omfanget og varigheden af en eventuel overgangsordning.

Tidshorisonten understreger desuden vigtigheden af, at principperne for en ny ordning er robuste og fremtidssikre, så de kan håndtere de strukturelle forandringer, der vil ske i den mellemliggende periode.



12. Samlede anbefalinger

12. SAMLEDE ANBEFALINGER

12.1. En mediestøtte for fremtiden – til gavn for borgerne

Frie og uafhængige nyhedsmedier er en grundpille i ethvert demokrati. I mere end et årti har der været bred enighed om, at den direkte mediestøtte til medier i Danmark derfor i sin essens er demokratistøtte. Udvalget deler denne grundopfattelse. Mediestøtten bør være en strategisk investering i at sikre borgernes adgang til et alsidigt udbud af redigeret, journalistisk bearbejdet indhold fra en mangfoldighed af uafhængige publicistiske nyhedsmedier.

Mediestøtten er således til for borgernes skyld. Den er ikke erhvervsstøtte, en hævdevunden ret eller politisk bestemte almisser. Intet medie har krav på støtte, men alle medier, der varetager en publicistisk samfundsopgave, bør principielt kunne gøre sig fortjent til den.

Borgerperspektivet har derfor også været helt centralt i udvalgets arbejde. Danskerne skal både som medborgere, mediebrugere og skatteydere opleve, at mediestøtten er demokratisk funderet, tidssvarende og effektivt og transparent administreret.

Udvalget har i sit arbejde oversat dette udgangspunkt til tre enkle, grundlæggende forudsætninger, jf. *Boks 56*.

Boks 56

Borgerperspektiver på mediestøtten

Perspektiv	Princip	Formål
Medborger	Demokratisering	Mediestøtten skal være tilgængelig for flere forskellige slags nyhedsmedier, så flere borgere oplever, at mediestøtten også kommer dem til gavn.
Mediebruger	Fremtidssikring	Mediestøtten skal afspejle danskernes mediebrug og gives på baggrund af de omkostninger, der kræves for at nå borgerne i en moderne medievirkelighed.
Skatteyder	Forenkling	Mediestøtten skal ikke opretholde kunstige opdelinger mellem typer af medier, som danskerne ikke selv opererer med i deres dagligdag, men forenkles, så den også kan administreres mest effektivt.

Den nuværende mediestøtteordning har på mange måder tjent Danmark vel. Siden den seneste store reform i 2014 er ordningen dog ikke fulgt med tiden. Mediebranchen, teknologien og ikke mindst danskernes medievaner har ændret sig markant. Resultatet er en ordning, der i stigende grad fremstår forældet, kompleks og præget af ulige vilkår:

- **Forældet:** Kriterier baseret på tekst og traditionelle nyhedsmedieformater hæmmer innovation og udelukker nye digitale medieformer.
- **Kompleks:** Et voksende antal særskilte ordninger har skabt et uigennemskueligt system med forskellige og til tider inkonsistente regler for forskellige medietyper.
- **Ulige vilkår:** Favoriseringen af bestemte medieformer og historiske vilkår skaber ulige vilkår og risikerer at fastholde medier i urentable forretningsmodeller.

På den baggrund anbefaler Udvalg om fremtidens mediestøtte en gennemgribende og ambitiøs reform. Formålet er at erstatte den nuværende, overvejende *bevarende model* med en *muliggørende model*, der er fokuseret på at understøtte alle de former for publicisme, som borgerne har gavn af nu og vil få gavn af i fremtiden.

Udvalgets anbefalinger hviler på tre bærende principper:

1. **Demokratisering:** Støtten skal komme et bredere udsnit af medier og borgere til gode. Adgangsbarrierer for mindre, nye og lokale medier skal sænkes.
2. **Fremtidssikring:** Ordningen skal være fuldt ud platforms- og teknologineutral og afspejle de reelle omkostninger ved at drive et moderne mediehus. Det afgørende er den publicistiske funktion, ikke formatet.
3. **Forenkling:** De nuværende særordninger erstattes af én samlet, transparent grundmodel med klare og principielt begrundede kriterier, der gælder for alle.

12.2. En ny model for mediestøtten med to hovedanbefalinger

For at realisere visionen om en moderne demokratistøtte foreslår udvalget en ny model, der hviler på to ordninger:

1. **Én ny, samlet grundstøtteordning**, der sikrer en stabil, forudsigelig og fair støtte til produktion og formidling af publicistisk indhold.
2. **En moderniseret innovationsstøtte**, der fungerer som en risikovillig og fleksibel understøttelse af udvikling, eksperimenter og vækst blandt nyhedsmedier.

Tilsammen udgør de to ordninger et robust og fremtidssikret fundament for mediestøtten i Danmark.

12.3. Udvalgets centrale anbefalinger i hovedtræk

Udvalgets anbefalinger er opsummeret i *Boks 57*. De efterfølgende afsnit uddyber rationalet og detaljerne bag hver enkelt anbefaling.

Boks 57

Opsummering af udvalgets centrale anbefalinger

Principielle anbefalinger

- **Én samlet grundstøttemodel:** Afskaffelse af de nuværende særskilte ordninger (Hovedordningen, Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Magasinpuljen) og samling i én ny pulje. Det gør op med historisk betingede særregler og skaber lige vilkår for alle publicistiske medier. Det forenkler samtidig administrationen og øger gennemsigtigheden.
- **Fuld platformsneutralitet:** Støtten skal følge den publicistiske funktion, ikke format (tekst, lyd, billeder, video mv.) eller distributionsform.
- **Klare, principbaserede adgangskrav:** Kvantitative og platformsspecifikke krav (fx krav til andele af tekstindhold) fjernes. Der indføres i stedet et centralt krav om "publicistisk hovedformål" og krav om medieansvar og en redaktionel minimumsstørrelse. Det sikrer, at støtten målrettes publicistiske nyhedsmedier på titelniveau, der påtager sig et redaktionelt ansvar og arbejder ud fra anerkendte journalistiske principper.
- **Fokus på samlet alsidighed (fremfor omnibuskrav til det enkelte medie):** Kravet om, at det enkelte medie skal dække bredt, afskaffes. I stedet skal den samlede portefølje af støttede medier sikre alsidighed, hvilket åbner for støtte til nichemedier.
- **Ens loft for støtteintensitet:** Et ensartet loft på 35 pct. for hvor meget støtten kan udgøre af mediets redaktionelle omkostninger skal sikre, at ingen medier bliver afhængige af støtten. Støtteintensitetsloftet på 35 pct. er et maksimum og ikke en garanteret støtteprocent.

Praktiske anbefalinger

- **Lempeligere adgangskrav:** Kravet til redaktionelle årsværk sænkes fra tre til to (hvor freelancere og frivillige delvist kan medregnes), hvilket åbner for mindre og nye medier.
- **Moderniseret støttegrundlag:** Definitionen af "redaktionelle omkostninger" udvides til at omfatte både redaktionel produktion og formidling, så begge anerkendes som en del af den publicistiske kerneopgave. Omkostninger til kompetenceudvikling kan ligeledes indgå for at understøtte den nødvendige udvikling og omstilling. For at anerkende nødvendige indirekte redaktionelle omkostninger forbundet med mediernes publicistiske kerneopgave suppleres det udvidede støtteudmålingsgrundlag desuden med et fast tillæg på 10 pct.
- **Målrettet prioritering:** Lokale/regionale medier og fritstående medier styrkes via (a) et forhøjet titelloft og (b) vægtning af deres redaktionelle omkostninger (halvanden gang højere end for øvrige medier). Det er en klar prioritering, der styrker den lokale demokratiske infrastruktur og mediepluralismen uden for de store koncerner. For at modvirke uhensigtsmæssige barrierer for entreprenørskab og innovation gives den første titel ("1. titel") i en mediekoncern ligeledes en vægtning på faktor 1,5 (dog uden et særskilt forhøjet titelloft).
- **Fjernelse af koncernloft:** Det nuværende koncernloft på 90 mio. kr. afskaffes for at undgå at hæmme forretningsmæssigt fornuftige konsolideringer og for at forhindre ulige vilkår mellem nationale og udenlandske aktører.
- **Løbende regulering af titellofter:** For at sikre, at værdien af titellofterne ikke udhules over tid, anbefales det, at de årligt PL-reguleres.
- **Styrket innovationsstøtte:** Bevillingen øges, og adgangskravene lempes (fx lavere krav til egenfinansiering) for at fremme vækstlaget. Fokus er på øget fleksibilitet, større risikovillighed, fremme af samarbejder, og styrket vejledningsindsats.

Implementering

- **Anbefaling om overgangsordning:** For at sikre en blød landing for medier, der taber støtte, anbefales en 3-årig overgangsordning, som finansieres af eksterne midler.

Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.

12.4. Anbefaling 1: En ny samlet grundstøtteordning

Udvalget anbefaler at afskaffe de nuværende særskilte ordninger – Hovedordningen, Supplementsordningen, Ugeavispuljen og Magasinpuljen – og erstatte dem med én fælles grundstøtteordning.

12.4.1. Ordningens principper og adgangskriterier

Den nye ordning bygger på en række grundlæggende principper: Støtten ydes på titelniveau til redigerede nyhedsmedier, der påtager sig et medieansvar. Den er fuldt ud platformsneutral, og adgangskravene er ens for alle.

For at sikre, at støtten målrettes den publicistiske kerneopgave, skal et medie leve op til otte klare adgangskriterier:

1. **Selvstændighed og ansvar:** Mediet skal være et selvstændigt medie med egen titel, ansvarshavende chefredaktør og være omfattet af medieansvarsloven.
2. **Uafhængighed:** Mediet skal være uafhængigt af interesser, der måtte stride mod redaktionel og kommerciel frihed, herunder en fri og kritisk nyhedsformidling.
3. **Redaktionelle ressourcer:** Mediet skal have selvstændige redaktionelle ressourcer og en redaktion bestående af minimum to redaktionelle årsværk. I opgørelsen kan op til et halvt redaktionelt årsværk udgøres af freelancere eller frivillige.
4. **Målgruppe:** Mediet skal henvende sig til en dansk målgruppe og en videre kreds af brugere.
5. **Aktualitet:** Mediet skal producere og formidle aktuelt indhold.
6. **Regelmæssighed:** Mediet skal udkomme regelmæssigt.
7. **Tilgængelighed:** Mediet skal være selvstændigt tilgængeligt for alle, evt. mod betaling
8. **Publicistisk hovedformål:** Mediet skal have publicistisk virksomhed som sit hovedformål.

Et væsentligt tiltag er desuden, at der ikke er et krav om omnibus-dækning. Det enkelte medie skal ikke dække et bredt emneområde. I stedet skal den samlede portefølje af støttede medier sikre alsidigheden, hvilket åbner døren for vigtige niche- og fagmedier.

12.4.2. Støttens udmåling – et moderniseret grundlag

Udvalget anbefaler at fastholde princippet om, at støtten udmåles på baggrund af mediets *redaktionelle omkostninger*. For at fremtidssikre ordningen anbefales det dog at modernisere definitionen af, hvad der kan medregnes.

Den nye definition anerkender, at den publicistiske kerneopgave i en digital tidsalder omfatter både produktion og formidling. Derfor skal følgende også kunne indgå i støttegrundlaget:

- **Udvidelse af personalekategorier:** Lønomkostninger til medarbejdere, herunder i digitale funktioner, hvis arbejde er tæt integreret med den redaktionelle proces, produktion og formidling af publicistisk indhold.
- **Kompetenceudvikling:** Dokumenterbare omkostninger til relevant efteruddannelse og opkvalificering af medarbejdere.
- **Fast tillæg for indirekte redaktionelle omkostninger:** Et fast tillæg på 10 pct. af de (udvidede) redaktionelle omkostninger, som et overhead-tillæg direkte knyttet til mediernes publicistiske kerneopgave.

12.4.3. Støttens beregning – mekanismer for fordeling

For at sikre en fordeling, der understøtter ordningens formål og prioriteter, anbefaler udvalget en række støttefordelingsmekanismer:

- **Ens loft for støtteintensitet:** For at sikre mediernes uafhængighed og en betydelig egenfinansiering anbefaler udvalget et ensartet loft på maksimalt 35 pct. af et medies støtteberettigede omkostninger.
- **Måltrettet prioritering via vægtning og differentierede titellofter:**
 - **Vægtning:** For yderligere at styrke den demokratiske infrastruktur og mediepluralismen tildeles redaktionelle omkostninger for lokale/regionale medier, fritstående medier samt "1. titel" i en mediekoncern en faktor 1,5 i beregningen af deres støttegrundlag.
 - **Titellofter:** Der indføres et generelt titelloft på 12,5 mio. kr. årligt. For lokale/regionale medier og fritstående medier er titelloftet dog forhøjet til 18,75 mio. kr. årligt (halvanden gang højere).
- **Intet koncernloft:** Der anbefales ikke et koncernloft. Et koncernloft vurderes at være et ufleksibelt redskab, der kan hæmme fornuftige konsolideringer. Støttekoncentration modvirkes i stedet mere måltrettet og effektivt gennem de differentierede titellofter og vægtninger, idet udvalget anerkender, at den endelige balance mellem at styrke fritstående medier og undgå at hæmme konsolidering er en politisk afvejning.

Udvalget understreger, at mens den overordnede, forenklede struktur og de grundlæggende principper er kernen i udvalgets anbefalinger, er de specifikke satser for titellofter og vægtningsfaktorer i sidste ende et politisk spørgsmål, der afhænger af hvad man ønsker at prioritere. Af hensyn til mediestøttens effektivitet og legitimitet anbefaler udvalget meget stærkt, at man fastholder fælles adgangskriterier, et ensartet loft for støtteintensitet og antal årsværk, og et minimum af særordninger og særlige prioriteringer.

12.5. Anbefaling 2: En moderniseret innovationsstøtte

Udvalget anbefaler at bevare og styrke innovationsstøtten som en særskilt ordning, der skal fremme udvikling og nye initiativer. For at øge ordningens effekt anbefales en række justeringer:

- **Øget fleksibilitet og risikovillighed:** Kravet til egenfinansiering lempes markant, og kravet til økonomisk selv bærende medier afskaffes for at sænke adgangsbarriererne, især for nye og små aktører.

- **Samarbejde og partnerskaber:** Det gøres lettere at søge støtte til projekter, der involverer partnere, herunder uden for nyhedsmediebranchen, fx teknologivirksomheder og forskningsinstitutioner.
- **Styrket vejledningsindsats:** Den økonomiske støtte suppleres med bedre adgang til sparring og vejledning for at styrke projekternes bæredygtighed.

12.6. Konsekvenser af den anbefalede reform

Udvalgets forslag vil understøtte en mangfoldighed af publicistiske nyhedsmedier. Reformen investerer direkte i mediepluralismen ved at åbne for mindre, nye, niche- og lokale medier. Samtidig sikrer den fulde platformsneutralitet, at nye medieformer kan opnå støtte på lige fod med traditionelle nyhedsmedier.

Fordi udvalgets forslag er en gennemgribende og ambitiøs reform, vil den nødvendigvis også medføre en omfordeling af støttemidlerne. De forventede overordnede konsekvenser for de enkelte mediegrupper fremgår af *Boks 58*. Forventningerne er baseret på modelberegninger fokuseret på forskellige mediegrupper – fordi udvalget mener, at mediestøtten skal tilrettelægges som demokratistøtte med borgerne i centrum, har udvalget ikke fokuseret på individuelle modtagere. I nedenstående tages der forbehold for, at den endelige støtteudmåling i en ny ordning vil afhænge af en række forhold, fx den samlede bevilling, antallet af ansøgere, nye medier i ordningen mv. Der tages endvidere forbehold for, at nedenfor skitserede konsekvenser beskriver den forventede omfordeling, når den nye grundstøttemodel er fuldt indfasat og således ikke tager højde for effekten af den anbefalede, midlertidige overgangsordning.

Boks 58

Forventede konsekvenser for mediegrupper ved udvalgets anbefalede model

- **Store landsdækkende nyhedsmedier:** Forventes et relativt uændret støtteniveau, da de med høje redaktionelle omkostninger fortsat forventes at nå det generelle titelloft på 12,5 mio. kr.
- **Mindre landsdækkende dagblade:** Vil i flere tilfælde nyde godt af den nye ordnings prioritering af fritstående titler, men må alligevel forventes at opleve et fald i støtten. Disse medier er i dag de primære modtagere af Supplementsordningen, og afskaffelsen heraf vil medføre en betydelig nedgang.
- **Digitale landsdækkende omnibusmedier:** Forventes et stabilt eller potentielt stigende støtteniveau. Disse medier vil ikke blive ramt af afskaffelsen af særordninger, vil i nogle tilfælde nyde godt af særlig støtte til fritstående titler, og vil samtidig kunne drage fordel af den moderniserede definition af redaktionelle omkostninger.
- **Niche- og fagorienterede medier:** Forventes samlet set en markant fremgang. Medier i denne gruppe, som i dag er udelukket fra støtte på grund af årsværks- eller omnibuskrav, vil potentielt kunne kvalificere sig. Da en stor del af disse medier er fritstående, vil de yderligere blive tilgodeset af de nye mekanismer med vægtning af omkostninger, en moderniseret definition af redaktionelle omkostninger og et forhøjet titelloft.
- **Regionale og lokale nyhedsmedier:** Forventes en markant stigning i den samlede støtte. Som en klar prioritering i den nye model vil disse medier blive tilgodeset af både et forhøjet titelloft og en vægtning af deres redaktionelle omkostninger.
- **Ugeaviser:** Mange af de nuværende modtagere vil nyde godt af prioriteringen af regionale og lokale nyhedsmedier, men mediegruppen forventes samlet set at opleve et markant fald i støtten. Faldet skyldes to afgørende faktorer: For det første vil mange nuværende modtagere – især ugeaviser drevet af store koncerner med begrænset redaktionel bemanning pr. titel – ikke opfylde minimumskravet om to redaktionelle årsværk og dermed miste deres støtteberettigelse, medmindre de konsoliderer ressourcer eller øger den redaktionelle bemanning. For det andet vil reduktionen af støtteintensitetsloftet til 35 pct. begrænse tilskuddet for de medier, der fortsat kvalificerer sig. Samlet set forventes den principielle fordel ved at tilhøre en prioriteret gruppe ikke at opveje konsekvenserne af de nye krav for denne mediegruppe.
- **Magasiner:** Forventes en differentieret effekt med et mindre fald samlet set. De titler, der ikke kan leve op til det skærpede krav om et publicistisk hovedformål, vil miste støtten. Omvendt kan de magasiner, der kvalificerer sig, potentielt opnå væsentligt højere støtte end i dag, da de ikke længere er underlagt Magasinpuljens lavere lofter.

Kilde: Udvalg om fremtidens mediestøtte.

12.7. Overvejelser om alternative modeller

Udvalget har grundigt analyseret en række alternative støttemodeller, som potentielt kunne supplere eller erstatte de anbefalede ordninger.

En række modeller er blevet fravalgt, da de ikke vurderes at være forenelige med udvalgets grundlæggende principper. Det gælder blandt andet efterspørgselsbaserede modeller (fx skattefradrag for abonnementer), støtte baseret på rækkevidde (reach) og direkte distributionsstøtte. Disse modeller vurderes enten at have en uacceptabel social slagside, at belønne kvantitet over kvalitet på bekostning af dybdegående journalistik, eller at hæmme den nødvendige digitale omstilling.

Derudover peger udvalget på tre initiativer, som har et potentiale, men som falder uden for rammerne af den direkte mediestøtte. Udvalget anbefaler, at disse bliver genstand for særskilt politisk overvejelse i andet regi:

- **Undersøgelse af skattefradrag ved annoncering:** Et forhøjet skattefradrag for annoncering i publicistiske nyhedsmedier har potentiale til at styrke mediernes annonceindtægter, men er forbundet med betydelige skattetekniske og EU-retlige usikkerheder, der kræver særskilt udredning.
- **Samlet udredning af nultoms og lønsumsafgift:** Nultomsordningen udgør en betydelig indirekte støtte, men dens nuværende indretning er baseret på forældede kriterier. Der anbefales en grundig udredning af, hvordan ordningen kan moderniseres i tråd med principperne om platformsneutralitet.
- **Etablering af en særskilt finansieret samarbejdsenhed:** En enhed til at styrke den fælles journalistiske infrastruktur (fx via fælles research og data) har stort potentiale, men bør etableres som et særskilt initiativ med egen finansiering.

12.8. Anbefaling om overgangsordning

En reform af denne skala vil medføre en betydelig omfordeling af støttemidler. For at sikre en forudsigelig og stabil overgang for de medier, der står til at opleve et markant fald i deres støtte, opfordrer udvalget til, at der etableres en generøs, men klart tidsbegrænset, overgangsordning for tre år (og ikke længere).

Det er dog en central anbefaling fra udvalget, at en sådan ordning finansieres af nye, eksterne midler. At finansiere den ved at reducere bevillingen til den nye grundstøtteordning ville underminere og forsinke reformens formål fra start.

Udvalget estimerer det økonomiske behov for en fuldt, eksternt finansieret overgangsordning til at udgøre ca. 100 mio. kr. over den treårige periode. Med en sådan ordning forventes støttenedgangen i det første år at kunne begrænses til ca. 5-8 pct. for de fleste berørte medier, der fortsat kvalificerer sig til mediestøtte. Støttenedgangen i det første år for medier, som ikke opfylder adgangskriterierne i den nye grundmodel, estimeres til ca. 25 pct.

Såfremt dette ikke er politisk muligt, har udvalget som et alternativ skitseret en mere begrænset, internt finansieret minimumsmodel for overgangsstøtte. Denne model indeholder en række supplerende parametre, der er designet til at begrænse udgiften og dermed minimere den negative påvirkning på den nye grundstøtteordning. Modellen estimeres til ca. 40 mio. kr. over tre år. Konsekvensen vil dog være, at støttenedgangen i det første år for de fleste berørte titler, der fortsat kvalificerer sig til mediestøtte, vil være omkring 12-13 pct., men for enkelte medier kan nå op til 27 pct. Dertil kommer, at medier, der ikke kvalificerer sig til den nye grundstøtteordning, heller ikke vil være omfattet af overgangsordningen.

Udvalget kan ikke anbefale modellen, fordi den som enhver overgangsordning finansieret fra en fast ramme vil ske på bekostning af den nye ordning, men ser den som den mindst ringe løsning, såfremt der ikke er politisk vilje til at finde finansiering til en overgangsordning.

Det samlede økonomiske spænd for en overgangsordning ligger således mellem 40-100 mio. kr. afhængigt af den valgte model. For begge modeller dækker beløbet en treårig, lineær aftrapning af støtten, hvor den største udgift ligger i det første år.

12.9. Afslutning

Udvalgets samlede anbefalinger udgør et bud på en sammenhængende, principiel og fremtidssikret mediestøtte. En reform, der flytter fokus fra at bevare fortidens strukturer til at muliggøre fremtidens publicisme.

Ved at forenkle mediestøtteordningen, sikre lige vilkår og målrette støtten mod den publicistiske kerneopgave – uanset platform – investeres der i en robust og mangfoldig demokratisk infrastruktur. Som foreslået her kan mediestøtten understøtte både dagligdagens publicistiske værdi og morgendagens medieinnovation, der hvor det opstår – i mødet med borgeren – uden at man fra politisk hold skal forholde sig til (eller kan blande sig i) detaljerne.

Det er udvalgets håb, at udvalgets arbejde kan danne et solidt grundlag for den kommende politiske og folkelige debat om fremtidens mediestøtte, og at debatten vil fastholde fokus på mediestøtten som en afgørende investering i vores demokrati, der altid er og forbliver til gavn for borgerne.

UDVALG OM

**FREMTIDENS
MEDIESTØTTE**