Handbogsreol 2

Betænkning om de trykte mediers økonomi og beskæftigelse

DET JURIDISKE LABORATORIUM VED KØBENHAVNS UNIVERSITET
22.475 c
ex 2

Mediekommissionens betænkning nr. 3

Betænkning nr. 972

1983

INDHOLD

Forord 3
Kapitel 1: Indledning og resumé 5
Kapitel 2: Pressemønsterets udvikling 11
Kapitel 3: Læserne 23
Kapitel 4: Muligheder og erfaringer ved etablering af nye blade 32
Kapitel 5: De trykte mediers økonomi og beskæftigelse 40
Kapitel 6: Eksisterende pressestøtteordninger 57
Kapitel 7: Kommissionens overvejelser 80
Kapitel 8: Kommissionens forslag 108
Bilag 118

ISBN 87-503-4419-6
Sn 00-66 bet.
Aarhuus Stiftsbogtrykkerie

Forord

Denne delbetænkning om de trykte mediers økonomi og beskæftigelsesforhold er Mediekommissionens betænkning nr. 3. Mediekommissionen er nedsat den 11. marts 1980, og dens opgave er at foretage en samlet vurdering af udviklingen inden for massemedieområdet og at belyse konsekvenserne heraf. I lyset af denne vurdering skal kommissionen skabe grundlag for formuleringen af en fælles offentlig mediepolitik.

Som det vil fremgå af denne betænknings indhold er der flere konkrete grunde til, at Mediekommissionen nu fremlægger en delbetænkning om de trykte medier med hovedvægten på de økonomiske problemer. Betænkningen har derfor med hensigt fået et begrænset sigte, og den dækker kun en del af de problemer, der er opregnet i kommissionens arbejdsprogram, som blev vedtaget den 17. juni 1981.

Det betyder, at Mediekommissionen ikke med denne betænkning er færdig med de trykte mediers problemer. I betænkningen er omtalt en række spørgsmål, der er udskudt til senere behandling. Men de er kun en del af de problemer, der står tilbage, før arbejdsprogrammets ramme er fyldt ud.

Kommissionen er opmærksom på, at de trykte medier må betragtes mere indgående både i deres indbyrdes forhold og i forhold til andre medier, specielt de elektroniske. Samtidig sker der en fortsat udvikling på hele medieområdet, som man må søge at tage hensyn til. Desuden er der brug for en analyse af de fremtidige udviklingsperspektiver i en mediepolitisk sammenhæng.

Dele af dette videre arbejde er allerede sat i gang i kommissionens Perspektivudvalg og skal løbende følges op i sektorudvalgene, herunder også i kommissionens Presseudvalg. Målet er at samle trådene fra de delbetænkninger, Mediekommissionen løbende afleverer, i en afsluttende samlet mediepolitisk helhed. Derfor er der ikke i denne, så lidt som i de tidligere afgivne delbetænkninger, lagt op til beslutninger, som afgørende vil begrænse mulighederne for en sammenhængende analyse af de danske mediepolitiske problemer.

Det betyder, at kommissionen fortsætter sit arbejde med de trykte medier og med denne mediegruppes relation til andre medieområder. I denne fase har man imidlertid valgt at fremlægge en analyse af en række akutte økonomiske problemer og pege på muligheder for i et vist omfang at afhjælpe dem.

Betænkningen giver en beskrivelse af problemerne på basis af det materiale, Mediekommissionen har været i stand til at indsamle. Den gengiver medlemmernes vurdering heraf, og den fremlægger de anbefalinger, medlemmerne mener at kunne give i den foreliggende situation.

Der er forståeligt nok ikke i kommissionen enighed om, hvilke veje man bør gå. Men der er fremlagt overvejelser og anvist muligheder, som kommissionen mener, det vil være af værdi at lade indgå i de beslutninger, der skal tages på områder, der har indflydelse på den trykte presses vilkår.

Ved afgivelsen af betænkningen er der grund til at takke de institutioner, organisationer og enkeltpersoner, der har bistået Mediekommissionen med indsamling af materiale og på anden måde har bidraget til betænkningens indhold.

København, den 9.december 1982.

H.P.Clausen

/A. Lund-Sørensen

Kapitel 1: Indledning og resumé

1.1 Præcisering af arbejdsopgaverne

Mediekommissionens program for arbejdet med de trykte mediers problemer blev vedtaget på et kommissionsmøde den 17. juni 1981. Det er opdelt i fem hovedafsnit, der hver angiver en række af de problemer, man vil behandle i kommissionsarbejdet. Kommissionens faste sektorudvalg, Udvalget vedr. trykte medier *(Presseudvalget),* indledte dette arbejde med at nedsætte fem arbejdsgrupper, som skulle dække følgende områder:

- Økonomi og beskæftigelse.
- Udenlandske støtteordninger.
- Økonomiske problemer ved oprettelsen af nye blade.
- Læserne.
- Virkningerne af konflikterne i den grafiske branche i foråret 1981.

Grupperne skulle hver for sig bearbejde et udsnit af arbejdsprogrammets problemområder.

Den her foreliggende betænkning bygger i stor udstrækning på det arbejde, der er udført af disse arbejdsgrupper. Presseudvalget har løbende behandlet interne rapporter fra arbejdsgrupperne, og betænkningen er et resultat af dette arbejde med rapporterne. Denne behandling har bestemt, i hvilken udstrækning og med hvilken vægt resultaterne af arbejdsgruppernes arbejde indgår i den følgende fremstilling.

Et samlet betænkningsudkast er i efteråret 1982 behandlet i Mediekommissionens tre faste sektorudvalg og færdiggjort på et møde i den samlede kommission den 25. november 1982.

Men samtidig er betænkningens indhold og målsætning bestemt af nogle konkrete udgangspunkter, der har gjort det rimeligt, at kommissionen fremlægger de efterfølgende synspunkter på indeværende tidspunkt.

Loven om Dagspressens Finansieringsinstitut skal revideres i folketingssamlingen 1982/83. Ved folketingets behandling af et forslag fra SF til folketingsbeslutning om statsstøtte til trykte medier den 7. maj 1981 meddelte statsministeren desuden i forståelse med Mediekommissionens formand, at kommissionen ville komme med et pressepolitisk udspil i løbet af 1982.

Dette har fastlagt tidspunktet for fremlæggelsen af denne delbetænkning, og det har i et vist omfang afgrænset de emner, der er taget op. Dertil kommer, at den betænkning, der i 1980 blev afgivet af Udvalget om Dagspressens Distributionsproblemer (bet. 911/1980) er videregivet til Mediekommissionen. Da distributionsudgiften er en væsentlig faktor i de trykte mediers økonomi, har det været rimeligt at drage denne betænkning ind i drøftelsen af den trykte presses økonomi.

I *kapitel 7.1,* s. 80f, er afgrænsningen af denne delbetænknings emneområde drøftet mere indgående. Her skal kun nævnes, at betænkningen først og fremmest koncentrerer sig om spørgsmål, som det er rimeligt at tage op i forbindelse med en behandling af loven om Dagspressens Finansieringsinstitut. Det vil først og fremmest sige de trykte mediers struktur, økonomi og beskæftigelse.

Det vil være klart for de fleste, at der er sket forskydninger i mønsteret for de trykte medier i de sidste 10 år, og at flere af mediegrupperne arbejder under særdeles vanskelige økonomiske vilkår. Det har derfor været rimeligt at fremlægge en analyse af netop disse problemer så hurtigt som muligt og pege på nogle af de foranstaltninger på dette område, som kommissionen finder det hensigtsmæssigt at tage op i forbindelse med lovgivningen om Dagspressens Finansieringsinstitut.

Derfor er hovedvægten i denne første delbetænkning om de trykte medier lagt på gennem-

gangen af mediernes økonomi, men der er også taget materiale med om pressemønsterets udvikling, læserne og om de pressestøtteordninger, der findes herhjemme og i udlandet. På denne baggrund har kommissionens overvejelser fundet sted, og på denne baggrund hviler dens anbefalinger.

1.2 Afgrænsning af mediegrupperne

I Mediekommissionens kommissorium er det fastlagt, at kommissionen skal behandle alle de trykte medier med undtagelse af bøger. Da Presseudvalget udarbejdede kommissionens arbejdsprogram vedrørende de trykte medier, søgte udvalget at systematisere dette medieområde. Man foretog en inddeling af de trykte medier på hoved- og undergrupper og udsondrede en række hovedgrupper.

Denne opdeling er foretaget for at lette overskueligheden over kommissionens behandling af de trykte medier og for at give en kort karakteristik af de enkelte grupper af medier, man normalt taler om. Det er disse mediers økonomiske problemer, der vil blive beskrevet og analyseret i denne betænkning.

I det følgende gengives stikordsmæssigt den opdeling, der er anvendt.

Dagblade

Denne gruppe omfatter periodiske publikationer med almen nyhedsformidling, typisk med økonomien hvilende på avissalget, enten i abonnement eller i løssalg samt på annonceindtægter. Udgivelsesfrekvensen kan veksle, og kommissionen har ikke i alle tilfælde fundet det tilstrækkeligt at arbejde med et alt for snævert kriterium på udgivelseshyppighed.

Man har derfor, som det vil fremgå af de følgende kapitler, opereret med begrebet *'dagbladslignende publikationer'*. Hermed er tilstræbt en indholdsmæssig afgrænsning af dagbladsbegrebet uden tæt tilknytning til publikationshyppighed og tryk, papirkvalitet, layout etc.

Med dagbladslignende publikationer sigtes til publikationer, hvis hovedindhold er aktuelt nyhedsstof, der kommenterer eller uddyber emner, der har været aktuelle siden sidste udgivelse. De henvender sig til en bred (almen) kreds af læsere og behandler endvidere et bredt emneområde.

Distriktsblade

Er husstandsomdelte, gratis, periodiske publikationer, der har et begrænset, men varierende stof. Økonomien hvilker så godt om udelukkende på annonceindholdet.

Fagblade/tidsskrifter

Til denne gruppe hører periodiske publikationer, der henvender sig til målgrupper med fælles faglige og/eller økonomiske eller andre selektive interesser. Grænsen mellem fagblade og tidsskrifter kan være flydende. Tidsskriftkarakteren er tydeligst i publikationer med et alment indhold, der adskiller dem fra de mere snævert fagligt orienterede fagblade.

Ugeblade

Til denne gruppe regnes ugentlige publikationer med information og underholdning rettet primært mod enten familien eller det/de enkelte familiemedlem/mer.

Magasinblade

Gruppen omfatter publikationer af underholdende og/eller informativt tilsnit med lavere udgivelseshyppighed end ugebladene, ofte med et afgrænset emnemæssigt indhold.

Årbøger, handelskalendere m.v.

Der er her tale om publikationer, der udgives med et interval på mindst et år, indeholdende en række faktiske oplysninger.

Tryksager

Hertil regnes selvstændige publikationer med et bestemt kommercielt/ikke-kommercielt holdningspåvirkende sigte.

De enkelte hovedgrupper kan igen inddeles på undergrupper, hvor kriterierne er funktionelle.

1.3 Skematisk oversigt over det samlede pressebillede

Mangfoldigheden i den trykte presse er vist i den følgende oversigt. Her er der for overskuelighedens skyld vist eksempler på de forskellige bladtyper. Det vil forhåbentlig bidrage til at give et indtryk af de typer af trykte publikationer, denne betænkning behandler.

Dagblade

Hverdagsudgaver

Landsdækkende/ Landsdistribuerede	Abonnementssalg *Aktuelt* *Berlingske Tidende* *Politiken* *Jyllandsposten* *Information* *Land og Folk* *Kristeligt Dagblad* *Børsen* Løssalg *BT* *Ekstra Bladet*
Lokale/regionale	*Ex.:* *Kjerteminde Avis* *Frederiksborg Amts Avis*
Udenlandske dagblade	
Uegentlige dagblade	*Ex.:* *Licitation* *Erhvervsbladet* *Statstidende*

Søndagsudgaver

Landsdækkende/ Landsdistribuerede	*Berlingske Tidende* *Politiken* *Aktuelt* *Jyllandsposten*
Lokale/regionale	*Ex.:* *Vendsyssel Tidende* *Aalborg Stiftstidende*

Andre nyheds- og opinionsblade

Landsdækkende/ Landsdistribuerede	*Weekendavisen*)* *Politiken Weekly*
Lokale/regionale	*Politisk Revy* *København*

Distriktsblade

Lokale	Redaktionelt med eller uden hverdagsdagbladskarakter
Regionsdistriktsblade	Redaktionelt med eller uden søndagsdagbladskarakter

*) Er af Dansk Oplagskontrol placeret sammen med søndagsudgaver

Fagblade/tidsskrifter

Erhvervsinteresseorganisationsblade

»Rene«	*Ex.:* *Arbejdsgiveren* *Hotel og Restaurant*
Tillige fagtidsskrifter	*Ex.:* *Ugeskrift for læger* *Ugeskrift for jordbrug*

Andre interesse- og hobbyorganisationsblade

Er ikke underinddelt	*Ex.:* *Arte Nyt* *Hørelsen* *Sportsfiskeren*

Andre fagorienterende blade

Fagtidsskrifter	Erhvervsrelaterede *Ex.:* *Byggeri* *Effektivt Landbrug* Kulturelle *Ex.:* *Kunstavisen* *Bogens Verden* Videnskabelige *Ex.:* *Forskningen og Samfundet* *NEUCC nyt*
Politisk/alment samfundsmæssige	*Ny politik* *Vejen Frem*
Hobby/fritid	Specialmagasiner *Ex.:* *Alt om Sport* *Populær Radio* *Foto* Andre *Ex.:* *Camping* *Hunden* *Havebladet* *Haven*

Ugeblade

Familieugeblade	*Dansk Familieblad* *Familie-Journalen* *Hjemmet* *Søndags B.T.* *Ude og Hjemme*
»Dame«-ugeblade	*Alt for Damerne* *Femina* *Hendes Verden*
»Mands«-ugeblade	*Ugens Rapport*
Ungdomsblade	p.t. ingen
Billed- og programugeblade	*Billed Bladet* *Se og Hør*

Magasinblade

Ungdomsblade	*Ex.: Vi unge*
Novelleblade	*Ex.: Mit livs novelle*
Generelle magasiner	*Ex.: Det Bedste*
Specielle magasiner	*Ex.:* *Bo bedre* *Skønne Hjem* *Bilen og båden*
Sex- og pornoblade	periodiske »One shot«
Tegneserieblade og -hæfter	periodiske aperiodiske

Årbøger, handelskalendere m.v.

Ikke underinddelt

Tryksager

Kommercielle	fra: producent grossist detaillist
Ikke-kommercielle	fra: stat og kommuner politiske organisationer religiøse organisationer andre organisationer

Beskrivelsen af det samlede pressebillede og den foretagne inddeling indeholder ikke nogen prioritering af de pågældende grupper. Som det vil fremgå af det følgende, har man af bl.a. datamæssige hensyn været nødsaget til at fravige denne totalinddeling, og af praktiske grunde har det ikke været muligt under arbejdet at trænge lige langt til bunds i hver enkelt undergruppes særlige økonomiske og beskæftigelsesmæssige vilkår.

1.4 Resumé

I *kapitel 2* om pressemønsteret redegøres der kort for udviklingen frem til 1982 inden for følgende hovedgrupper af trykte medier: Dagblade, distriktsblade, fagpressen, magasinpressen og reklametryk. For hver bladgruppes vedkommende refereres desuden en række resultater fra et igangværende prognosearbejde.

Kapitel 3 omfatter en gennemgang af de tilgængelige data om læsningen af de forskellige grupper af trykte medier.

I *kapitel 4* refereres hovedresultaterne fra en af Presseudvalget gennemført undersøgelse af de seneste 10-15 års erfaringer ved etableringen af nye blade. Der skelnes mellem egentlige dagblade og dagbladslignende publikationer.

De trykte mediers økonomi og beskæftigelse behandles i *kapitel 5.* Bladøkonomien beskrives såvel samlet, dvs. for hele den trykte presse, som for de enkelte hovedgrupper, jfr. grupperingen i kapitel 2.

I *kapitel 6* beskrives de eksisterende pressestøtteordninger i udlandet og i Danmark. For de danske ordningers vedkommende afrundes kapitlet med en analyse af værdien af disse ordninger for de pågældende bladgrupper.

Kommissionens overvejelser er samlet i *kapitel 7.* Kapitlet afspejler den debat, der har været ført i alle led af kommissionens behandling af betænkningen og dens enkelte dele, dvs. i sektorudvalgene og i kommissionen som helhed. Samtidig er kapitlet opbygget, så det reflekterer diskussionen af de forskellige forslag, som fremsættes i kapitel 8.

Kommissionens anbefalinger er som nævnt samlet i *kapitel 8.* Et flertal af kommissionens medlemmer på 43 medlemmer står bag et samlet pressepolitisk udspil, bestående af følgende elementer:

1. Fortsat støtte til investeringsformål.
2. Støtte til etablering af en nødhjælpsordning.
3. Støtte til planlægning og etablering af nye blade.
4. Fortsat momsfritagelse for bladenes indtægter ved bladsalget.
5. Distributionsstøtte.
6. Sikring af den nødvendige strukturrationalisering.

Mens der for de fem første deles vedkommende fremlægges egentlige løsningsforslag, er det sidste element mere tværgående og søgt indbygget i de øvrige forslag. Inden for rammerne af det samlede udspil har flertallet på enkelte punkter (vedrørende administrationen af den foreslåede planlægnings- og etableringsstøtte og med hensyn til en udvidelse af den indirekte distributionsstøtte) delt sig.

De medlemmer, som ikke kan tilslutte sig flertallets samlede udspil, har med forskellige begrundelser fordelt sig på 3 forskellige mindretal, bestående af henholdsvis 11, 6 og 1 medlemmer.

Ud over en stillingtagen til det samlede pressepolitiske udspil indeholder betænkningen tre supplerende forslag vedrørende spørgsmål, som ikke er omfattet af det samlede pressepolitiske udspil.

Det første, om annoncekompensation for abonnementsaviser, fremsættes af et mindretal. Et andet mindretal anbefaler dette problems behandling i kommissionen inddraget i det videre arbejde, mens et tredie mindretal tager afstand fra forslaget.

Det andet forslag, fremsat af et mindretal, går ud på, at der indføres en ordning, hvorefter den trykte presse pålægges oplysningspligt om regnskabsforhold, ejerforhold rn.v.

Det tredie forslag, ligeledes fremsat af et mindretal, vedrører støtte til ekstra-aviser, der distribueres som følgeblade til de pågældende dagblades læsere.

Kapitel 2: Pressemønsterets udvikling

Indledning

I dette kapitel redegøres kort for udviklingen frem til 1982 inden for følgende hovedgrupper aftrykte medier: Dagblade, distriktsblade, fagpressen, magasinpressen, reklametryk.

Hensigten er at give en art statusbeskrivelse med hensyn til antal blade, oplag og struktur. Desuden vil der for hver bladgruppes vedkommende blive refereret en røkke resultater fra den grafiske branches prognoseudvalgs*) arbejde med den fremtidige efterspørgsel efter de forskellige typer af trykte medier.

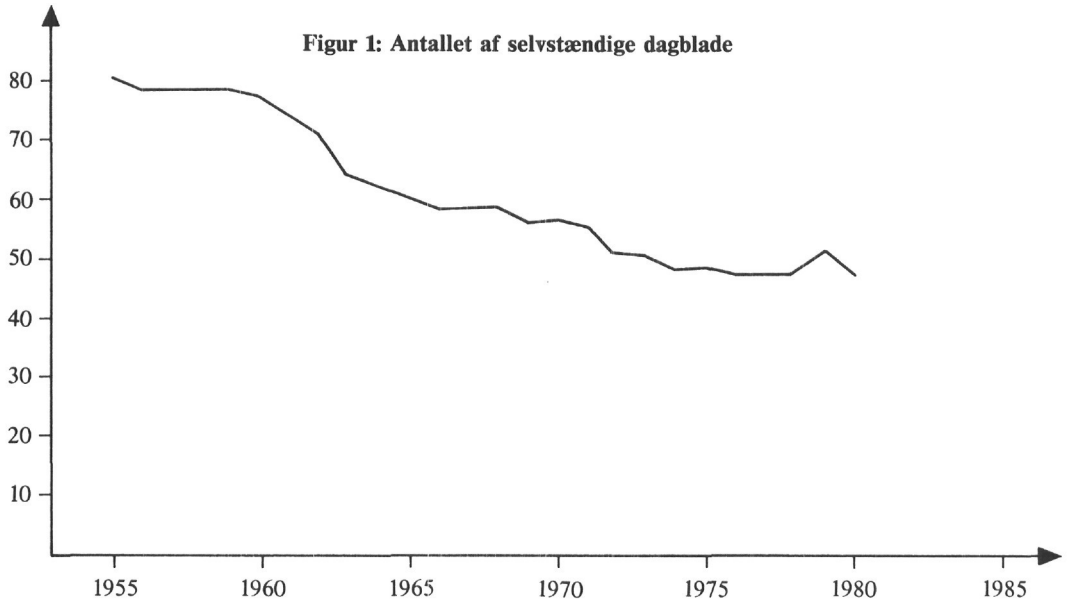
2.1 Dagbladene

Antallet af dagblade er faldet kraftigt siden 2. verdenskrig. Det såkaldte firebladssystem, som før denne tid var karakteristisk i de større provinsbyer, er forsvundet. Siden 1945 er 75 dagblade gået ind, heraf halvdelen inden 1960. Fra 1960 til 1982 har der været et fortsat fald i antallet af selvstændige dagblade, omend med aftagende styrke. Siden 1970 er antallet faldet fra 59 til 48. Tre nye bladinitiativer, som etableredes i 1981, det rekonstruerede *Socialistisk Dagblad*, *Middelfart Folkeblad* og *Den nye Demokraten*, er alle ophørt igen i foråret 1982. En fortegnelse over samtlige danske dagblade med angivelse af de seneste oplagstal er optaget som bilag 1 til betænkningen.

Udviklingen i antallet af dagblade siden 1955 fremgår af figur 1.

*) Som led i overenskomstforhandlingerne i 1977 aftaltes det mellem organisationerne i den grafiske branche at iværksætte et større udrednings- og prognosearbejde med henblik på en belysning af den teknologiske udviklings betydning for branchen. Det såkaldte arbejdskraftprognoseprojekt udføres på Den grafiske Højskole med økonomisk støtte fra bl.a. Danmarks Erhvervsfond. Projektet følges af et prognoseudvalg, hvori organisationerne er repræsenteret.

Figur 1: Antallet af selvstændige dagblade



Kilde: Media Scandinavia

I den sidste halve snes år er der sket den ikke uvæsentlige udvikling i bladmønsteret, at hovedstadspressen er blevet en faktor af voksende betydning over hele landet. Tidligere dækkede de landsomfattende aviser kun omkring 20% af provinsens samlede avisforsyning. Og denne situation havde været næsten konstant gennem det meste af dette århundrede.*)

Fra midten af 1960erne begyndte en ændring at spores, og i slutningen af 70erne lå landsavisernes andel af avissalget uden for hovedstaden på 33%. Dette vedrører situationen på hverdage. For søndagsaviserne ser billedet anderledes ud. Deres andel af provinsmarkedet er af forskellige grunde faldet.

Der er flere årsager til denne udvikling. Bl.a. er der peget på væksten i de to store københavnske formiddagsblade og i de mindre landsdækkende blade. Det væsentlige er imidlertid at fastslå, at udviklingen ikke lader sig forklare med hovedstadsområdets befolkningsmæssige vækst. Der er rent faktisk sket en omlægning af avisvanerne i det øvrige land (se bilag 2 og 3).

Det nuværende bladmønster er karakteriseret ved, at de lokale dagblade i provinsen som hovedregel har en monopolstilling i deres område. Kun i Kolding og Rønne udkommer stadig to lokale aviser. I Århus udkommer en landsdækkende og en lokal avis.

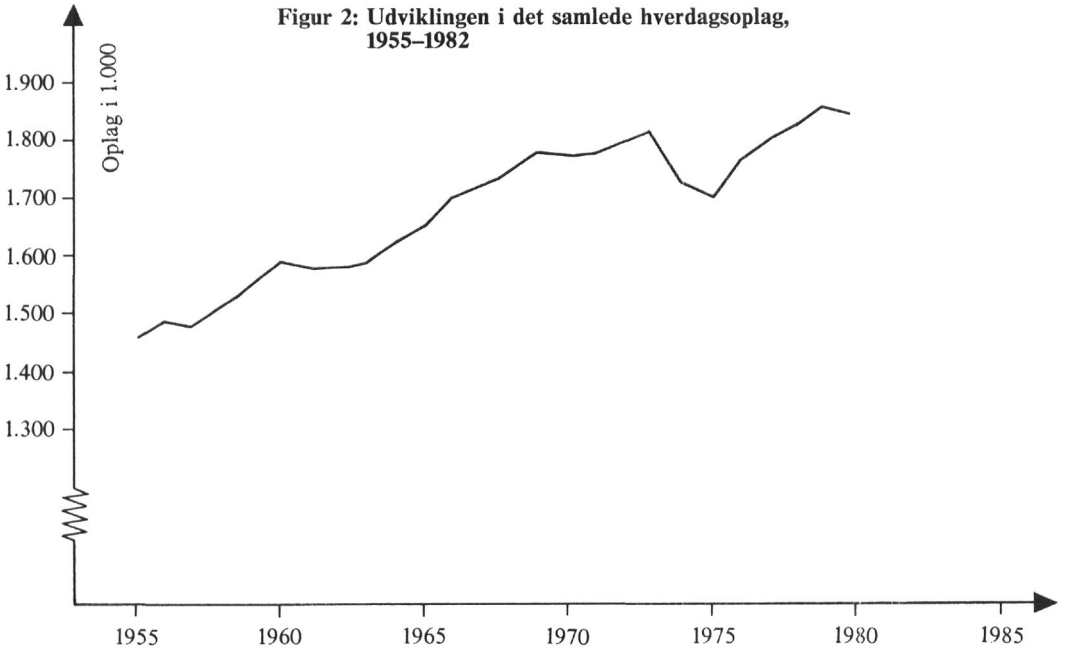
København opviser et bladmønster, der adskiller sig stærkt fra det øvrige land. Her udkommer landsdækkende morgenaviser i konkurrence samt to konkurrerende, landsdækkende formiddagsblade. Desuden udgives i hovedstaden en række mindre, landsdækkende dagblade.

Dansk dagspresse adskiller sig fra pressen i de fleste andre europæiske lande ved, at næsten samtlige dagblade udkommer 5 gange om ugen eller mere. Den fra udlandet kendte flora af aviser, som udkommer 1-3 gange om ugen, er indtil videre ukendt i Danmark. Kun et begrænset antal af dagbladene udkommer om søndagen. Derfor vil der i det følgende blive skelnet mellem oplagsudviklingen på hverdage og søndage.

Udviklingen i det samlede hverdagsoplag siden 1955 fremgår af figur 2.

*) Se Niels Thomsen: Sporskifternes årti - dansk presse i 70erne. Pressens Årbog 1980.

Figur 2: Udviklingen i det samlede hverdagsoplag, 1955–1982



Kilde: Oplagstal og Markedstal, Danske Reklamebureauers Brancheforening

Figuren viser en stigning i oplaget frem til midten af 1970erne, hvorefter udviklingen er stagneret. Siden 1979 er tendensen negativ. Der er i perioden sket en forskydning mellem de forskellige bladtyper, landsdækkende morgenaviser, landsdækkende løssalgsdagblade og lokale dagblade.

Den procentvise andel af det samlede hverdagsoplags fordeling på hovedgrupper i 1970, 1975, 1980, 1981 og 1982 fremgår af tabel 1.

Tabel 1: Relative oplagsandele 1970,1975,1980,1981,1982 på hovedgrupper, hverdagsudgaver

	1970	1975	1980	1981	1982*)
			— % —		
Landsdækkende abonnementsdagblade	26,2	25,5	27,2	27,4	28,3
Landsdækkende løssalgsdagblade	21,9	26,3	25,5	25,5	25,3
Lokale dagblade	51,8	48,1	47,2	47,1	46,4
I alt	99,9	99,9	99,9	100,0	100,0

Kilde: Dansk Oplagskontrol
*) 1. halvår

Af tabellen fremgår, at fordelingen på hovedgrupper siden 1975 har været nogenlunde stabil. Dog er der en tendens i materialet til en fortsat relativ tilbagegang for de lokale dagblades vedkommende. Dette skal samtidig ses i lyset af, at totaloplaget gennem de sidste par år har været faldende.

Stabiliteten, som fremgår af tabel 1, er kun tilsyneladende, idet den dækker over forskydninger inden for hovedgrupperne.

I tabel 2 er angivet de seneste oplagstal fordelt på hovedgrupper og størrelse.

Tabel 2: Dagbladsstrukturen, 1. halvår 1982

	Landsdækkende morgenaviser		Landsdækkende løssalgsdagblade		Lokale dagblade	
	antal	oplag	antal	oplag	antal	oplag
Oplag:						
100.000 >	3	360.068	2	463.830		
50.000-100.000	1	58.943			4	268.968
25.000- 50.000	2	70.246			9	274.739
10.000- 25.000	2	45.566			17	264.805
< 10.000					7	36.971
I alt	8	534.823	2	463.830	37	845.483

Kilde: Dansk Oplagskontrol

Oplaget pr. husstand har i løbet af 1970'erne været faldende, idet antallet af husstande er steget langt stærkere end avisernes samlede oplag. Igen er der en spredning mellem grupperne og forskelle mellem landsdelene. Udviklingen inden for hovedgrupperne fremgår af de følgende tabeller.

Tabel 3: Oplag pr. husstand for landsdækkende abonnementsaviser med oplag > 50.000

	Hoved-staden	Øvrige Sjælland	Fyn	Jyl-land	Hele Danmark
1965	0,55	0,19	0,15	0,14	0,28
1969	0,48	0,16	0,14	0,15	0,26
1974	0,37	0,12	0,08	0,11	0,19
1976	0,33	0,12	0,07	0,10	0,17
1978	0,36	0,13	0,08	0,11	0,19
1981	0,35	0,13	0,10	0,11	0,18

Kilde: Den grafiske Højskole (1979):
»Efterspørgslen efter danske dagblade i 1985«
Oplagstal og markedstal, diverse årgange.

Udviklingen følger to bevægelser. Først er der en meget kraftig tilbagegang i perioden 1965 - 1974. Faldet sker i alle landsdele og betyder på landsplan, at dækningsprocenten falder fra 28 til 18. I 1976 nås bunden, og vi finder til slut en meget svag stigning, der nogle steder når op på 1974-niveauet, andre steder ligger lige under. På landsplan nås 1974-niveauet.

For de mindre landsdækkende dagblade (tabel 4) er der tale om én bevægelse, nemlig en jævnt stigende dækningsprocent, som fra 1965 -1982 stiger fra ca. 3 til ca. 5. Der er således tale om små udslag, men den indre bevægelse i gruppen er stor.

Tabel 4: Oplag pr. husstand for landsdækkende dagblade med oplaget < 50.000

	Hele danmark
1965	0,031
1969	0,027
1974	0,035
1976	0,040
1978	0,045
1981	0,047
1982	0,045

Kilde: Den grafiske Højskole (1979):
»Efterspørgslen efter danske dagblade i 1985«
Oplagstal og markedstal, diverse

Tabel 5: Oplag pr. husstand for landsdækkende løssalgsdagblade

	Hoved-staden	Øvrige Sjælland	Fyn	Jyl-land	Hele Danmark
1965	0,36	0,11	0,05	0,03	0,15
1969	0,43	0,17	0,09	0,07	0,21
1974	0,45	0,23	0,11	0,11	0,23
1976	0,42	0,22	0,11	0,11	0,22
1978	0,39	0,22	0,11	0,10	0,21
1981	0,39	0,22	0,12	0,11	0,22

Kilde: Den grafiske Højskole (1979): »Efterspørgslen efter danske dagblade i 1985<
Oplagstal og markedstal, diverse årgange

For de landsdækkede løssalgsdagblade er der tale om to bevægelser, men de er modsatte af dem, der blev konstateret for de store landsdækkende dagblade. Dækningsprocenten er på landsplan 15 i 1965. Derefter stiger den i perioden ind til 1974, hvor dækningsprocenten ligger på 23. I den sidste periode fra 1974 til 1981 falder dækningen, især i hovedstaden, men også i provinsen som helhed; kun på Fyn ses en fortsat, men svag stigning. Slutresultatet på landsplan i 1981 ligger på samme niveau som 1974-tallet.

Tabel 6: Oplag pr. husstand for lokale dagblade

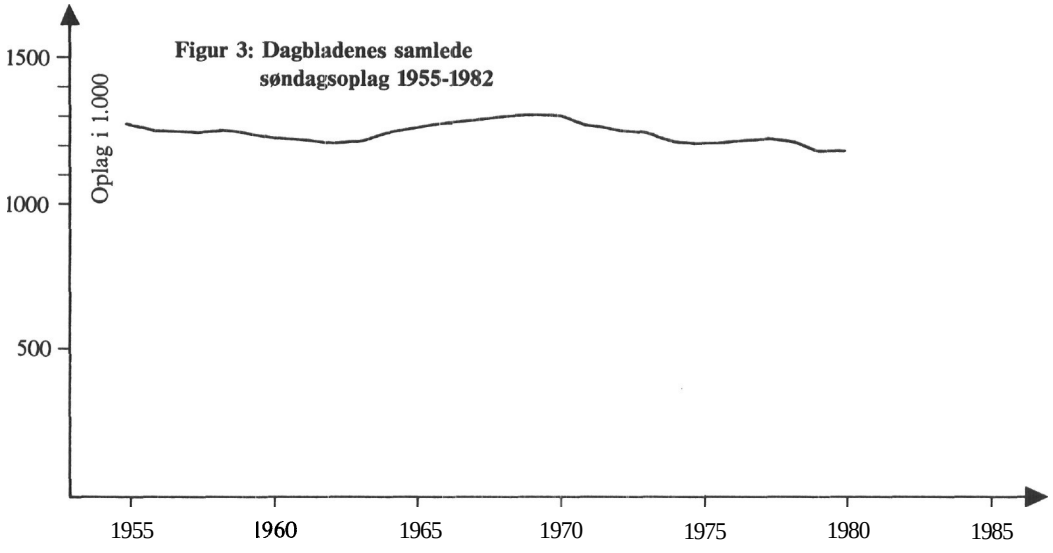
	Hoved-staden	Øvrige Sjælland	Fyn	Jyl-land	Hele Danmark
1965	0,02	0,73	0,80	0,74	0,51
1969	0,03	0,67	0,75	0,70	0,49
1974	0,02	0,57	0,59	0,56	0,40
1976	0,02	0,54	0,55	0,56	0,39
1978	0,02	0,55	0,55	0,57	0,40
1981	0,02	0,53	0,52	0,56	0,39

Kilde: Den grafiske Højskole (1979): »Efterspørgslen efter danske dagblade i 1985«
Oplagstal og markedstal, diverse årgange

Udviklingen følger atter to bevægelser. Først en stor tilbagegang i tidsrummet 1965 til 1976. Faldet sker i alle landsdele og betyder på landsplan, at den samlede dækningsprocent falder fra 51 til 39.1 perioden efter 1976 ses en svag opgang, der dog på det seneste falder tilbage til 1976-tallene.

Presseudvalget har også undersøgt betydningen af konflikterne i den grafiske branche i 1977 og 1981. Generelt kan siges, at konflikterne ikke har ændret tendenser, men måske til en vis grad forstærket allerede konstaterede udviklinger. De ikke-konfliktramte aviser har kun i beskeden udstrækning været i stand til at fastholde det mersalg, som de opnåede under konflikterne.

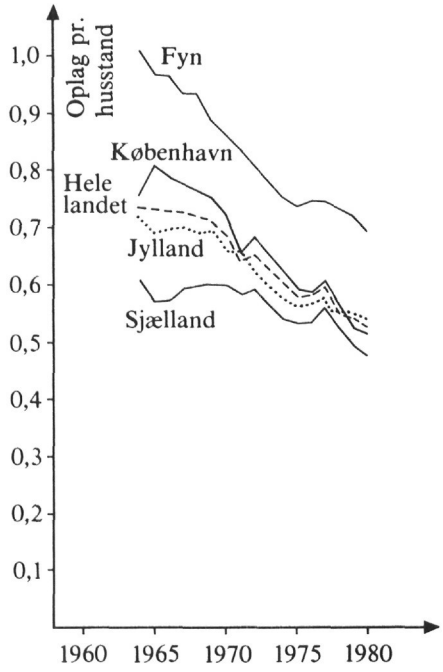
Udviklingen i søndagsoplaget fremgår af figur 3. Niveauet er nogenlunde konstant med en svagt faldende tendens siden 1970.



Kilde: Oplagstal og Markedstal, Danske Reklamebureauers Brancheforening

Husstandsdækningen er faldet kraftigere end for hverdagsoplagts vedkommende. Udviklingen i husstandsdækningen fremgår af figur 4:

Figur 4: Søndagsoplaget pr. husstand. Hovedlandsdele, 1965-1982



Dagbladenes fremtidige udvikling

Den grafiske branches prognoseudvalg søger at opstille forskellige prognoser, f.eks. for samlet oplagstal, oplag for de enkelte hovedgrupper af dagblade, samlet annoncemængde, samlet sidetal m.v. Hovedinteressen knytter sig til oplagsprognosen. Der arbejdes her med to former for prognoser, dels passive dels aktive.

Den passive prognose er baseret på en statistisk analyse af den hidtidige udvikling. Herigennem søges fastslået, hvilke faktorer der er bestemmende for oplagsudviklingen. Prognosen bygger derefter på den antagelse, at disse faktorer vil fortsætte med at virke som hidtil. Den passive prognose søger altså at bestemme det mest sandsynlige forløb, såfremt de nuværende tendenser fortsætter.

Den aktive prognose er derimod et forsøg på at sandsynliggøre, hvorledes udviklingen vil ændres, såfremt nærmere specificerede forudsætninger opfyldes. Disse forudsætninger kan være af såvel indre som ydre art.

De gennemførte analyser peger i retning af, at de faktorer, der er vigtigst for det *samlede* dagbladsoplag, er:

- Udviklingen i det samlede antal husstande.
- Det fremtidige forbrug pr. husstand, dvs. befolkningens realindkomst,
- Den relative avispris, d.v.s. avisprisen i forhold til prisen på andre varer.

Noget tyder på, at de to første faktorer i nogen grad vil afbalancere hinanden i de kommende år. Antallet af husstande vil fortsætte med at stige, hvorimod det er vanskeligt at nære optimistiske forventninger med hensyn til realindkomstudviklingen. Grundprognosen viser derfor snarest stabilitet omkring det nuværende oplagsniveau, men med positive og negative udsving som følge af de andre faktorer, der øver indflydelse på avisoplaget - samt af den prispolitik, dagbladene måtte beslutte at føre.

Denne hovedtendens genfindes for de enkelte bladgrupper, men dog med væsentlige afvigelser. Eksempelvis kan nævnes, at for de landsdækkende dagblade er det sandsynliggjort, at antallet af udearbejdende kvinder har en negativ oplagsmæssig virkning. Til gengæld er dette forhold positivt for formiddagsbladene *(B. T.* og *Ekstra Bladet).* Såfremt der ikke sker nogen yderligere forøgelse i omfanget af kvinders udearbejde, vil dette være til fordel for morgenaviserne, men til skade for formiddagsbladene.

Hvad søndagsoplaget angår, har der hidtil kunnet konstateres et kraftigt fald i oplaget pr. husstand, men da husstandstallet samtidigt har været stigende, har disse to tendenser i nogen grad kunnet ophæve hinanden. Forlænger man blot mekanisk de hidtidige tendenser, bliver resultatet et svagt fald.

Helhedsindtrykket af prognoserne er derfor ikke alt for optimistisk. Det mest sandsynlige er en fortsættelse af den nuværende tilbagegang. En ændring af denne udvikling kræver derfor, at de hidtidige forudsætninger for bladdriften ændres, som det forudsættes i de aktive prognoser.

En diskussion af dagbladenes muligheder er foretaget i kapitel 7, side 82ff.

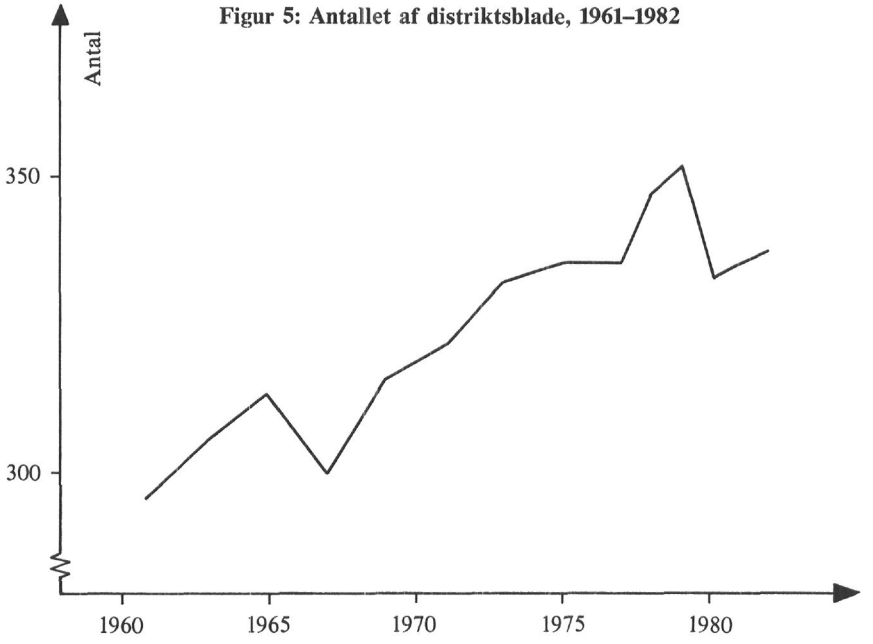
2.2 Distriktsbladene

Antal og oplag

Distriktsbladenes position har været befæstet gennem mange år, men deres betydning er vokset væsentligt efter 2. verdenskrig. Antallet af distriktsblade fremgår af figur 5, som viser udviklingen siden 1960.

Det fremgår af figuren, at antallet siden midten af 1970erne har ligget på et niveau mellem 330 og 350.

Figur 5: Antallet af distriktsblade, 1961–1982



Kilde: Media Scandinavia

Distriktsbladene husstandsomdeles til alle husstande i deres respektive dækningsområder, og i visse distrikter finder der en overlapning sted, så den enkelte husstand modtager to eller flere distriktsblade. Kurt en forsvindende del af oplaget sælges i abonnement, og da som regel til personer uden for udgivelsesområdet, som efter f.eks. fraflytning fortsat ønsker at modtage distriktsbladet. Enkelte distriktsblade er egentlige abonnementsblade, men hovedreglen er, at distriktsblade omdeles gratis.

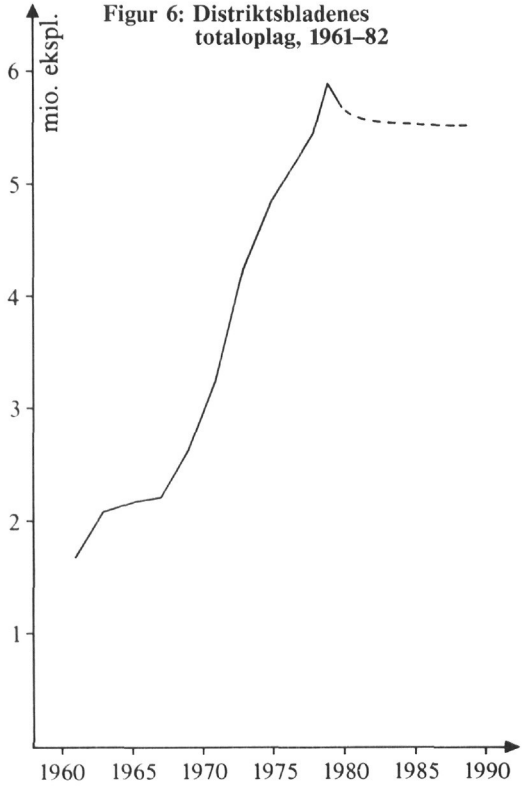
Overdækningen betyder, at det totale oplag overstiger antallet af husstande.

Oplagsudviklingen fremgår af figur 6.

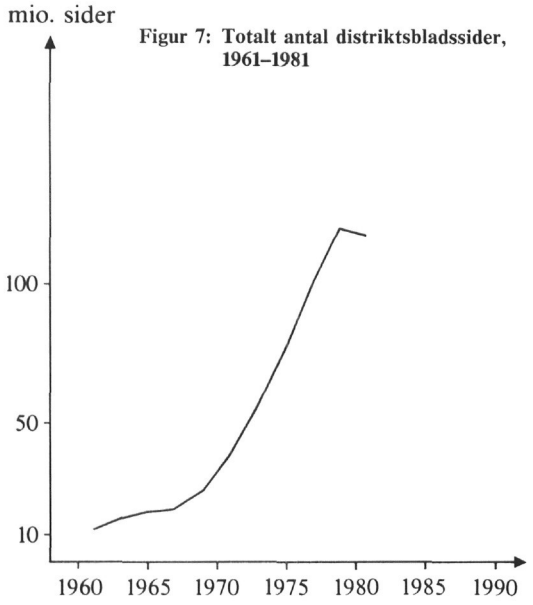
Distriktsbladene har i løbet af de seneste år ændret karakter, idet det oprindeligt husstandsomdelte annonceblad nu i mange tilfælde indeholder redaktionelt stof. Samtidig er det gennemsnitlige sideantal vokset fra 6 i 1961 til 20 i 1981, hvilket er et andet mål for den ændring, der er sket i distriktsbladenes indhold.

Væksten i antal sider fremgår af figur 7, som afspejler den dobbelte virkning af oplagsudviklingen og stigningen i det gennemsnitlige sidetal.

Historisk har distriktsbladene haft udgivelsestidspunkter i midten af ugen - inden indkøb-



Figur 6: Distriktsbladenes totaloplag, 1961–82



Figur 7: Totalt antal distriktsbladssider, 1961–1981

Kilde: Sidetal: Institut for afsætningsøkonomis 5–årige opgørelser over de danske afsætnings- og reklameomkostninger, fra 1963, 1968, 1973 og 1978

ene til weekenden. Imidlertid er der omkring 1980 fremkommet en type distriktsblade, som også omdeles gratis. De har imidlertid udgivelsestidspunkt i weekenden, og da de i almindelighed dækker større geografiske områder end de traditionelle distriktsblade, benævnes de ofte 'regionalaviser'. Denne type aviser har først og fremmest haft sin betydning på Sjælland.

Under konflikten i den grafiske branche 1981 havde distriktsbladene en stærk øget annoncetilgang på grund af de begrænsede annonceringsmuligheder i dagbladene. Efter konfliktens ophør er annoncemarkedet stort set faldet tilbage i det gamle mønster (omend i formindsket volumen), dog således at regionalaviserne tilsyneladende har formået at bevare lidt af det annoncetilskud, som de fik under konflikten.

Den fremtidige udvikling

Den grafiske branches prognoseudvalg anser distriktsbladsmarkedet for mættet. Det betyder bl.a., at selv om der startes nye distriktsblade, vil dette kun kunne ske på andres bekostning. Samtidig har der i de senere år fundet en vis koncentration sted gennem sammenlægninger af tidligere selvstændige distriktsblade. Dertil kommer, at distriktsbladene som gruppe betragtet vil kunne rammes af ændringer i detailhandelsmønsteret og hermed i reklamemønsteret. På den baggrund ventes kun en svag oplagsmæssig fremgang, evt. afløst af stagnation. Men distriktsbladene har på den anden side selv en række muligheder for at fastholde og tiltrække læserne og hermed dæmme op for konkurrencen fra andre trykte medier, først og fremmest tryksagsreklamen. Det mest sandsynlige er, at antallet af distriktsblade pr. husstand formindskes lidt i de kommende år samtidig med, at nogle af de bestående distriktsblade vil få større oplag gennem større dækningsområder.

2.3 Fagpressen

Begrebet fagpressen dækker over et meget stort antal fagtidsskrifter og fagblade. Således omfatter *Dansk Perodica-Fortegnelse* ca. 3.500 blade, hvoraf mange dog ikke kan anses for egentlige fagtidsskrifter.

I *Media Scandinavia* er optagelseskriteriet

for de ca. 500 fagtidsskrifter, der er medtaget, at der kan indrykkes annoncer. Hovedparten af fagtidsskrifterne optager imidlertid annoncer, og mange er ikke optaget i årbogen, hvorfor antallet af fagtidsskrifter må anses for større.

Det er således svært at sige nøjagtig, hvor mange fagblade der udgives i Danmark. Definitionen af et fagblad er ikke helt klar f.eks. i relation til visse hobbyblade eller foreningers periodiske medlemsudsendelser. Pr. 1. januar 1982 var 293 fagblade tilsluttet *Dansk Fagpresseforening.*

Strukturen i de til Dansk Fagpresseforening tilknyttede blade fremgår af tabellerne 7 og 8.

Tabel 7: Udgivelseshyppighed og oplag for fagblade tilsluttet Dansk Fagpresseforening

	Blade		Årsoplag	
	Antal	%	i 1.000	%
4– 9 nr. pr. år	64	22	5.353	7
10–12 nr. pr. år	161	55	23.679	32
13–26 nr. pr. år	50	17	23.730	33
40–52 nr. pr. år	18	6	20.661	28
I alt	293	100	73.423	100

Kilde: Fagpressenøglen 82

Ifølge tabel 7 er ca. halvdelen af danske fagblade månedsblade, men især nogle af de store kommer oftere (f.eks. *'Fagbladet'*, der udgives af SID med 22 numre om året i 326.000 eksemplarer).

Da det samlede område er så uensartet, har den grafiske branches prognoseudvalg ikke kunnet udarbejde prognoser for området som helhed.

Imidlertid er der ingen tvivl om, at fagpressen spiller en ikke uvæsentlig og stigende rolle i meningsdannelsen, samt at antallet af blade og det samlede oplags størrelse betyder, at den beskæftigelsesmæssige betydning af denne bladgruppe ikke må undervurderes.

2.4 Magasinpressen

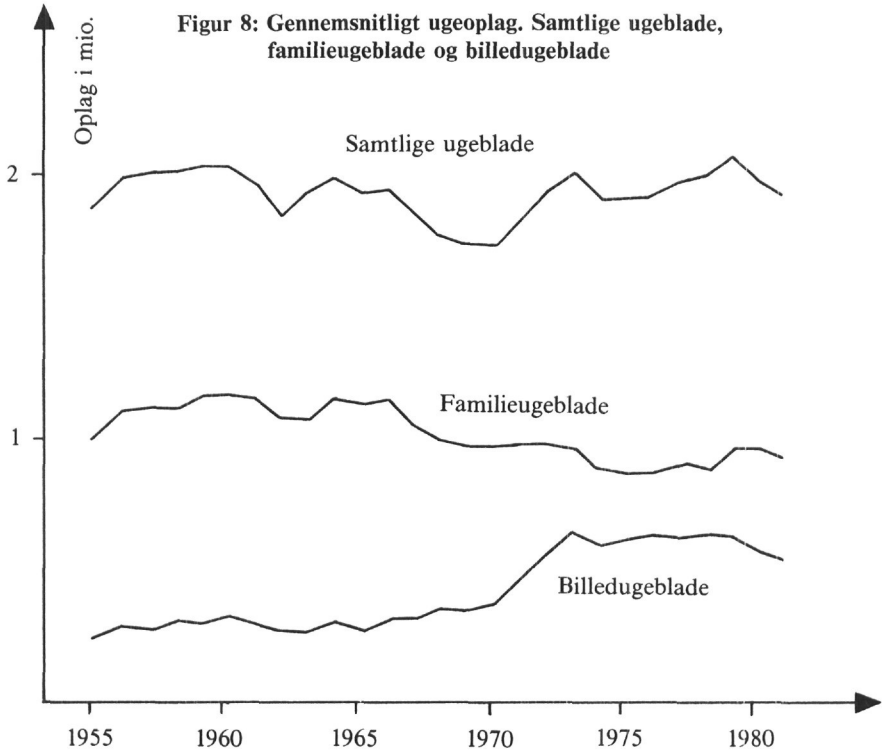
Udtrykket *magasinpressen* dækker over rækken af forskellige bladtyper, som i kapitel 1 er placeret under hovedgrupperne ugeblade og magasinblade.

Ugeblade er betegnelsen for de illustrerede blade, som udkommer én gang pr. uge. Langt den største del af oplaget sælges i løssalg. Det samme gælder for magasinbladene, hvis udgivelseshyppighed dog er lavere. Indholdsmæssigt er grænsen mellem ugeblade og magasiner flydende, og som nævnt anvendes begrebet magasinpressen som fællesbetegnelse.

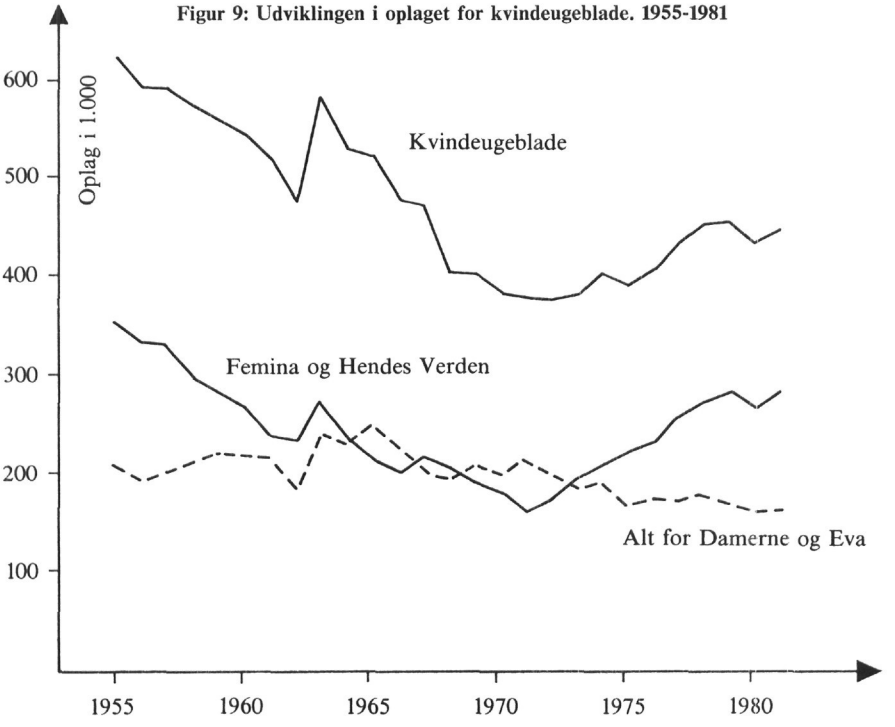
Tabel 8: Udgivere af blade under **Dansk Fagpresseforening**

	Blade		Årsoplag	
	Antal	%	i 1.000	%
Arbejderorganisationer	28	9	18.000	25
Funktionær- og tjenestemandsorganisationer	58	20	18.745	26
Akademikerorganisationer	16	5	5.682	8
Arbejdsgiver- og mesterforeninger	20	7	1.771	2
Erhvervs- og brancheorganisationer	55	19	8.265	11
Bladforlag	43	15	10.255	14
Foreninger iøvrigt	73	25	10.565	14
I alt	293	100	73.423	100

Kilde: Fagpressenøglen 82



Figur 8: Gennemsnitligt ugeoplag. Samtlige ugeblade, familieugeblade og billedugeblade



Figur 9: Udviklingen i oplaget for kvindeugeblade. 1955-1981

Ugebladenes samlede oplag har ligget på et niveau omkring 2 mio. igennem 1970'erne, men har siden 1980 været vigende.

Oplagsudviklingen fremgår af figur 8, idet man samtidig har indtegnet oplagsudviklingen for familieugeblade og billed- og programugeblade.

Af figuren fremgår, at billed- og programugebladene *(Se og Hør* og *Billed Bladet)* har haft relativ fremgang siden 1965, men at udviklingen for de nævnte grupper siden 1980 er forløbet parallelt.

Ser man på oplaget pr. husstand, betyder den stagnerende oplagsudvikling et fald for gruppen som helhed, men i visse perioder en fremgang for billedugebladene.

Også inden for gruppen af familieugeblade er der sket relative forskydninger i løbet af 1970'erne.

Kvindeugebladene *(Alt for Damerne, Femina, Hendes Verden* og *Eva,* som på grund af sit indhold godt kan henregnes til denne gruppe) har haft en særlig oplagsudvikling, som det fremgår af figur 9.

Som det fremgår af figuren, har *Alt for Damerne* og *Eva* tabt terræn siden 1965, mens *Femina* og *Hendes Verden,* siden begyndelsen af 1970'erne har haft oplagsmæssig fremgang.

Den samlede struktur for ugeblade og magasiner fremgår af tabel 9, hvor der er foretaget en inddeling efter oplagets størrelse.

Magasinpressens fremtid

Den grafiske branches prognoseudvalg vurderer ikke magasinpressens fremtid alt for optimistisk. Det forudses, at oplaget pr. husstand vil fortsætte sin nedadgående tendens for familieugebladene. Oplaget pr. husstand, der i 1981 var 0,413 forventes at falde til 0,330 i 1990. Med det prognosticerede husstandstal betyder det, at familieugebladsoplaget, der var ca. 925.000 i 1981, vil blive omkring 800.000 i 1990, et fald på næsten 15%. Det vil uundgåeligt få konsekvenser for anoncesalget. Med hensyn til billedugebladene forudses, at oplaget pr. husstand vil falde fra 0,25 til 0,21. Regnet i oplag svarer det til en nedgang på ca. 40.000 til ca. 508.000. For kvindeugebladene er prognosen lidt mere optimistisk med en stigning i oplaget på ca. 50.000 til ca. 430.000.

Som nævnt har magasinpressen en underskov af blade, hvis udvikling selvsagt også kan få indflydelse på de mere traditionelle ugeblades vilkår.

Prognoserne er dog forbundet med en væsentlig usikkerhed, og især konkurrencen fra de elektroniske medier må antages at ville øve en afgørende indflydelse på udviklingen.

Såvel efter udviklingen i udlandet at dømme som efter prognoserne fra Den grafiske Højskole vil familieugebladene blive påvirket mest af et stigende udbud af elektroniske medier. De

Tabel 9: Ugeblade og magasiners oplag, 1. halvår 1982

	Ugeblade		Magasiner	
	antal	oplag	antal	oplag
Oplag:				
200.000 >	4	1.140.467	–	–
100.000–200.000	7	985.788	3	403.856
35.000–100.000	2	86.803	6	264.057
< 35.000	1	8.358	9	196.984
I alt	14	2.221.416	18	864.897

Kilde: Dansk Oplagskontrol

mere specialiserede magasiner, som ofte udgives én gang om måneden, vil formentlig blive påvirket i noget mindre udstrækning. Såvel ifølge erfaringer fra udlandet som fra DgH's prognosemodel er der samtidig muligheder for billedugebladene for at opnå et stigende oplag på grund af den stigende interesse for de elektroniske medier.

2.5 Reklametryksager

Tryksager er i kapitel 1 inddelt i kommercielle og ikke-kommercielle, og gruppen spænder over en lang række typer fra direkte salgsbreve, løbesedler over kataloger, prislister og reklameaviser til offentlige myndigheders pjecer og vejledninger. Gruppens fællesbetegnelse er *reklametryksager*. For de husstandsomdelte reklametryksagers vedkommende kan der sondres mellem adresseløse tryksager, som spredes til samtlige husstande i et bestemt geografisk område og adresserede tryksager *('direct-mail')*, som sendes til bestemte udsnit af befolkningen i et givet geografisk område.

Det samlede antal tryksager er meget stort og distributionsformerne mange.

Den grafiske branches prognoseudvalg har skønnet, at der årligt til de private husstande omdeles ca. 425 mio. tryksager, heraf 350 mio. kommercielle reklametryksager. Dette svarer til, at hver husstand i gennemsnit modtager 6-7 reklametryksager pr. uge.

På grundlag af udviklingen i omkostningerne til fremstilling af reklametryksagerne har prognoseudvalget beregnet, at væksten i antallet aftryksager voksede meget kraftigt fra slutningen af 1950'erne til midt i 70'erne. Siden da antages den samlede mængde af reklametryksager at have ligget på et nogenlunde konstant niveau.

Prognoseudvalget forventer en fortsat stagnation i oplagene på tryksagsmarkedet. Udviklingen af de elektroniske medier, bl.a. teledata, vil kunne bevirke en nedgang i antallet af tryksager fra producent til varemarkedet, hvorimod man må gå ud fra, at antallet af tryksager til almindelige forbrugere vil forblive ret upåvirket af en evt. indførelse af reklame-tv m.v.

Kapitel 3: Læserne

Indledning

En arbejdsgruppe under Mediekommissionens presseudvalg har udarbejdet en redegørelse om læserne af de trykte medier. Derved har man søgt at afdække og beskrive de ændringer, der er sket i forbrugsmønsteret i forhold til de trykte medier. En række af arbejdsgruppens resultater refereres i det følgende.

Disse resultater er naturligvis præget af de forskelle, der eksisterer mellem de foreliggende undersøgelser af de forskellige trykte medier. Læserne og læsningen af de enkelte medier kan derfor ikke behandles i samme omfang og dybde. Læsningen af dagblade er bedst undersøgt, og den er følgelig behandlet grundigere end læsningen af de øvrige bladgrupper.

3.1 Forbrugsmønsteret

Læserundersøgelser

Kendskabet til befolkningens læsevaner stammer først og fremmest fra de løbende mediaindeks:

Gallup Mediaindeks 1960-67
Dansk Media Indeks 1968-81
Gallup Marketing og Mediaindeks 1978-81.

'Dansk Media Indeks' udgives af Dansk Media Komité, som er en selvejende institution, etableret af Danske Dagblades Forening, Dansk Magasinpresses Udgiverforening, Danske Reklamebureauers Brancheforening, Dansk Annoncørforening og Dansk Oplagskontrol.

Læsevanerne blev i 1975 belyst af Socialforskningsinstituttet, og Danmarks Statistik har i maj 1982 ajourført enkelte af de indsamlede oplysninger.

Tidligere gennemførte de enkelte udgivere undersøgelser for at kunne fortælle annoncører og andre om, hvilken størrelse og sammensætning bladets læserkreds havde. Sådanne individuelle undersøgelser laves stadig, men siden etableringen af Dansk Media Komité har disse undersøgelser ganske naturligt skullet anvendes ved siden af det halvofficielle mediaindeks i form af mere detaljerede beregninger af DMI-materialet eller supplerende oplysninger om købs- og/eller læsevaner.

For en fuldstændigheds skyld kan det nævnes, at Danmarks Radio under konflikten i Det Berlingske Hus i 1977 gennemførte en undersøgelse af denne konflikts betydning for aflytningen af radio- og tv-avis.

Mens de tværgående undersøgelser, gennemført af offentlige institutioner eller organisationer, har deres styrke i pålidelighed og sammenlignelighed mellem de omhandlede media, udmærker de enkeltstående undersøgelser sig ved en større detailrigdom.

Generelt har det hidtil været gældende, at de vaner, som befolkningen har i relation til de trykte medier, forbliver nogenlunde uændrede fra midten af tyverne til pensionsalderen. Før 25-årsalderen er læservanerne præget af, at de pågældende dels har nogle interesser, vaner og levevilkår, som de ikke har til fælles med ældre aldersgrupper. For pensionisternes vedkommende er der tale om et generelt fald i forbruget af trykte medier uden store forskydninger mellem titlerne; læsning af dag/ugeblade i pensionsårene kan være præget en hel del af en faldende realindkomst, jfr. at alle tilgængelige tal tyder på, at pensionisterne bruger betydelig mere tid på tv end resten af befolkningen. De helt unges læsning adskiller sig væsentligt fra den voksne befolknings læservaner.

3.1.1 Dagblade

Der eksisterer ikke læsertal før 1960, og Gallups undersøgelser 1960-67 medtager ikke alle provinsaviser. Det vides derfor ikke, om den

store bladdød - især i begyndelsen af 1960'erne - indebar en faldende interesse for avislæsning. Udviklingen havde for de overlevende bl.a. den betydning, at mange af dem erklærede sig uafhængige af de respektive politiske partier.

Læserdækning

Flertallet af danske dagblade har en abonnementsandel på ca. 90%, og de store landsdækkende morgendagblade har en abonnementsandel på ca. 75%. Der er derfor grænser for, hvor meget større antallet af avislæsere er, såfremt man betragter en uge i stedet for en enkelt dag. I denne forbindelse bør det dog erindres, at Danmarks to største aviser *Ekstra Bladet* og *B. T.* er løssalgsaviser.

Dansk Media Komité har et par gange søgt at kortlægge, hvor stor en del af befolkningen, der er i kontakt med mindst én avis i løbet af en uge, og tallet er antagelig *knap 95%*. De sidste 5% tilhører gruppen af meget kommunikationssvage, der også er mindre flittige til at læse ugeblade og magasiner.

Dagbladene er som gruppe betragtet den blandt de trykte medier, som har den største berøring med befolkningen. Der er imidlertid konstateret meget klare forskelle mellem medievanerne mandag til fredag og lørdag-søndag. Da størstedelen af de danske aviser ikke udkommer om søndagen, må man også gå ud fra, at der er store forskelle mellem lørdag på den ene side og søndag på den anden side, hvilket der dog ikke foreligger oplysninger om.

På en almindelig hverdag i 1981 læste ca. *86%* af den voksne befolkning mindst én avis.

Om *tidsforbruget* kan generelt siges, at gennemsnitsdanskeren på en hverdag bruger *ca. ½ time* til avislæsning. Tidsforbruget for dem, der kun læser én avis, er **lidt** lavere, og for den mindre del, der læser mere end én avis, noget højere.

Procenttallet for læsning af hverdagsaviser har været svagt, men jævnt faldende siden 1968, både for dem der læser mere end én avis, og for dem, der læser avis i det hele taget. Også for weekend- og søndagsaviser har man iagttaget en jævn, men noget kraftigere nedgang. Antallet af voksne, der læser weekend- og søndagsaviser, er nu nede på 68%.

Arbejdsgruppen har undersøgt avislæsningen i 1968 og 1981 og konstateret en forskel mellem mænds og kvinders læservaner. Forskellen skyldes formentlig primært forskellen i erhvervsfrekvens mellem kønnene. Resultaterne fremgår af tabellerne 1 og 2.

Tabel 1: Læsning af hverdagsaviser blandt den voksne befolkning

	1968		1981	
	mænd	kvinder	mænd	kvinder
	— % —			
Læser én avis	46	54	53	59
Læser mere end én avis	47	38	36	25
Læser ingen avis	7	8	11	16

Kilde: DMI 1968 og DMI 1981

Tabel 2: Læsning af weekend- og søndagsaviser blandt den voksne befolkning

	1968		1981	
	mænd	kvinder	mænd	kvinder
	%			
Læser én avis	60	59	49	48
Læser mere end én avis	16	13	23	16
Læser ingen avis	24	28	28	36

Kilde: DMI 1968 og DMI 1981

Det er konstateret, at avislæsningen især er bestemt af læsernes alder, uddannelse og erhverv. Med hensyn til alder har der altid været den sammenhæng, at avislæsningen stiger med alderen. I den undersøgte periode er denne tendens yderligere forstærket, idet faldet i antallet, der læser mindst én hverdagsavis, er dobbelt så stor for gruppen mellem 20 og 29 år som for gruppen over 50 år.

Med hensyn til uddannelse betyder højere uddannelse større avislæsning. Også på dette område er forskellen i avislæsningen øget mellem grupperne.

Ser man på erhvervskategorier kan en lignende udvikling konstateres, og forskellen mellem andelen avislæsere blandt ufaglærte arbejdere og højere funktionærer er blevet fordoblet i den undersøgte periode.

I Dansk Media Index er det muligt at finde oplysninger om befolkningens læsning af hver enkelt avis. I tabel 3 vises dækningsprocenter for en række aviser fordelt efter urbaniseringsgrad.

Af tabellen ses det, at de københavnske dagblade har en beskeden dækningsgrad i provinsen. Kun *Ekstra Bladet* og *B. T.* når op over 10% i de forskellige urbaniseringsområder. Man noterer også, at *Morgenavisen Jyllands-Posten* har en bred dækning i Jylland, til dels på Fyn, men at den står svagt i den øvrige del af landet. Disse iagttagelser uddybes i tabel 4.

Af tabellen fremgår, at de landsdækkende aviser har ca. halvdelen af deres læsere boende i hovedstadsområdet. Lokale dagblade har hele 39% af deres læsere boende i landdistrikterne.

Det kan påvises, at den centrale konkurrence om læserne i de lokale dagblades kerneområder står mellem det lokale dagblad på den ene side og *Morgenavisen Jyllands-Posten* og *B.T./EkstraBladet* på den anden.

Ved at kombinere læsningen af de forskellige avistyper med uddannelse, alder, bopæl og erhverv kan der påvises en række sammenhænge. Som bilag 4 - 7 til betænkningen er optaget tabeller over disse kombinationsmuligheder.

Det gælder således, at i 1981 læste 38% af

Tabel 3: Læsning af en række landsdækkende dagblade efter urbanisering

	Hovedstadsornr.	Provinsbyer over 50.000	Provinsbyer 10-50.000	Provinsbyer under 10.000	Landdistrikter	Total %	Total Antal personer i 1.000
Procent af befolkningen	27,7	11,2	18,9	13,6	28,6	100,0	
Målgruppe 1000 pers.	1.153	465	786	568	1.191		4.163
Ekstra Bladet	38,8	14,5	14,5	11,4	9,2	16,5	688
B.T.	30,7	11,4	13,7	10,4	7,6	15,9	664
Berlingske Tidende	22,3	1,4	4,1	2,3	1,6	7,9	328
Politiken	23,3	5,4	5,9	4,0	2,8	9,5	398
Aktuelt	8,9	4,7	4,8	4,7	2,2	5,2	215
Jyllands Posten	2,5	13,8	8,7	10,2	7,9	7,5	312
Børsen	4,7	2,9	2,5	1,8	1,4	2,8	115
Information	5,5	4,7	2,4	1,3	0,8	2,9	122
Kristeligt Dagblad	0,9	1,6	1,3	1,0	1,3	1,2	49
Socialistisk Dagblad	0,7	1,1	0,3	0,1	0,1	0,4	18
Land og Folk	1,5	0,9	0,9	0,5	0,2	0,3	34

Kilde: DMI 1980-1981, særkørsel

Tabel 4: Læsere af tre dagbladsgrupper efter urbaniseringsgrad

	Landsdækkende morgendagblade	Landsdækkende formiddagsblade	Lokale dagblade	Hele befolkningen
		— % —		i 1.000
Hovedstadsområdet	50	48	3	1.166
Provinsbyer over 50.000 indbyggere	10	9	14	458
Provinsbyer 10–50.000 inbyggere	16	17	25	791
Provinsbyer under 10.000 indbyggere	10	10	19	541
Landdistrikter	14	16	39	1.166
Antal personer i 1.000	1.645	1.316	2.532	4.163

Kilde: DMI 1981

befolkningen kun det lokale dagblad, 10% kun et af de store landsdækkende morgendagblade, 11% kun et landsdækkende løssalgsdagblad og blot 1% et af de 5 små landsdækkende dagblade. I samme periode læste 14% slet ingen avis.

De lokale dagblades position er stærkest, jo ældre læserne er, og for løssalgsdagbladene er forholdet det omvendte. Læsningen af både det lokale dagblad og et af de landsdækkende løssalgsdagblade er næsten 3 gange så stort blandt de 20-24 årige (13%) som blandt gruppen ældre end 67 år (5%).

Gruppen arbejdere og lavere funktionærer tegner sig for den største andel, der kun læser løssalgsdagbladene. I landdistrikterne er andelen, som kun læser det lokale dagblad, 59%. I hovedstadsområdet er tallet for læsningen af kun ét løssaglsdagblad 30%. I provinsbyerne mellem 10.000 og 50.000 indbyggere læser 18% af befolkningen både det lokale dagblad og ét løssalgsdagblad.

Læsning af stofområder

Kommissionen har kendskab til, at enkelte dagblade har undersøgt, hvilke stofområder der er mest læste. Imidlertid betragtes disse undersøgelser som fortrolige, hvorfor resultaterne ikke kan gengives.

I stedet skal nogle af resultaterne af en af Dansk Media Komité gennemført undersøgelse af læsningen af forskellige stofområder af samtlige danske dagblade refereres. Undersøgelsen er fra 1978.

Ved undersøgelsen fastlagdes begrebet *kernelæser* om de læsere, som fandt, at den pågældende avis var den vigtigste for dem.

Udsagn om læsningen af stofområder i samtlige hverdagsaviser fremgår af tabel 5.

Tabel 5: Udsagn om læsning af de enkelte stofområder blandt kernelæserne

Samtlige hverdagsaviser

	Det meste	Noget	Intet	Ubesvaret
		— % —		
Udenrigsstof	29	54	16	1
Indenrigsstof	40	51	7	1
Lokalstof	60	23	14	2
Sport	28	26	44	2
Personalia	37	25	36	2
Radio og TV	61	28	9	1
Debatstof	36	41	21	1
Kulturstof	19	39	40	2
Erhvervsstof	29	40	29	2
Varer og deres anvendelse	29	46	23	2
Rubrikannoncer	27	34	37	2

Tabellen læses vandret

Kilde: DMK's redaktionelle undersøgelser 1978

Undersøgelsen viste, at der er store forskelle i læsningen af de 3 dagbladstyper: landsdækkende abonnementsdagblade, landsdækkende løssalgsblade og lokale dagblade. Dette skyldes dels forskellene i læserkredse, men også, at den samme person kan have forskellige forventninger til de forskellige bladtyper. Således viser undersøgelsen, at en større del af udenrigs-, kultur- og debatstoffet læses i de landsdækkende morgenaviser end i de andre avistyper, også selv om dette stofs andel er forholdsvis større i de landsdækkende morgenaviser. Til gengæld læses rubrikannoncerne flittigst i de lokale dagblade. Som bilag 8-10 til betænkningen er optaget tabeller over læsningen af stofområder i de nævnte dagbladstyper.

Indenrigsstof har en høj læseværdi for alle tre bladtyper, men står forholdsvis svagt i de lokale dagblade.

Blandt fællestrækkene kan nævnes, at radio- og tv-stof er populært i alle tre avistyper. 0g halvdelen af befolkningen læser ikke sport - uanset avistype. Om sportsartiklerne kan i øvrigt oplyses, at mændene er langt flittigere til at læse denne form for stof end kvinderne. Der er også meget stor aldersmæssig forskel; det er de unge, der udviser størst Sportsinteresse. Bortset fra sporten giver den mindre interesse for avisen som sådan blandt de unge sig ellers udtryk i, at de læser i kortere tid og mindre dele af alle stofområder. Endnu en forskel mellem kønnene er, at kvinderne først og fremmest er interesseret i lokalstoffet, hvorimod interessen hos mændene er mere jævnt fordelt mellem udenrigsstof, indenrigsstof og lokalstof. Kvinderne tilkendegiver også større interesse for personalia end mændene gør.

Læsernes indtilling til den avis, de opfatter som den vigtigste, fremgår af tabel 6.

Tabel 6: Kernelæsernes **indstilling til deres vigtigste avis**

	Landsdækkende morgendagblade	Landsdækkende formiddagsblade	Lokale dagblade	Hele befolkningen
		— % —		i 1.000
Nyttig	78	47	70	69
Sensationel	11	54	12	18
Let at finde rundt i	89	90	91	90
Underholdende	48	63	38	45
Let at forstå	86	87	88	87
Menneskelig	63	37	60	57
Pålidelig	49	13	37	37
Har faste standpunkter	59	39	45	48
Antal personer i 1.000	843	533	2.034	3.408

Kilde: DMK's redaktionelle undersøgelse 1978

Af fællestrækkene skal fremhæves, at befolkningen synes at mene, at aviserne er lette at forstå og finde rundt i. Men man bemærker, at kun 37% af læserne finder dem pålidelige, og kun 48% mener, at de har faste standpunkter.

Ellers må man nok især hæfte sig ved tallene for de landsdækkende formiddagsdagblade. Det ses, at disse får lavere procenttal, når det gælder pålidelighed og menneskelighed, og forholdsvis høje tal, når der spørges, om de er sensationelle og underholdende.

3.1.2 Magasiner og ugeblade

Af Dansk Media Komité's undersøgelse af læsetid fremgår summarisk gengivet, at gennemsnitsdanskeren bruger ca. *V2 time* på en hverdag til sin avis og godt *¼ time* på ugeblad eller magasin, idet læsetiden af et givet nummer af et ugeblad/magasin alt i alt andrager knap en time.Andelen af befolkningen, som læser ugeblade og magasiner, fremgår af tabel 7.

Tabel 7: Læsning af ugeblade og magasiner efter køn

	Mænd	Kvinder
	— % —	
Læser ét ugeblad	26	25
Læser mere end ét ugeblad	48	59
Læser intet ugeblad	26	16
Læser ét magasin	36	34
Læser mere end ét magasin	13	11
Læser intet magasin	51	55
Læser ét ugeblad eller magasin	22	25
Læser mere end ét ugeblad eller magasin	62	64
Læser intet ugeblad eller magasin	16	11

Kilde: DMI 1981

Tabellen viser bl.a., at ca. halvdelen af befolkningen læser mere end ét ugeblad, og det kan oplyses, at det typiske antal er to ugeblade. I øvrigt er gennemsnitstallet faldet noget i de senere år, specielt fra 1980 til 1981. Denne udvikling har antagelig noget med konflikten i foråret 1981 at gøre, men først og fremmest formodes det, at det er konjunkturtilbageslaget, der er skyld i den faldende ugebladslæsning.

Lægger man tallene for måneds- og fjortendagsblade til ugeblade, læser *næsten 2/3* af befolkningen mere end én titel. I denne forbindelse skal det understreges, at i ovenstående tal indgår ikke samtlige fjortendags- og månedsblade.

Tallene i tabel 7 er udregnet efter læste titler og viser nogen forskel mellem de to køn, således at kvinderne er meget flittigere end mændene til at læse ugeblade. Forskellen går i modsat retning for magasinernes vedkommende, men her er forskellen mindre. Hvis man foretager en sammenligning af tidsforbruget, er forskellen endnu større. Kvinderne læser længere tid i deres ugeblade, end mændene gør, og læsning af et ugeblad lægger også op til et større tidsforbrug end læsning af et månedsblad alene af den grund, at førstnævnte udkommer med fire gange så mange numre som sidstnævnte.

Betragtet under ét, kan der ikke konstateres afgørende forskelle i læsningen af magasinpressen med hensyn til uddannelsesmæssig baggrund. Dette dækker imidlertid over, at ugebladene har en større læserdækning blandt lavere uddannede, mens månedsbladene eller magasinerne har en tendens til større udbredelse blandt højere uddannede.

Ugebladene adskiller sig herved fra den generelle tendens til, at stigende uddannelse medfører voksende medieforbrug. Et forhold, som ugebladene deler med tv. Mens dette forhold er generelt gældende internationalt for tv's vedkommende, er situationen for ugebladene et særligt dansk fænomen. Det kan skyldes, at der ikke i Danmark findes ugeblade af typen *Time Magazine, Newsweek, Der Spiegel* osv.

Der er konstateret store aldersforskelle i læsningen af magasinpressen, jfr. tabellerne 8 og 9.

Tabel 8: Mænds læsning af en række ugeblade og magasiner

	13-17 årige mænd	voksne mænd
	— % —	
Anders And	53	17
SE og HØR	37	25
Billed Bladet	31	28
Alt om Sport	29	8
Vi unge	29	5
Rapport	16	11
Ung Nu	13	2
Hverken ugeblade eller magasiner	5	15

Kilde: DMI 1980

Tabel 9: Kvinders læsning af en række ugeblade og magasiner

	13-17 årige kvinder	Voksne kvinder
	— % —	
Familie Journalen...	49	39
Vi unge	42	6
Anders And	40	13
Billed Bladet	39	33
Alt for Damerne ...	39	23
Ung Nu	27	3
Rapport	9	4
Hverken ugeblade eller magasiner	1	11

Kilde: DMI 1980

Læsning af stofområder

Læsningen af stofområder fremgår af tabellerne 10-12, som er baseret på en undersøgelse fra 1980, stillet til rådighed af Aller Press.

Tabel 10 bygger på ca. 600 respondenter, de øvrige tabeller på ca. 300 respondenter.

Tabellerne illustrerer i øvrigt den normale opdeling af ugebladene i familieugeblade, billedugeblade, dameugeblade og andre.

Tabel 10: Læsning af de enkelte stofområder i familieugeblade *) i 1980

	Mænd	Kvinder
	— % —	
Fast rubrik	52	66
Artikler	53	66
Læserkontakt	53	70
Rom	25	46
Novelle	36	57
Mad	30	79
Håndarbejde	13	66
Tegneserier	68	56
Opgaver	35	36

Kilde: Aller Press A/S

*) Familie Journalen, Hjemmet, Søndags B.T. og Ude og Hjemme.

Tabel 11: Læsning af de enkelte stofområder i billed-ugeblade *) i 1980

	Mænd	Kvinder
	— % —	
Fast rubrik	61	**63**
Artikler	63	**70**
Korte artikler	54	55
Læserkontakt	69	72
Tegneserier	65	47
Opgaver	27	14
TV-programmer	54	48

Kilde: Aller Press A/S

*) SE og HØR og Billed Bladet.

Tabel 12: Læsning af de enkelte stofområder i dameugeblade *) i 1980

	Kvinder
	%
Fast rubrik	68
Artikler	67
Roman	41
Novelle	56
Læserkontakt	77
Mad	80
Håndarbejde	77
Mode	89
Opgaver	26

Kilde: Aller Press A/S

*) Femina, Hendes Verden og Alt for Damerne.

3.1.3 **Distriktsbladene**

Læserdækningen

Undersøgelser af læsningen af distriktsblade er hæmmet af, at skillelinien for publikum ikke altid er helt klar over for f.eks. regelmæssigt udsendte tilbudsaviser fra butikscentre, supermarkeder osv. Men det er imidlertid meget sparsomt, hvad der overhovedet foreligger af oplysninger om læsningen af distriktsblade. Der findes ganske vist en hel række enkeltstå-

Tabel 13: Læsning af distriktsblade efter landsdele

	Hovedstaden	Sjælland i øvrigt	Lolland Falster Bornholm	Fyn	Syd- og Vest-jylland	Østjylland	Nordjylland	Hele Danmark	Antal personer i 1.000
				— % —					
Læser ét distriktsblad	23	14	6	11	22	18	13	17	742
Læser flere distriktsblade ..	69	79	85	83	74	77	31	76	3.159
Læser intet distriktsblad ..	7	5	8	6	3	5	5	5	220

Kilde: DMI 1981

ende undersøgelser, men nogle virker ret useriøse, og en del er behæftet med metodiske mangler.

På grundlag af internt DMK-materiale kan der opstilles en oversigt over læsningen af distriktsbladene efter landsdele, jfr. tabel 13.

Tabellen viser, at ca. *95%* af befolkningen angiver at have læst mindst ét distriktsblad inden for den sidste uge. Der er dog ret store variationer mellem landsdelene, og det er betegnende, at områderne øst for Storebælt er bedre dækket med distriktsblade end vest for Storebælt. Nøjagtig det samme er formodentlig - og måske endnu mere udpræget - tilfældet for de regionale, gratis distribuerede søndagsaviser, men herom foreligger der ikke egentlig kvantifiserede oplysninger.

Det bør nævnes, at der formentlig inden for regionerne er endnu større variationer, men at DMI-talmaterialet ikke giver mulighed for sådanne nedbrydninger. I Gallups Media og Marketingindeks 1980 findes mere detaljerede oplysninger om Sjælland incl. hovedstadsområdet. Det fremgår heraf, at i Københavns vestlige og sydlige forstæder har de blade, man benævner 'øvrige distriktsblade', kun en enelæserprocent (dvs. andelen som angiver kun at læse det ene distriktsblad) på 3, mens der i de ydre dele af Københavns Kommune er en enelæserprocent på 34.

Ifølge de mediaundersøgelser, der omfatter flere distriktsblade, svarer fordelingen på køn nogenlunde til fordelingen i den samlede befolkning. Gallups Media og Marketingsindeks 1980 angiver den gennemsnitlige læsetid på distriktsblade til ca. *¼ time,* og de tilgængelige individuelle distriktsbladsanalyser tyder på en ret betydelig forskel mellem de to køn.

3.1.4 Fagbladene

Ved Dansk Fagpresseforenings hjælp er det lykkedes at få kendskab til nogle enkelte individuelle fagbladsundersøgelser. De anvendte undersøgelsesteknikker har været ret forskellige. Der er både tale om personlige, telefoniske og skriftlige interwievs, og de giver meget varierende oplysninger om antallet af læsere pr. eksemplar, svingende fra 1 til 12. Et enkelt analyseresultat fra tidsskriftet *'Forsikring'* fra 1977 (Vilstrup) tyder på, at godt 90% af ' abonnenterne' læser bladet. Henriques har for Thomson Communications, gennemført nogle undersøgelser, hvis resultater harmonerer ret godt hermed.

3.1.5 Reklametryk

Betydningen og udbredelsen af tryksagsmediet er ikke underkastet kontinuære analyser.

Det vides dog fra såvel undersøgelser her i landet som i udlandet, at de store annoncører flytter annoncekroner fra de periodiske media til tryksager og salgsfremmende foranstaltninger, der er detailhandelsgaranteret.

Med støtte fra Danmarks Erhvervsfond gennemførte Reprolauget i Danmark i 1977 en undersøgelse af, hvorledes de private husstande tager imod tryksager, ligesom man skønnede over, hvor mange tryksager, der overhovedet var tale om.

Ifølge denne undersøgelse er der tale om store sæsonsvingninger:

I gennemsnit modtager en husstand 3-4 reklametryksager om ugen, men umiddelbart før julesalget kommer tallet helt op på 6,3.

Dette landsgennemsnit dækker over en variation fra 8,9 i københavnske omegnskommuner til 4,7 i egentlige landdistrikter.

I undersøgelsen fandt man følgende fordeling på afsendere:

Detailhandelen	50%
Postordresalg, incl. abonnementstilbud	21%
Velgørende foreninger, politiske institutioner m.m.	21%
Håndværkertilbud m.v.	5%
Bare reklame	3%
	100%

Husstandene angav følgende om deres modtagelse af deres tryksager:

Alt læses eller ses igennem	40%
Det meste gennemgås	19%
Ca. halvdelen læses eller ses igennem	11%
Kun en mindre del læses eller ses igennem	25%
Intet læses eller ses	5%
	100%

3.2 Årsagerne til ændringer i forbrugsmønsteret

Den forskydning af læserinteressen, som bl.a. er blevet påvist i afsnit 3.1, er resultatet af et samspil mellem på den ene side læsernes behov og på den anden side det stof, som i undersøgelsesperioden er blevet udbudt i de forskellige typer af trykte medier.

Imidlertid konkurrerer de trykte medier ikke kun indbyrdes. Tværtimod har der igennem de sidste 10-15 år kunnet konstateres en voksende konkurrence for andre medier, først og fremmest tv. Under ét må man antage, at de trykte mediers konkurrencesituation i forhold til de andre medier vil være fortsat svækket fremover, især hvis antallet af tv-programmer, som kan modtages i Danmark, vokser yderligere. Dertil kommer, at et eventuelt dansk reklame-tv vil betyde et fald i de trykte mediers annonceomsætning og hermed forstærke den indirekte svækkelse på annoncemarkedet, som er en følge af svigtende læserdækning.

For efterspørgslens vedkommende har arbejdsgruppen vedrørende læserne søgt at forklare udviklingen i læsertallene ud fra en antagelse om, at der kan opstilles en såkaldt kommunikationsmodel, hvorefter efterspørgslen efter (dvs. læsningen af) bestemte stofkatagorier kan henføres til ønsker om opfyldelsen af 5 kommunikationsbehov. Disse behov og ikke mindst ændringerne af behovene som følge af den samfundsmæssige udvikling, skulle - sammenholdt med ændringerne i det samlede mediemønster - kunne bidrage til en forklaring af også de trykte mediers udvikling.

Det er imidlertid - som påpeget også af arbejdsgruppen - forbundet med betydelige vanskeligheder at få afdækket befolkningens kommunikationsbehov, både på det teoretiske plan og hvad angår registreringen. Dels fordi behovene eksisterer i en given samfundsmæssig sammenhæng, dels fordi ethvert stofområde eller artikel må antages at kunne opfylde flere forskellige behov. På tilsvarende måde er det vanskeligt såvel at udpege de ændringer i samfundsudviklingen, der har størst betydning for efterspørgslen efter trykte medier, som overhovedet at foretage en vægtning mellem de forskellige faktorer.

Under Presseudvalgets behandling af arbejdsgruppens rapport kunne der ikke opnås tilslutning til det forsøg på en forklaring af udviklingen i læserinteressen, som arbejdsgruppen lagde frem. I stedet blev det besluttet at udskyde den videre behandling af disse spørgsmål til senere og mere tværgående behandling i kommissionen, netop fordi disse forhold må antages at kunne blive bedre belyst i en bredere mediepolitisk sammenhæng.

Kommissionen har noteret sig dette og vil på et senere tidspunkt vende tilbage til spørgsmålet om sammenhængen mellem medieudviklingen og den generelle samfundsudvikling.

Kapitel 4: Muligheder og erfaringer ved etablering af nye blade

Indledning

I dette kapitel refereres hovedresultaterne fra den redegørelse, som er udarbejdet af Presseudvalgets arbejdsgruppe vedrørende muligheder og erfaringer ved etablering af nye blade. I rapporten skelnes mellem egentlige dagblade og dagbladslignende publikationer. En række konkrete bladprojekter fra de sidste 10-15 år er beskrevet, og dermed er de nye bladprojekters vilkår gennemgået.

Beskrivelsen har måttet foretages på grundlag af et noget uensartet materiale, men i de fleste tilfælde er det lykkedes at fremskaffe regnskabsopstillinger for det sidste år, de pågældende blade udkom, eller for året 1980.

Ved udvælgelsen af de konkrete bladprojekter, der er indgået i undersøgelsen, blev følgende tre kriterier fastlagt:

1) Bladet skulle have en vis udgivelsesfrekvens.
2) Bladet måtte ikke uddeles gratis.
3) Bladets etablering skulle være begrundet med et særligt kommunikationsbehov, som ikke blev opfyldt i det gældende dagbladsmønster.

Undersøgelsen omfatter følgende bladprojekter:

Dagbladslignende publikationer

Avisen Fyn, Byens Fri Blad, Demokraten Weekend, Det ny Notat, Folk i Århus, København, NB, Politisk Revy, Socialdemokraten i Randers og *Århus Folkeblad.*

Egentlige Dagblade

Den nye Demokraten, Middelfart Folkeblad og *Socialistisk Dagblad.*

Af de dagbladslignende publikationer er *Avisen Fyn, Folk i Århus, NB* og *Århus Folkeblad* ophørt, mens samtlige de i undersøgelsen medtagne egentlige dagblade ophørte med at udkomme i 1982.

4.1 Kort beskrivelse af de enkelte avisforsøg

4.1.1 Beskrivelse af de dagbladslignende publikationer

De dagbladslignende publikationer kan opdeles i tre grupper:

1) Bladprojekter, der er gennemført professionelt med ansatte og betalte medarbejdere.
2) Landsdækkende blade, der rammer særlige interessegrupper, men som finansieres ved andre aktiviteter, og som bygger dels på fastansatte medarbejdere, dels på frivillig arbejdskraft.
3) Decideret lokale bladprojekter, der i alt væsentlig bygger på frivillig arbejdskraft.

Til den første gruppe vil det være naturligt at henføre nyhedsmagasinet *NB* og *Folk i Århus.* Til den anden gruppe *Det ny Notat* og *Politisk Revy* og til den tredie gruppe *Avisen Fyn, Byens Fri Blad, Demokraten Weekend, København, Socialdemokraten i Randers* og *Århus Folkeblad.*

De to blade i den første gruppe udkom kun i forholdsvis kort tid.

Folk i Århus udkom kun fire gange i februar 1974. Bladet blev fortrinsvis solgt i løssalg, idet abonnenterne kun udgjorde 5% af det samlede salg på gennemsnitlig 12.000 pr. nummer. Bladet udkom med et sidetal på 32 i et A-3 lignende format. Bladet startede efter flere måneders forberedelse, og to numre blev forproduceret, før det første nummer kom på gaden. Startkapitalen var på 90.000 kr. En vurdering går ud på, at bladet burde have haft

en egenkapital på mindst 200.000 kr. Det samlede underskud for de fire numre var ca. 140.000 kr. Bladsalget svarede stort set til forventningerne, mens annoncesalget var væsentlig ringere end forudset, selv om annoncesalget foregik 'professionelt'.

NB udkom i 1970 med 50 numre med et oplag, der aldrig kom under 40.000 og aldrig nåede over 80.000. Der var på forhånd kalkuleret med et oplag på 40-45.000, så det var ikke oplagsfiasko, der standsede det nye blad. Bladet blev trykt hos Aller i dybtryk og var i gennemsnit på 56 sider. Det blev grundigt forberedt, og der blev udarbejdet to prøvenumre. Etableringsomkostningerne omfattede såvel løn til ca. 35 journalister, som udgifter til fremstilling af prøvenumre samt til promotion. I de første ni måneder var reklameomkostningerne 1,3 mio. kr., hvoraf de 0,6 mio. kr. blev brugt i forbindelse med lanceringen. Udgivelsen kom med et rundt beløb til at koste udgiveren, Palle Fogtdal, 5 mio. kr. Bladet blev i høj grad solgt i abonnement, men administrationen af abonnementssystemet var ikke god, bl.a. fordi Fogtdals organisation ikke var 'gearet' til ugeblade, der blev solgt i abonnement. Indtægterne fra annoncer udgjorde en trediedel af de samlede indtægter, hvilket var mindre, end der var kalkuleret med. Den væsentligste grund til, at bladet måtte opgives, var for store faste omkostninger set i relation til bladets alt for lave salgspris.

De to blade i den anden gruppe, *Det ny Notat* og *Politisk Revy,* er de af undersøgelsens blade, der har eksisteret længst.

Det ny Notat blev etableret i 1974. Det udkommer nu ugentligt i tabloidformat med et sidetal på 16 sider pr. nummer. Oplaget ligger på 25.000. Løssalget udgør en forsvindende lille del, og salget er jævnt fordelt over hele landet. Bladets startkapital var på 30.000 kr., og det første regnskabsår viste en balance på knap 300.000 kr. med et driftsunderskud på 16.000 kr. Når underskuddet ikke var større, var grunden bl.a., at de fire faste medarbejdere kun fik en symbolsk løn (den samlede lønudgift var i det første regnskabsår 18.000 kr.). I dag er selve bladdriften en underskudsforretning, men bladet har en ikke ubetydelig indtægtskilde (ca. 650.000 kr. i 1980) ved salg af tekniske opgaver, forlagsvirksomhed m.v. Tilskud og indsamlinger beløb sig i 1980 til ca. 140.000 kr. Bladet havde et samlet overskud før renter og afskrivninger på 70.000 kr. af en omsætning, der nærmer sig 4 mio. kr.

Det ny Notat distribueres næsten udelukkende gennem postvæsenet, selv om bladet finder, at postdistributionen diskriminerer de små dagbladslignende publikationers afsætning i forhold til større etablerede aviser. På samme måde var bladet gennem en længere periode generet af, at det ikke kunne opnå momsfritagelse. Annonceringen udgør kun 6% af bladomsætningen, og bladet har kun ganske få annoncer fra offentlige myndigheder. Der betales en løn til de ansatte fuldtidsmedarbejdere på ca. 5.000 kr. månedligt, hvilket er betydeligt under satserne i gældende overenskomster.

Politisk Revy er det ældste blad i undersøgelsen, idet det er udkommet siden 1963. Bladet udkommer hver 14. dag i et oplag på ca. 6.000. Det udkommer med gennemsnitlig 22 sider i tabloidformat. Det sælges hovedsageligt i hovedstadsområdet og universitetsbyerne, og 98,5% af salget foregår gennem abonnement. Det sidste regnskab viste et underskud på næsten 400.000 kr. på selve bladdriften. Indsamlinger gav knap 40.000 kr., mens resten af underskuddet blev dækket af forlagsdriften, som gav et pænt overskud.

Politisk Revy distribueres næsten udelukkende gennem postvæsenet, og bladet er efter momslovens ændring pr. 1. juli 1981 momsfritaget. Annonceomsætningen er kun ca. 1,5% af omsætningen ved selve bladdriften. Politisk Revys syv faste medarbejdere har en månedsløn på ca. 3.500 kr. for en arbejdsuge på ca. 25 timer. Det skønnes, at lønudgiften ville stige med 150-200%, hvis medarbejderne skulle lønnes efter gældende tariffer.

Af bladene i den tredie gruppe er to, *Avisen Fyn* og *Århus Folkeblad* ophørt.

Avisen Fyn udkom første gang op til kommunalvalget i foråret 1978, og det udkom som månedsavis fra efteråret 1978. Fra februar 1980 kom bladet som ugeavis, og endelig udkom bladet under bladkonflikten i 1981 midlertidigt som dagblad. I januar 1982 erklærede avisen sig konkurs.

Bladet startede med udelukkende at blive solgt gennem løssalg, men abonnementssystemet voksede i takt med bladets alder. Som månedsavis med et sidetal på 32 sider stabilise-

rede oplaget sig på 5-6000 eksemplarer, som ugeblad med et sidetal på 20-24 sider dalede oplaget til 2-3000. Startgrundlaget var 10.000 kr. og leverandørkreditter. Avisdriftens underskud blev dækket ved støttefester, koncerter m.v.

Bladet blev tvunget til at gå over til ugentlig udgivelse på grund af momsreglerne. Desuden var bladet generet af de uensartede avisportotakster, der favoriserer ofte udkomne blade. Annoncernes andel af den samlede spalteplads var meget lille, men annonceindtægterne omfattede dog 30-40% af den samlede indtægt ved bladomsætningen. Man følte på avisen, at man led under offentlige myndigheders uensartede annoncepolitik, der er til etablerede blades fordel. Af de ansatte var en litograf og en typograf overenskomstlønnet, mens de redaktionelle medarbejdere (ofte 2-5 journalister) måtte dele lønnen til en fuldtidsansat inden for journalistoverenskomsten.

Byens Fri Blad udkom første gang i oktober 1981 som et 14-dages blad og blev startet af nogle af de personer, der var med til at udgive *Århus Folkeblad.* Oplaget er på 3-4.000 eksemplarer, som sælges både i abonnement og løssalg. Det udkommer med 32 sider pr. nummer i tabloidformat. Intentionen med bladet er at udvikle en publikation med magasinkarakter på bekostning af avispræget *(Arhus Folkeblad).*

Bladet havde en startkapital på 90.000 kr. (indskud fra private samt kassekredit), og et udsendt prøvenummer gav 6.000 kr. fra forhåndsabonnenter. I løbet af foråret 1982 var bladets kassekredit opbrugt. Bladet havde i starten problemer med momsfritagelse og senere med at få refusion for ansatte langtidsledige medarbejdere. Annonceindtægterne lå i starten omkring det niveau, man havde forventet, ca. 6-8.000 kr. pr. nummer. Der er på bladet ansat en halv litograf, en halv HK'er, en administrativ medarbejder og to langtidsledige. Fem journalister har siden etableringen ydet en frivillig indsats og har været aflønnet på den måde, at de har hævet et beløb, når der' var noget at hente'.

Demokraten Weekend er udkommet siden januar 1979 som månedsblad i ca. 20 avissider (almindeligt avisformat) i to sektioner. Ca. 60% af salget ligger inden for Vestsjællands Amtskommune, og de resterende 40% er fordelt jævnt over resten af landet. 94% af salget foregår til abonnenter. Oplaget er ca. 3.000. I løbet af 1983 er der planer om at overgå til weekendavis, og denne overgang forberedes af en projektgruppe.

Bladets startkapital var 62 kr., men et prøvenummer sikrede de første 326 abonnenter, hvilket gav ca. 16.000 kr. i kassen. Man regner med, at den planlagte overgang til ugeavis kræver, at der rejses en kapital på ca. 2 mio. kr. Det forudsætter en fordobling af oplaget. Bladet havde i 1980 et underskud på 40.000 kr. Fagbevægelsen har i bladets tre første år ydet et samlet tilskud på ca. 40.000 kr. Løssalget udgør kun 6% af det samlede salg, og distributionen foregår gennem postvæsenet. Bladet har en ganske god annoncedækning, idet ca. 60% af omsætningen stammer fra annonceindtægter, som i 1980 beløb sig til ca. 120.000 kr.. 40% af annoncerne stammer fra det offentliges annoncering. Bladets fundament har siden starten været, at redaktion og administration udføres af frivillig, ulønnet arbejdskraft. I bladets fireårige eksistens skønnes der at være lagt et millionbeløb i bladet i form af ulønnet arbejdskraft.

København er ikke indgået direkte i undersøgelsen, men bladet har udarbejdet et driftsstøttebudget, der med udgangspunkt i bladets egen situation er en opstilling over omkostningerne ved bladdrift under rimelige økonomiske vilkår. Det forudsætter en avis, der udkommer med 42 numre om året i 28 siders tabloidformat, som sælges til 5 kr. pr. nummer i løssalg og med et oplag på 10.000. Med ti faste medarbejdere, betaling til free-lance journalister og til salg ville et sådant blad have et tilskudsbehov på 1,5 mio. kr.

Socialdemokraten i Randers udkommer én gang om måneden i et oplag på knap 5.000. Hele oplaget bortset fra 120 eksemplarer, som sælges i abonnement, uddeles gratis, og bladet kan derfor næppe siges at opfylde de kriterier, der er sat for, hvilke bladprojekter, der er inddraget i undersøgelsen. Bladet havde i 1980 en annonceindtægt på ca. 65.000 kr., hvoraf der ikke kommer penge fra offentlig avertering. Bladet eksisterer i høj grad i kraft af frivillig, ulønnet arbejdskraft.

Århus Folkeblad udkom i godt tre år i perioden november 1977 til december 1980. Det udkom i starten hver 14. dag og startede med et

oplag på 8.000, der efterhånden stabiliserede sig på et lidt lavere niveau. Gennemsnittet for 1978 var ca. 5.300 pr. nummer. 11979 gik man over til ugentlig udgivelse, samtidig dalede oplaget til ca. 3.000. Bladet udkom med ca. 16 sider i tabloidformat, og løssalgsandelen var ca. en trediedel.

Før starten blev der udgivet et prøvenummer, og startkapitalen var på ca. 50.000 kr. samt forudbestilling fra ca. 600 abonnenter. Hertil kom leverandørkreditter. Driftsresultatet for 1980 var et underskud på ca. 100.000 kr. ved en balance på godt 700.000 kr. Lukningen tilskrives dog ikke alene det dårlige økonomiske resultat, men også uenighed om den redaktionelle linie.

Bladet overgik til ugeblad for at opnå momsrefusion og lavere posttakster. Annoncerne optog i 1978 8,7% af spaltepladsen og faldt i 1980 til 5,4%. Det offentliges annoncering udgjorde kun 3% af den samlede annoncering. *Århus Folkeblad* var i hele perioden først og fremmest baseret på frivillig arbejdskraft. Lønudgifterne begrænsede sig til udgifterne til en litograf og en HK'er samt til en journalist i en periode.

4.1.2 Beskrivelse af egentlige dagblade

Alle tre dagblade, som rapporten beskæftiger sig med, er gået ind. *Den nye Demokraten* og *Middelfart Folkeblad* før rapporten blev udarbejdet, *Socialistisk Dagblad* kort efter.

Den nye Demokraten udsendte sit første nummer den 1. oktober 1981 efter en kort planlægningsperiode, hvor bladet udsendte et prøvenummer til husstandene i dækningsområdet Århus Amt. Bladets aktiekapital var ved starten 2,3 mio. kr., hvortil kom et beløb på 1 mio. kr., der var stillet til rådighed af LO til starten af den ny avis.

Avisen udkom seks gange ugentligt som en tidlig middagsavis. Avisen havde kun en ganske kort periode til at etablere sig og indkøre den avancerede ny teknik. Bladet brugte ca. 2 mio. kr. på etableringen.

Bladets driftsresultat i de første fem måneder var et underskud på 6.671 mio. kr. Indtægterne på abonnement og løssalg var ca. 1 mio. kr. mindre end forudset i budgettet, mens annoncesalget stort set svarede til forventningerne, formentlig på grund af de to valg i efteråret 1981. Det var især redaktionsudgifterne, der var større end forventet. Avisens sidetal var også større end planlagt, mens oplaget til gengæld var mindre, end man havde håbet. En konflikt med bladets medarbejdere, der i en 'hvidbog' offentligt havde kritiseret ledelsen, samt et betydeligt tab af læsere ved overgangen til april kvartal 1982, betød, at bladet ikke længere kunne udgives. Sidste nummer udkom den 7. april 1982.

Middelfart Folkeblad udkom første gang den 18. august 1981 under aviskonflikten. Den ny avis, der udkom fem gange om ugen i tabloidformat, startede oplagsmæssigt som en succes, idet der dagligt var ca. 2.300 købere, hvilket var mere end forudset. Teknisk set opbyggedes avisen omkring underleverandører. Startkapitalen var på ca. 700.000 kr. på grundlag af kreditter i seks lokale pengeinstitutter. Udgifterne til etablering af bladet var ca. 715.000 kr., hvortil kommer markedsføringsudgifter på ca. 90.000 kr.

Der blev fra starten ansat 12 faste medarbejdere, heraf 5 i redaktionen. I løbet af det første kvartal blev der ansat yderligere to medarbejdere. Avisen blev trykt på *Fredericia Dagblad*, men startvanskeligheder betød, at avisen ofte blev forsinket, og i nogle tilfælde blev trykt andre steder end i Fredericia.

Resultatet af driften, inclusive en række udgifter i perioden fra maj 1981, hvor de første forberedelser blev truffet, var et minus på 800.000 kr. Indtægterne fra bladsalget var større end beregnet, mens til gengæld annonceindtægterne var mindre, fordi annoncørerne var usikre over for den ny avis. Sidetallet blev øget med i gennemsnit fire sider fra 14 til 18 fra 3. til 4. kvartal 1981. Annoncernes andel af den samlede spalteplads var 14% i tredie kvartal, 11% i det sidste. Alligevel bidrog annoncerne til mere end 40% af de samlede indtægter fra avis- og annoncesalg. Der var dog også to valg i denne periode.

I foråret 1982 kom avisen i likviditetsvanskeligheder, og forhandlinger med de seks lokale pengeinstitutter om en ekstra kapitaltilførsel på 250-300.000 kr. gav ikke resultat, hvorfor avisen den 1. marts standsede betalingerne og opgav udgivelsen.

Socialistisk Dagblad genstartede den 1. september 1981, efter at det gamle *Socialistisk Dagblad* den 12. juni 1981 måtte likvidere. I sin

gamle form havde bladet eksisteret i 12 år, oprindelig som *MinAvisen.* Avisen udkom fem gange om ugen med et oplag på ca. 5.500, næsten udelukkende i abonnement. Socialistisk Udgiver Selskab A/S blev stiftet af den kreds, der havde stået bag det gamle *Socialistisk Dagblad,* der var trådt i frivillig likvidation. Aktiekapitalen var oprindelig på 630.000 kr.

De første fire måneder efter genetableringen af bladet havde det et underskud på 530.000 kr. På indtægtssiden tegnede avissalget sig for 1,36 mio. kr., mens annoncesalget gav 490.000 kr. Men det var specielt indtægterne fra ' fremmede tryk - og satsopgaver', der ikke svarede til forventningerne, selv om de indbragte selskabet 1,1 mio. kr. Bladets annonceomsætning svarede til 16% af den samlede omsætning. 25-30% af annoncerne stammede fra offentlige myndigheder.

Bladet udkom sidste gang den 29. maj 1982, efter at selskabet havde indgivet konkursbegæring til Sø- og Handelsretten. En mulighed for bladets fortsatte drift havde været en nedlæggelse af de tekniske afdelinger, og flytning af produktionen til et andet dagblad. Men det forudsatte en kapitaltilførsel på ca. 1 mio. kr., og det var ikke muligt at skaffe. Aktiekapitalen var efterhånden nået op på 1,2 mio. kr., og bestyrelsens forudsætning for, at bladet kunne fortsætte, var, at underskuddet ikke blev større end aktiekapitalen.

4.2 Dagbladslignende publikationer

Det har vist sig svært at starte en dagbladslignende publikation. Bladene har haft ambitioner om et kvalitetsniveau, der kan sammenlignes med de eksisterende aviser. Men de ret snævre ressourcer sætter bl.a. en grænse for, hvor hyppigt man kan udkomme.

Undersøgelsens udpluk af dagbladslignende publikationer har (havde) en udgivelsesfrekvens varierende fra én gang om ugen til én gang om måneden. Bladene har typisk på et tidspunkt - evt. fra starten - haft planer om at udkomme hyppigere. Nogle har realiseret disse planer. Og i nogle tilfælde har beslutningen måske medvirket til at lukke bladet.

Når bladene har overstået den første periode, og projektet har opnået en vis stabilitet, er det nærliggende at forsøge sig med hyppigere udgivelser. Men bladene er i et betydeligt omfang afhængige af en frivillig, ulønnet arbejdsindsats, på hvis tålmodighed og udholdenhed der bliver trukket i takt med den hyppighed, bladet udkommer. Dernæst kan der være en tendens til, at annonceindtægterne ikke holder trit med de hyppigere udgivelser. Man kan ikke regne med at få tilnærmelsesvis fordoblet sine annonceindtægter, fordi man pludselig udkommer dobbelt så hyppigt. Endelig vil man muligvis have svært ved at fastholde læsertallet, hvis man udkommer for hyppigt. Spiraleffekten sætter ind.

Flere af bladene følte sig tvunget til at gå over til ugentlig udgivelse for at opnå momsfritagelse. Momsloven var således i visse tilfælde indirekte med til at forcere bladdriften. Momsloven er pr. 1. juli 1981 ændret, så udgivelseskriteriet nu er mindst én gang om måneden. Tilsvarende ligger der i posttaksterne et incitament til hyppige udgivelser, fordi taksten er differentieret, så omkostningerne ved distributionen pr. omdelt eksemplar falder, jo oftere bladet skal uddeles.

4.2.1 Økonomiske problemer

Økonomien ligger næsten altid bag ny-etablerede blades kriser, enten direkte eller indirekte i form af dårlige løn- og arbejdsforhold, som udspringer af de manglende økonomiske ressourcer.

Den væsentligste konsekvens af den dårlige økonomi på bladets daglige drift er nok de manglende muligheder for at aflønne personalet ordentligt. Bladene er i meget høj grad baseret på en frivillig, ulønnet arbejdsindsats. Det gælder i opstarten, men det er også tilfældet for de blade, der er kommet ud over den allerførste tid. Typisk er det i første omgang de tekniske medarbejdere, som typografer og litografer, der aflønnes overenskomstmæssigt eller noget, der ligner. I anden omgang bliver der så udbetalt en slags honorar til de redaktionelle medarbejdere, hvoraf nogle består af bladets inderkreds og stiftere, og som ofte tillige udfører andre opgaver på bladet. Honoraret har mere form af en puljedeling end en egentlig løn.

Den dårlige aflønning skaber problemer på flere måder. Det er kun i kortere tid muligt at yde en arbejdsindsats uden aflønning, med mindre man har indtægter andet steds fra. Det er givet, at bladenes ulønnede arbejdskraft i et

vist omfang også har indtægter fra andre kilder, men det er næppe i længden det mest stabile tilhørsforhold, der skabes til bladet på denne måde. Endvidere gør de dårlige aflønningsmuligheder det vanskeligt at knytte tilstrækkeligt personale til bladet, og der ligger normalt derfor en stor arbejsbyrde på projektets medarbejdere, hvilket har en nedslidning og stort gennemtræk til følge. Endelig har man ikke mulighed for at tilknytte kvalificerede, erfarne og professionelle bladfolk til avisen.

At etablere et blad kræver startkapital. På et tidspunkt vil det være nødvendigt, **at** bladet økonomisk kan hvile i sig selv under den ene eller den anden organisationsform, aflønningspraksis osv., eventuelt suppleret med tilskud fra andre aktiviteter. Men i begyndelsen må bladet leve af den indskudte kapital.

Et gennemgående træk ved de undersøgte blade har været den ringe startkapital, bladene har haft til rådighed. Indskuddene kommer typisk fra tre kilder: Dels opnår bladprojektet et banklån med sikkerhedsstillelse fra kautionister, der tilhører bladets inderkreds, som ofte tillige er medarbejdere på bladet. Lånet bliver derfor ikke stort og mægtigt, der er grænser for det beløb, som kautionisterne kan eller vil indskyde i et risikofyldt foretagende. Dels dannes der en støtteforening, hvis medlemmer giver mindre tilskud til projektet. Endelig får bladet et kapitalindskud fra de forhåndsabonnenter, der tegner sig. Denne kapital står dog ikke til rådighed fra bladprojektets fødsel, men kommer typisk til veje efter udsendelsen af et prøvenummer, som i sig selv kræver en vis kapital.

Det samlede resultat er ikke imponerende. Et blad vil typisk i høj grad være baseret på frivillig, ulønnet arbejdskraft i etableringsfasen, som også senere. Men selv under denne forudsætning vil økonomien ved bladprojektets start være så stram, at forberedelsen og planlægningen af bladet forkortes, og udgivelsen af de første numre forceres for at få 'penge i kassen'. Og planlægningsfasen er vigtig. Bladets skæbne afhænger i høj grad af de første numres succes. Skal de første numre have det tilstrækkelige professionelle tilsnit, krøver det tid og ro til en kontinuerlig indkøring og fortsat produktudvikling, som ikke er gratis.

Den begrænsede startkapital kan også være medvirkende årsag til, at et blad ikke overlever fødslen og den første svære tid.

Sidst, men ikke mindst, har de ny-etablerede blade ingen kapital til en ordentlig PR-virksomhed over for en potentiel læserskare og de potentielle annoncører.

Likviditetsproblemerne for et nystartet blad har en vis sammenhæng med den manglende startkapital: Havde man tilstrækkelig kapital indskudt i projektet, ville forskydninger i ind- og udbetalingsterminer ikke volde problemer, men netop fordi økonomien er stram, kan forskudte betalingsterminer have alvorlige konsekvenser.

4.2.2 Bladsalget

De nyetablerede blade er selvfølgelig meget afhængige af det solgte oplag, hvilket forstærkes af, at den anden indtægtskilde, annoncerne, ikke er så stor. Salget er i sidste ende afhængig af behovet for bladet i befolkningsunderlaget. Men der er i undersøgelsen blevet peget på en række forhold, der hæmmer bladsalget, og i visse tilfælde stilles nye blade dårligere end de etablerede dagblade.

Der synes at være en klar tendens til, at bladene i starten afsætter en stor del af - måske hele - det solgte oplag gennem løssalg. Løssalget vil ofte være en ustabil salgsform. Senere hen vinder abonnementsandelen af salget frem.

Repræsentanter fra nogle af de undersøgte blade har fremhævet, hvor vanskeligt og hvor ressourcekrævende det er at skabe et rimeligt kiosksalg, det kræver et intensivt opsøgende arbejde. Det er de lokale blade med et salg i et stærkt koncentreret geografisk område, der har de bedste muligheder for afsætning gennem kioskerne.

Abonnementssalget, som med tiden får større betydning, volder ligeledes distributionsproblemer. De nyetablerede blade vil normalt ikke have mulighed for at tilslutte sig den fællesdistribution, som visse etablerede dagblade er tilknyttet. Abonnementseksemplarerne distribueres derfor gennem postvæsenet. Her har man indvendinger imod, at posttaksterne er indrettet således, at de favoriserer de hyppigt udgivne blade. Og da de nye blade normalt ikke udkommer så tit som etablerede blade, bliver distributionsprisen pr. stk. relativt dyrere. Dette argument bygger på en forudsætning om, at priselasticiteten for de nystartede blade er betydelig, hvilket også forekommer ret sandsynligt. Endvidere er postvæsenets distributionspolitik blevet kritiseret,

fordi avislignende blade ofte af det lokale postvæsen rubriceres som 'ugeblade' eller 'magasiner', og derfor først udbringes i anden række, mens bladene selv lægger vægt på hurtig udbringning begrundet med aktualiteten og i sidste ende af hensyn til den fremtidige afsætning.

Momsreglerne er også blevet fremhævet i diskussionen om nyetablerede blades vanskelige salgsvilkår. De undersøgte publikationer er af dagsbladslignende karakter, og nogle blade ligger på grænsen til den kategori, som er omfattet af momslovens regler for momsfritagelse, idet de knap nok ifølge Momsnævnet opfylder nyhedskriteriet. Konsekvensen vil i givet fald være, at der skal betales moms af bladsalget m.v., et beløb som betyder meget for nyetablerede blade.

4.2.3 Annoncesalget

Det er fristende at betegne annoncerne som de nystartede blades akilleshæl. De etablerede blade eksisterer i høj grad i kraft af annonceindtægterne, der normalt udgør omkring halvdelen af omsætningen. Et nyt blad er i langt højere grad henvist til at hente pengene hjem gennem bladsalget, hvor der er ret snævre grænser for, hvor højt man kan sætte prisen.

Når annonceringen er så begrænset, kan det bl.a. hænge sammen med det ganske naturlige forhold, at det tager sin tid, før potentielle annoncører bliver opmærksomme på, at der er dukket et nyt annoncemedium op på markedet med en gunstig kontaktflade. Oftest vil bladene mangle de ressourcer, der kunne afhjælpe problemet gennem en ordentlig annoncemarkedsføringskampagne. Om den gunstige kontaktflade skal i øvrigt nævnes, at bladene oftest synes at hænge godt med i de mere etablerede og større publikationers annoncepriser, hvilket kan give en meget høj kontaktpris.

De undersøgte blades repræsentanter føler, at offentlige myndigheder svigter med hensyn til annonceringen. Man mener, at der heri kunne ligge dels en mulighed for at informere borgerne bedre, dels en mulighed for at give indirekte støtte til bladprojekterne på lige fod med de etablerede dagblade.

4.3 Egentlige dagblade

Etableringen af et egentligt dagblad er ingen let opgave. Det er måske karakteristisk, at de tre dagblade, som blev omfattet af undersøgelsen, alle er ophørt med at udkomme.

Det var den ny avisteknik, der var grundlaget for starten af *Middelfart Folkeblad* og *Den nye Demokraten* i efteråret 1981. Begge aviser valgte at få teknikken leveret af 'underleverandører' og brød dermed med det mønster, der normalt karakteriserer aviser, der har samlet redaktion, administration og teknik i bladhuset. *Den nye Demokraten* valge en avanceret teknik, hvor stoffet blev indskrevet på skærme på redaktionen i Århus og i en centralcomputer i Nakskov omsat til fotosats, der gik til trykstedet, hvor bladet også blev ombrudt. *Middelfart Folkeblad* valgte en betydelig mindre avanceret teknik, hvor momsregistrerede 1-2 mands firmaer arbejdede i fælleslokaler med det maskineri, som Folkebladet havde indkøbt, bl.a. en brugt fotosætter, som gav bladet store vanskeligheder i starten. I begge tilfælde var der tale om deciderede lokalblade, men det ene, *Middelfart Folkeblad,* havde et meget begrænset udgivelsesområde, tre relativt små vestfynske kommuner. *Demokratens* dækningsområde, som omfattede hele Århus Amt, var derimod større end hver af de konkurrerende lokalblades, *Aarhuus Stiftstidende, Amtsavisen i Randers* og *Midtjyllands Avis.* De to nye aviser fastsatte deres avispriser i overensstemmelse med konkurrenternes pris. Begge aviser havde en kort planlægningsperiode, og de måtte begge opgive på grund af likviditetsvanskeligheder, men dermed ophører lighederne.

Socialistisk Dagblad skiller sig noget ud fra de to andre dagbladsprojekter. Det hænger bl.a. sammen med, at der ikke i egentligste forstand var tale om en helt ny avis, men om en rekonstruktion af et tidligere bladprojekt.

4.3.1 Økonomiske problemer

Middelfart Folkeblad havde en begrænset startkapital, men fik salgsmæssigt en ønskestart, idet oplaget var betydelig større end forudset. Men avisen blev i nogen grad kvalt af 'positive' problemer. Det store oplag betød nemlig fra starten en række uforudsete ekstraudgifter, og den valgte tekniske løsning gav også avisen økonomiske problemer. Derfor blev driften - trods oplagssuccesen - dyrere end beregnet, og avisen kom i likviditetsvanskeligheder, som ikke lod sig løse, selv om der var

ved at komme balance mellem indtægter og udgifter.

Den nye Demokraten nåede aldrig sine oplagsmål, og udgifterne, især til lønninger, var langt større end beregnet. Da avisen skulle tilpasse udgifterne til indtægterne, opstod der en konflikt mellem ledelse og medarbejdere med det resultat, at bladets journalister blev afskediget med omgående virkning. Det kunne ikke undgå at påvirke avisens kvalitet, og da abonnementet skulle fornys 1. april, faldt læserne fra i så stort tal, at det blev besluttet at lukke avisen. I forvejen havde man kun nået halvdelen af det oplag, der var regnet med. De to aviser opnåede relativt gode annonceindtægter set i forhold til den samlede omsætning og i betragtning af, at de var nye på markedet.

Socialistisk Dagblad havde den fordel i etableringsfasen, at man kunne stable en betydelig aktiekapital på benene, og at man kunne regne med en stor gruppe af kernelæserne blandt det gamle *Socialistisk Dagblads* læserskare. De økonomiske problemer, der opstod senere, skyldtes manglende annoncesalg og et skuffende salg af opgaver ud af huset (biaktiviteter).

Middelfart Folkeblad og *Den nye Demokraten* kom ud for uforudsete udviklingsforløb, som der ikke var taget højde for i planlægningen, og som derfor kom til at koste uforholdsmæssigt meget. I det hele taget var planlægningen for mangelfuld. Introduktionen af de nye aviser skete uden de forberedelser, som er nødvendige. Det gælder i udpræget grad for *Den nye Demokraten*, hvor det udsendte prøvenummer f.eks. ikke var tilstrækkeligt forberedt, og hvor den målsætning, der var fastlagt for bladets indhold, aldrig blev nået. Oplagsudviklingen viste, at *Middelfart Folkeblad* med det begrænsede udgivelsesområde havde valgt den rigtige læserkreds, mens *Den nye Demokraten* havde store vanskeligheder med at give læserne en rimelig lokaldækning, når et så stort lokalområde skulle dækkes.

Socialistisk Dagblads planlægningsperiode var for så vidt ikke lang. Men der var den afgørende fordel og forskel til de to andre blade, at man rejste sig umiddelbart på ruinerne af et andet bladprojekt, og f.eks. overtog den gamle medarbejderkerne. Det betød, at de uforudsete udviklingsforløb var marginale, når man sammenligner med de rystelser, der rokkede ved de to andre dagblades fundament.

4.4 Konklusion

En afgørende forudsætning for et blads succes synes at være en grundig planlægning før bladets start og i den første tid herefter. Det nytter ikke at sende et nyt blad på gaden uden en lang række overvejelser, markedsundersøgelser og prøvenumre. Og der skal være kraft, overskud og styrke til at tage imod de mange uforudsete hændelser - både i negativ og positiv retning - i bladets første tid og ændre signalerne derefter. Mange nye blade vil være 'klemt' økonomisk og dermed forcere projektet. Men selv med et godt økonomisk fundament kan et nyt blad komme i uføre, hvis denne planlægning negligeres.

At etablere et dagblad er et meget stort og ressourcekrævende projekt. Derfor er det nærliggende at forestille sig nye initiativer, som tager form af et blad, der ikke udgives hver dag, men én eller få gange om ugen eller med endnu større mellemrum.

Et sådant blad kan ikke udfylde det egentlige dagblads servicefunktioner i form af f.eks. dag-til-dag nyheder og radio- og tv-programmer, men kan have mange andre af dagbladets egenskaber, såsom at levere baggrundsartikler til aktuelle begivenheder og videregive og debattere meninger og holdninger.

Rapporten om etablering af nye dagblade viser klart, at de store vanskeligheder opstår i planlængings- og etableringsfasen. De blade, der er kommet over den første vanskelige fase, har tilsyneladende fundet en driftsform, som sikrer deres fortsatte udgivelse.

Kapitel 5: De trykte mediers økonomi og beskæftigelse

Indledning

Som nævnt i kapitel 1 nedsatte Presseudvalget en arbejdsgruppe til at behandle de trykte mediers økonomi og beskæftigelse. Hovedresultater af arbejdsgruppens arbejde fremlægges i dette kapitel.

Også på dette område er datagrundlaget meget forskelligt for de enkelte mediegrupper.

For dagbladenes vedkommende foreligger der så at sige en totalbeskrivelse af økonomien gennem Den grafiske Højskoles årlige bedriftssammenligninger. Arbejdsgruppen har haft adgang til disse undersøgelsers data. For de andre mediegruppers vedkommende var vilkårene anderledes. Efter kontakter til de pågældende udgiverorganisationer besluttede arbejdsgruppen derfor at gennemføre en stikprøveundersøgelse inden for grupperne 'distriktsblade' og 'fagblade og tidsskrifter' med henblik på indsamling af regnskabs- og produktdata.

For distriktsbladenes vedkommende viste det sig umuligt at få indhentet de ønskede oplysninger, hvorfor de i rapporten opgivne omsætningstal er tilvejebragt af udgiverorganisationerne. Analysen af magasinpressen er baseret på materiale udarbejdet af Dansk Magasinpresses Udgiverforening. Afsnittet om reklametryksager er baseret på materiale indsamlet i forbindelse med prognosearbejdet på Den grafiske Højskole.

5.1 De trykte mediers samlede økonomi og beskæftigelse

Arbejdsgruppen har belyst forholdene inden for følgende 5 mediegrupper:

- Dagspressen
- Magasinpressen
- Distriktspressen
- Fagpressen
- Reklametryk

Tabel 1: Hovedtal 1980 på mediegrupper

	Dagspressen		Magasinpressen		Distriktspressen		Fagpressen		Reklametryk	
	mio.kr.	%	mio.kr.	%	mio.kr.	%	mio.kr.	%	mio.kr.	%
Reklameindtægter	1.644	46,0	166	17,8	570	100,0	253	43,6	1.200	100,0
Bladsalg/tilskud	1.930	54,0	765	82,2	.		327	56,4	.	
Bruttoomsætning	3.754	100,0	931	100,0	570	100,0	580	100,0	1.200	100,0
Materialer	554	20,6	306	49,0	.	.	360	163,6	.	30,3
Frem.arb./provisioner	325	12,1								
Nettoomsætning	2.695	100,0	625	100,0			220	100,0		100,0
Lønninger	993	36,2	187	29,9			28	12,7		45,6
Øvrige variable udg.	125	4,6	121	19,4	.	.			.	8,0
Gager	700	26,0	115	18,4			180	81,8		20,4
Øvrige faste udg.	848	31,5	200	32,0						12,1
Årets bidrag	29	1,1	2	0,3	.	.	12	5,5	.	13,9

I forhold til Presseudvalgets arbejdsprogram, hvor der opstilles 7 mediegrupper, er ugeblade og magasiner behandlet under ét i magasinpressen. Årbøger og handelskalendere er slået sammen med tryksager i gruppen reklametryk. Denne sammenlægning er sket ud fra datamæssige hensyn.

I Tabel 1 er opstillet en oversigt over totaløkonomien inden for hver af de 5 grupper for året 1980, som er det seneste år, hvorfra der foreligger data for alle grupper. Oversigten er opstillet svarende til den såkaldte økonomimodel som på en hensigtsmæssig måde viser mediegruppens indtægter og disses anvendelse.

Økonomimodellen har følgende indhold:

Indtægter:
1) Reklame
2) Bladsalg og tilskud
3) Bruttoomsætning (1 + 2)

Udgifter:
4) Materialer
5) Fremmed arbejde og provisioner
6) Nettoomsætning (3-(4 + 5))
7) Lønninger og lønafhængige omkostninger
8) Øvrige variable omkostninger
9) Gager
10) Øvrige faste omkostninger.

Årets bidrag:
11) Forskel mellem indtægter og udgifter til dækning af finansieringsomkostninger (6-(7 + 8 + 9+10))

Enkelte af punkterne giver anledning til følgende kommentarer:

ad 1: Reklame omfatter alle former for trykt reklame, dvs. annoncer, brochurer, tilbudsaviser og kataloger,

ad 2: Tilskud dækker over tilskud fra organisationer til udgivelse af dagblade eller fagpresse.

ad 3: Bruttoomsætningen svarer til samtlige de med driften forbundne indbetalinger.

ad 4: Materialer består i overvejende grad af papir, farve, film og plader.

ad 5: Fremmed arbejde og provisioner dækker anvendelse af underleverandører til løsning af produktionsopgaver og markedsføring.

ad 6: Nettoomsætning betegnes i regnskabsterminologi ofte som dækningsbidrag I og bruges her som indeksbase for eksempelvis at kunne sammenligne lønprocenter uden hensyn til materialeforbrugets størrelse.

ad 8: Øvrige variable omkostninger er f.eks. energiforbrug.

ad 10: Øvrige faste omkostninger er eksempelvis husleje, forsikringer og telefon.

ad 11: Årets bidrag er et regnskabsmæssigt udtryk, der ikke må forveksles med nettooverskud. Der kan kun være tale om nettooverskud, hvis årets bidrag har en sådan størrelse, at afskrivninger og forrentning af investeringer kan dækkes over driften.

5.1.1 Den totale økonomi

Lægger man omsætningstallene i tabel 1 sammen på tværs, får man et billede af den samlede omsætning, som fremgår af tabel 2.

Tabel 2: Totale omsætning brutto, 1980

	mio. kr.
Reklameindtægter	3.833
Bladsalg m.v.	3.022
I alt bruttoomsætning	6.855

Imidlertid er det nødvendigt at foretage en række korrektioner af tallene i tabel 1 og 2 for at kunne give et rimeligt, realistisk totalbillede af den samlede omsætning og dens fordeling på mediegrupper. Årsagerne hertil er følgende:

1) De *distriktsblade* , som dagspressen udgiver, er indeholdt i omsætningstallene for både dagspressen og distriktspressen.
2) Det samme gør sig gældende for de *magasiner og ugeblade* , dagspressen udgiver.
3) Der skal korrigeres for de *dagblade og magasiner* , som ikke indgår i undersøgelsen.

Tabel 3: Omsætningstal, korrigerede, 1980 pa hovedgrupper

	Dags-pressen	Magasin-pressen	Distrikts-pressen	Fag-pressen	Reklame-tryk
			— mio. kr. —		
Reklameindtægter . . .	1.422	206	570	253	1.200
Bladsalg m.v.	1.852	1.035	0	327	
Bruttoomsætning i alt	3.274	1.241	570	580	1.200

De korrigerede omsætningstal, gruppe for gruppe, fremgår af tabel 3.

Den korrigerede totalomsætning i 1980 i de trykte medier bliver herefter:

Tabel 4: Totalomsætning, 1980, korrigeret

	mio. kr.	%
Reklameindtægter . .	3.651	53,3
Bladsalg m.v.	3.214	46,7
I alt	6.865	100,0

Der kan yderligere argumenteres for at forøge tallet med værdien af reklamebureauernes kreative indsats på trykte medier. Her sigtes alene til det kreative arbejde, bureauerne debiterer deres kunder for. Dette tal må formodes at være mellem 100 og 200 mio. i 1980.

Tallene i tabel 4 kan for reklameindtægtens vedkommende sammenholdes med og vurderes i forhold til den analyse af reklameforbruget, som Handelshøjskolen i København gennemfører hvert 5. år. I tabel 5 vises resultatet fra den seneste undersøgelse.

Uoverensstemmelser mellem analyserne vil der ikke blive redegjort for på dette sted, men

Tabel 5: Reklameforbruget i Danmark 1973-78. Årets priser (endelige tal)

	1973 mio. kr.	%	1978 mio. kr.	%
Dagblade	661,0	32,8	1.200,0	32,0
Magasiner	112,0	5,6	150,0	4,0
Fagblade og tidsskrifter	118,0	5,9	250,0	6,6
Distriktsblade	195,0	9,7	530,0	14,6
Andre publikationer	57,0	2,8	150,0	4,0
Annoncering i alt	1.144,0	56,8	2.280,0	60,6
Tryksagsreklame	637,0	31,6	[1]1.090,0	29,0
Film- og lysbilledreklame	19,0	0,9	32,0	0,8
Trafikreklame	30,0	1,5	67,0	1,8
Deltagelse i udstillinger	30,6	1,5	55,0	1,4
Andre reklamemidler	45,0	2,2	56,0	1,5
Ufordelte administrationsomkostninger[2]	110,0	5,5	[2]180,0	4,8
Reklameforbrug i alt	2.015,0	100,0	3.760,0	100,0

[1] Efter revideret opgørelsesmetode skulle beløbet være 1.027 mill, kr

[2] Efter ændret opgørelsesmetode er det korrekte beløb 250 mill, kr

det kan oplyses, at de især har rod i de forskellige analysemetoder.

For reklameforbrugets vedkommende gælder det i øvrigt for hele den vestlige verden, at dette synes at udgøre en nogenlunde konstant andel af bruttonationalproduktet. For Danmark er dette tal i 1973 og 1978 beregnet til henholdsvis 2,3% og 2,5%.

5.1.2 Indtjeningsevnen

I driftsøkonomisk henseende må man stille det krav til en virksomhed, at indtjeningen - ud over at dække de løbende driftsudgifter - har en sådan størrelse, at finansierings- og udviklingsomkostningerne kan afholdes. Hvis ikke dette er tilfældet, forringes virksomhedens overlevelsesmuligheder.

I økonomimodellen, som er vist i tabel 1, er posten 'årets bidrag' et udtryk for indtjeningsevnen. Det er en almindelig antagelse, at 'årets bidrag' i procent af nettoomsætningen over en årrække ikke må være lavere end 10% i gennemsnit. Finansieringsinstituttet for Industri og Håndværk har i sin årlige regnskabsanalyse for 1980 beregnet, at årets bidrag for de 643 virksomheder med en samlet omsætning på ca. 37 mia. kr., som er omfattet af undersøgelsen, var på 18,4% af nettoomsætningen. Det er et resultat for dansk erhvervsliv i almindelighed, som ligger klart over alle de størrelser, der er angivet i tabel 1.

I mediegruppen *reklametryk* er økonomistrukturen vist for civiltrykkerier, der har mange produktionsfællestræk med dag- og ugebladsvirksomheder. Her er procenten, som det vil ses i tabel 1, 13,9.

I sammenligning hermed udviser dagspressen og magasinpressen et meget dårligt resultat for 1980 med gennemsnitlige årsbidrag på henholdsvis 1,1% og 0,3% af nettoomsætningen. Et sådant resultat er farligt for virksomhedernes eksistens. Hvordan det har været i de foregående år, fremgår af de næste afsnit.

Det er nødvendigt at påpege, at tabel l's økonomidata er data for virksomhedsenheder. De distriktsblade, der udgives af dagspressen og indgår i et fælles driftsregnskab, er der økonomisk berettet om i mediegruppen *dagspressen.* Der er ingen realistisk mulighed for at 'skille dem ud'. Det er derfor dagbladsvirksomhedernes samlede indtjening, der er tale om og udtrykt som 1,1% i 'årets bidrag'. Hvor megen indflydelse biaktiviteter har på dette tal, fremgår af analysen på side xx.

På distriktspressen er det af gode grunde ikke muligt at anvende vurderingskriteriet og på fagpressen næppe rimeligt på grund af denne mediegruppes heterogene sammensætning.

5.1.3 Beskæftigelsen

Der foreligger ikke beskæftigelsesdata for hver enkelt mediegruppe. På grundlag af de tilgængelige statistiske oplysninger kan udviklingen i beskæftigelsen i de trykte medier belyses ved en række tabeller. Tabel 6 viser den samlede beskæftigelse i den grafiske industri fordelt på arbejdere, funktionærer og indehavere.

Tabel 6: Antal beskæftigede i grafisk industri

	1970	1975	1980
Arbejdere . . .	17.152	16.123	14.937
Funktionærer	10.089	9.906	10.370
Indehavere . .		326	267
I alt	27.241	26.355	25.574

Kilde: Danmarks Statistik

Tabellen omfatter virksomheder med mere end 6 ansatte og vedrører beskæftigelsen i den grafiske industri exclusive papirvareindustrien. Tabellen viser, at beskæftigelsen totalt er faldet i perioden med en vis forskydning mellem grupperne.

Beskæftigelsesudviklingen på dagbladsvirksomhederne fremgår af tabel 7.

Tabel 7: Antal beskæftigede i dagbladsvirksomheder

	1970	1975	1980
Arbejdere	6.096	5.803	5.512
Funktionærer*)	6.499	6.180	6.282
Indehavere		2	2
I alt	12.595	11.985	11.796
*) Heraf redaktionelle medarbejdere		1.452	1.489

Af tabellen fremgår en tilsvarende, men knap så markant udvikling som i den grafiske industri som helhed.

Opgørelsen af antallet af redaktionelle medarbejdere omfatter kun medlemsvirksomhederne i Danske Dagblades Forenings Forhandlingsorganisation (DDFF), dvs. at det faktiske antal må være højere.

Beskæftigelsen i den øvrige del af den grafiske industri fremgår af tabel 8:

Tabel 8: Antal beskæftigede i grafisk industri excl. dagblade

	1970	1975	1980
Arbejdere	11.056	10.320	9.425
Funktionærer ..	3.590	3.726	4.088
Indehavere ...		324	265
I alt	14.646	14.370	13.779

På grundlag af oplysninger fra Grafisk Kartel er beskæftigelsesudviklingen for medlemmerne af Dansk Typografforbund og Dansk Litografforbund vist i henholdsvis tabel 9 og 10.

Tabel 9: Antal beskæftigede medlemmer af Dansk Typografforbund

	1970	1975	1980
Dagspressen ...	3.268	3.587	3.407
Magasinpressen			331
Anden beskæft. .	[8.761	[7.031	6.336
I alt	12.029	10.618	10.074

Af tabellen fremgår bl.a., at den samlede tilbagegang i beskæftigelsen i perioden ligger uden for dagspressens område.

Tabel 10: Antal beskæftigede medlemmer af Dansk Litografforbund

	1970	1975	1980
Dagspressen ...	•	305	349
Magasinpressen			431
Anden beskæft. .		[2.227	2.617
I alt	2.457	2.532	3.397

Generelt har der for denne gruppe været tale om beskæftigelsesfremgang i løbet af 1970erne.

Med både økonomidata og beskæftigelsesdata for et erhvervsområde er det muligt at udregne nøgletallet 'lønomkostning pr. medarbejder' efter modellen:

$$\frac{\text{Lønninger og lenafhængige udg.} + \text{gager og gageafhængige udg.}}{\text{Antal beskæftigede}}$$

For dagbladsvirksomheder, grafiske virksomheder excl. dagblade og for de 643 virksomheder, der er omfattet af analysen fra Finansieringsinstituttet for Håndværk og Industri, er resultatet for 1980:

Dagbladsvirksomheder .	ca. kr. 165.000
Grafiske virksomheder .	ca. kr. 139.000
Alm. industrivirks.	ca. kr. 114.000

Resultatet for dagbladsvirksomhederne er baseret på de driftsøkonomiske analyser, Den grafiske Højskole gennemfører for Danske Dagblades Forening. Tallet kan derfor ikke udledes af det i betænkningen fremlagte datamateriale.

Det er arbejdsgruppens opfattelse, at disse informationer er af betydning for vurderingen af mediegruppeøkonomien.

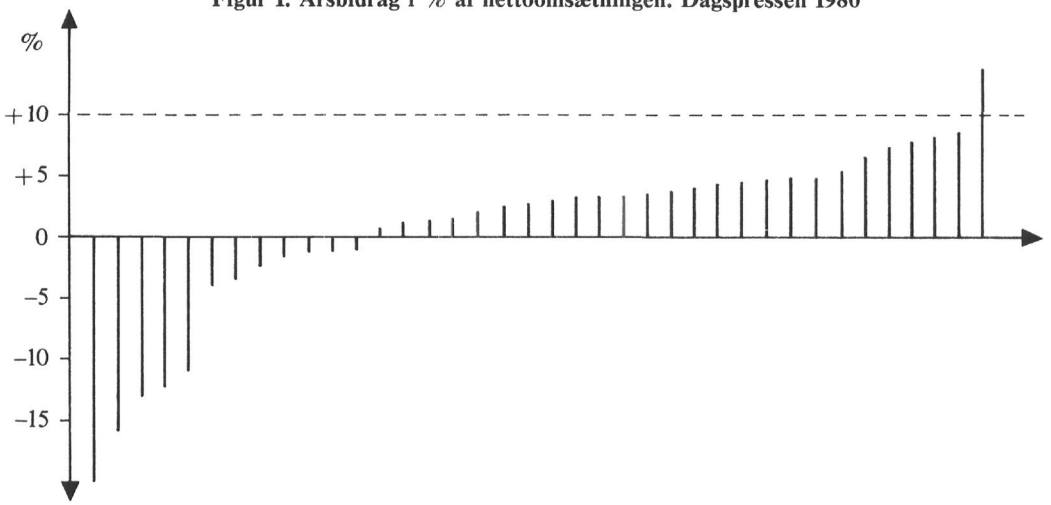
5.2 Dagspressen

Det fremgår af afsnit 5.1, at dagspressens økonomiske indtjeningsevne var katastrofal ringe i 1980. Den seneste økonomiske beretning fra Danmarks Statistik om erhvervslivet udpeger da også dagspressen som det erhvervsområde, der har de ringeste driftsresultater. Arsbidraget på 1,1% af nettoomsætningen er et gennemsnitsudtryk, som **i** figur 1 opløses i de enkelte virksomheders resultater.

Hver lodret streg betegner en bladvirksomhed. Det fremgår klart af denne figur, at kun få af dagbladsvirksomhederne har acceptable driftsresultater. Langt de fleste måtte i 1980 forøge gælden for at skabe balance mellem ind- og udbetalinger.

At et enkelt år er dårligt behøver ikke være en katastrofe for et erhvervsområde. Der er derfor grund til at belyse de sidste 10 år. Det er gjort i figur 2, hvor årenes bidrag er vist i procent af nettoomsætningen dels for dagbladsvirksomheder og dels for almindelige industrivirksomheder. Kurven for sidstnævnte er baseret på de undersøgelser fra Finansie-

Figur 1: Årsbidrag i % af nettoomsætningen. Dagspressen 1980



ringsinstituttet for Industri og Håndværk, der er omtalt ovenfor. Der er grund til at påpege, at de i den analyse deltagende virksomheder har vist sig 'låneværdige' og derfor må anses for at være nogle få procentpoint bedre end gennemsnittet.

Figuren illustrerer danske dagbladsvirksomheders økonomiske vanskeligheder i løbet af 1970erne. Dette sætter resultatet for 1980 yderligere i relief, idet resultaterne tidligere i perioden har tæret kraftigt på virksomhedernes egenkapital. Der findes ikke datamateriale til belysning heraf, men Danske Dagblades Forening vil i samarbejde med Den grafiske Høj-

Figur 2: Årets bidrag i % af nettoomsætningen. 1970-1980

skole gennemføre en analyse af dagbladenes finansforhold i efteråret 1982.

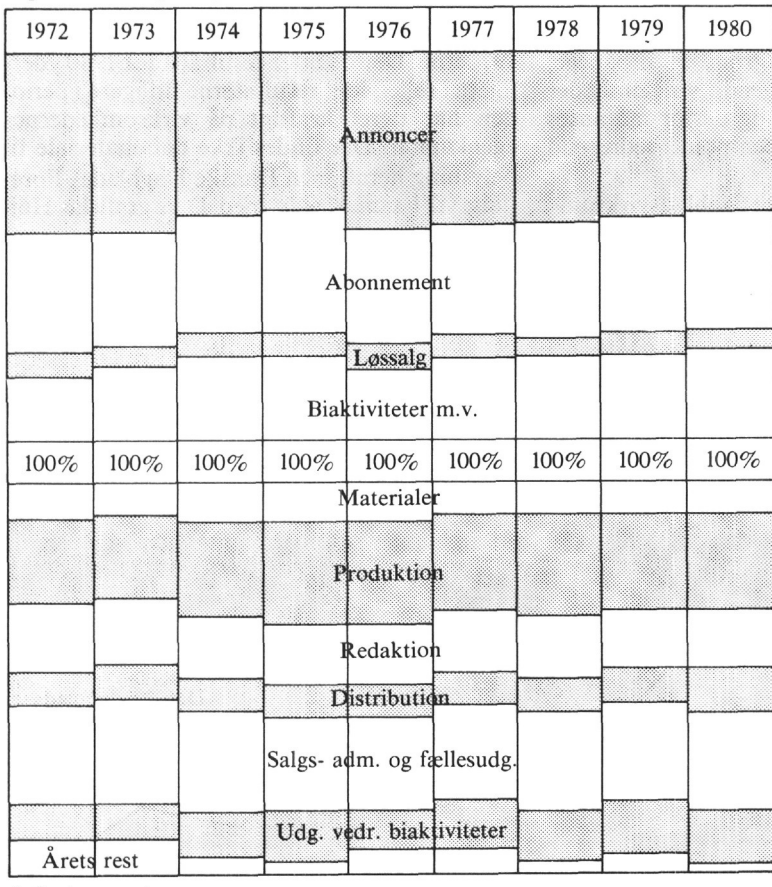
5.2.1 Indtægts- og udgiftsstrukturens udvikling

Indtjeningen er en forskelsværdi mellem indtægter og udgifter. Ved analyse af disse poster kan søges forklaringer på udviklingen. En analyse kan ikke umiddelbart gennemføres på grundlag af opstillingen i tabel 1. I stedet kan indtægtssiden og udgiftssiden splittes op på en anden måde, jfr. figur 3, som viser indtægts- og udgiftsstrukturens sammensætning og udvikling for 29 provinsdagblade. For syv landsdækkende dagblade, der deltager i analysen, er der ikke databaggrund for en sådan langtidsanalyse.

Pengeværdiforringelsen er udtrykt i nederste linie som inflationsraten (forbrugerprisindekset), der kan sammenholdes med udviklingsprocenterne yderst til højre. Langtidsanalysen giver anledning til at konstatere:

- at indtjeningsevnen (årets rest) burde være vokset 241% for at fastholde udgangspositionen fra 1972. I stedet faldt den 51%,
- at biaktiviteter har stærkt accellererende betydning i bladhusene,
- at annoncesalget er klart vigende i indtægtsstrukturen,
- at materialeudgifterne ikke viser nogen belastende udvikling,
- at produktionsudgifterne på trods af omfattende investeringer i ny teknologi er steget stærkere end indtjeningen målt som bruttoomsætningen.

Figur 3: Indtægts- og udgiftsstrukturen for 29 provinsdagblade, 1972–1980



1980 I alt 1.000 kr.	1972–80 Stign. %
622.246	+ 128,2
464.649	+153,3
85.114	+174,3
342.422	+291,7
1.514.431	+163,6
128.914	+127,7
379.866	+216,4
241.767	+149,3
145.148	+177,5
394.678	+172,0
197.780	+300,9
26.278	÷ 51,5
	+241,4

Den grafiske fremstilling kan være vanskelig at overskue. Derfor er der i bilag 11 vist de konkrete procenter. I dette bilag kan endvidere aflæses, hvordan indtægts- og udgiftsstrukturen har været for de landsdækkende dagblade i 1979 og 1980.

5.2.2 Forsøg på forklaringer af udviklingen

På grundlag af resultaterne fra afsnit 5.2.1 har Presseudvalgets arbejdsgruppe søgt at belyse udviklingen ved at behandle følgende problemstillinger eller spørgsmål:

1) Har dagbladenes målsætning spillet en rolle for udviklingen?
2) Har udviklingen i produktivitetsforholdene været af betydning?
3) Findes der *klare* sammenhænge mellem indtjeningsevne og indtaigts- og udgiftsstrukturen samt andre registrerbare data på de enkelte dagbladsvirksomheder?
4) Er biaktiviteterne af afgørende betydning for dagbladenes eksistens?

Dagbladenes målsætning

Arbejdsgruppen har påpeget, at det for de fleste dagblades vedkommende ikke kun er målsætningen at give et så stort afkast som muligt (overskudsmaksimering). Andre hensyn tillægges større vægt, f.eks. ønsket om at levere en stor og god avis, at få bladets meninger udbredt osv., og disse formål kan gå på tværs af de økonomiske hensyn. For visse dagblades vedkommende synes den hidtidige udvikling snarere at kunne forklares ud fra en teori om oplagsmaksimering frem for overskudsmaksimering.

Dette betyder, at et dagblad fortsat kan udkomme, selv om det reelt giver underskud. Omvendt betyder det, at når et dagblad i en periode giver overskud, er det ikke sikkert, at dette overskud anvendes på samme måde som i andre erhvervsforetagender. Det typiske for et dagblad er, at et overskud anvendes til at gøre bladet bedre, f.eks. flere sider, højere betalte journalister osv. eller til at gå ind i andre aktiviteter, f.eks. forlagsvirksomhed, distriktsblade og lignende.

Problemet kan derfor formuleres således: Når dagbladene fremviser så dårlige økonomiske resultater, som tilfældet er, kan dette delvis skyldes, at man ikke på alle områder har ført en ud fra overskudsmæssige synspunkter rationel politik. Dagbladene må altså selv - bevidst eller ubevidst - siges at have en del af skylden.

Til illustration af problemstillingen er refereret en række resultater fra undersøgelser, gennemført af Den grafiske Højskole, hvis gennemgående træk er, at dagbladene selv gennem den politik, man har valgt at føre, ikke har udnyttet alle muligheder for forbedret økonomi og ikke konsekvent har anlagt økonomiske synspunkter. Heri ligger imidlertid ingen kritik, da det er dagbladene selv, der vælger deres målsætning.

Det kan påvises, at dagbladenes prisfastsættelse i mange tilfælde ikke har været økonomisk optimal, idet der har været situationer, hvor dagbladene ville kunne have opnået et bedre økonomisk resultat gennem højere priser, også hvis der tages hensyn til sammenhænge på længere sigt, herunder til forholdet mellem oplag, abonnementsindtægter og annonceindtjeningen. Forklaringen kan være, at ønsket om at fastholde et stort oplag, uanset prisen herfor, dominerer.

Tilsvarende synspunkter kan forklare, at distributionen ikke gennemføres økonomisk mest rationelt. Dette hænger bl.a. sammen med, at man i mange bladhuse - og med rette - opfatter den direkte levering til abonnenterne som en livsbetingelse for avisen. Imidlertid kan det betyde, at mange abonnenter er tabskunder - i den forstand, at bladet ville være økonomisk bedre stillet ved ikke at have dem, selv om man tager hensyn til afledede virkninger f.eks. på annoncemængden og lignende. Det vil typisk dreje sig om abonnenter i yderområder, uden for det naturlige opland og lignende. Analyser har vist eksempler på, at distributionsomkostningerne til yderligt boende abonnenter eller abonnenter, der stiller form for særkrav, overstiger abonnementsprisen.

Et andet for branchen særegent forhold er, at avisen som salgsartikel har meget kort levetid. Den avis, som ikke sælges i dag, er værdiløs i morgen. Dertil kommer, at produktionen som regel foregår under et hektisk tidspres. Dette vanskeliggør en hensigtsmæssig produktionsplanlægning, idet produktionskapaciteten kun vil være fuldt udnyttet i en forholdsvis begrænset tid af døgnet. Desuden er der indbygget en modsætning mellem på den ene side ønsker om tidligere trykstart og trykafslutning

og på den anden side ønskerne om at få så mange og så friske nyheder med i avisen som muligt.

Arbejdsgruppen har i sin rapport understreget, at der må sondres mellem, hvilke muligheder de enkelte dagblade selv har, og hvilke der forudsætter en fælles politik. Dagbladenes muligheder er nærmere diskuteret i afsnit 7.x.x.

Produktivitetsforholdene.

Produktivitet er et udtryk for sammenhængen mellem indsats og resultat. Eksempelvis kan man undersøge, hvor lang tid det tager, eller hvor meget det koster at præstere en bestemt ydelse. For at belyse dette fænomen i dagbladsvirksomheder er udvalgt 10 virksomheder, der alle har et hverdagsoplag på mellem 20.000 og 36.000 og er provins-lokalaviser. De udgør en særdeles homogen gruppe i organisatorisk og teknisk henseende. For disse er fire produktivitetsforhold beregnet og indekseret. I figur 4 er udviklingen i de fire produktivitetsforhold skitseret for perioden 1972-1980.

De fire produktivitetsforhold er:

1. Produktionsudgiften pr. side
2. Distributionsudgiften pr. årgangseksemplar
3. Distributionsudgiften pr. budomdelt avis
4. Redaktionsudgifterne pr. side (kun avissider)

Det første produktivitetsmål vedrører det samledeantal tryksider, dvs. ikke kun dagbladssiderne. De omkostninger, der er tale om, er produktionsudgifterne i formfremstillingen excl. finansieringsomkostninger.

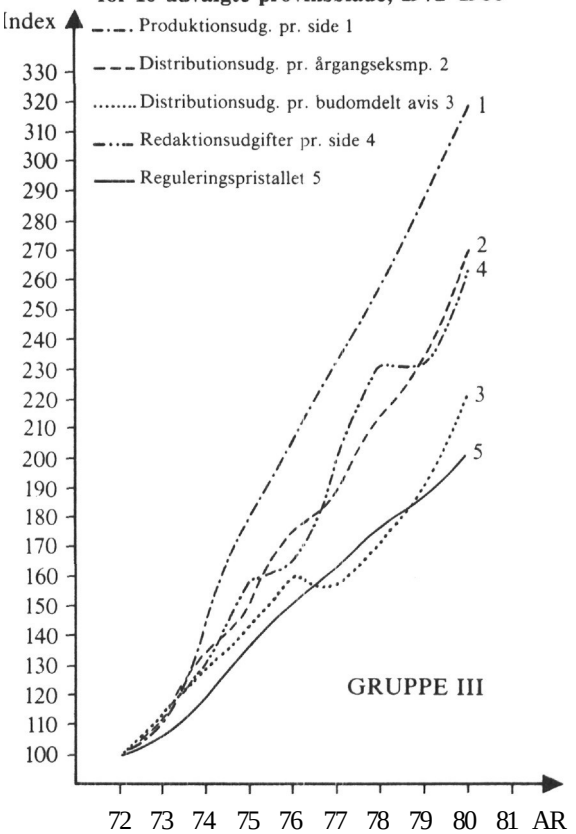
For redaktionsudgifternes vedkommende er disse kun sat i forhold til det samlede tekstindhold omregnet til avissider.

Endvidere er udviklingen i reguleringspristallet indtegnet i figuren.

Det fremgår af figur 3, at samtlige produktivitetsmål er steget kraftigere end reguleringspristallet i den pågældende periode. Det er i realiteten et udtryk for et fald i produktiviteten i alle sider af dagbladsfremstillingen i bred forstand.

Til yderligere belysning af produktivitetsudviklingen er i bilag 12 for de førnævnte 10 virksomheder vist antallet af beskæftigede i formfremstillingen (sættere og ombrydere),

Figur 4: Udviklingen i en række produktivitetsdata for 10 udvalgte provinsblade, 1972–1980



den gennemsnitlige ugeløn og sideproduktionen i perioden 1972-1980.

Indtjeningsevnen og indtægts- og udgiftsstrukturen

Det fremgår af figur 1, at selv om indtjeningsevnen er generelt dårlig, er den meget forskellig fra bladhus til bladhus. Det har derfor været naturligt at undersøge, om der er sammenhænge mellem enkelte datamæssige forhold og det konkrete driftsresultat i det enkelte bladhus.

Med henblik herpå har arbejdsgruppen analyseret, om der kunne afdækkes afgørende forskelle mellem de 12 bladhuse, som udviser det bedste resultat i 1980 og de 12 bladhuse med det dårligste resultat. Som følge af anonymitetskravet kan analyserne ikke vises, men resultaterne skal kort kommenteres.

En gennemgang af de individuelle data viser, at der ikke kan peges på enkeltfaktorer, som på

afgørende måde kan forklare, hvorfor et bladhus ligger i den ene kategori og et andet i den anden kategori. Desuden er der i såvel den ' dårligste' som i den 'bedste' gruppe dagblade med forskelligt salg. Det viser sig således, at den gennemsnitlige avissalgsindtægt i begge grupper var den samme, nemlig 25,6 mio. kr. i 1980. Da variationen omkring gennemsnittet er næsten den samme i begge grupper, har arbejdsgruppen i stedet undersøgt, om der generelt set var tale om niveauforskelle mellem grupperne, når man gik datamaterialet igennem. Resultaterne heraf var følgende:

Den bedste gruppe er karakteristisk ved, at produktbidraget i forbindelse med avissalget er væsentligt større end i den dårligste gruppe. Forskellen skyldes primært forskellene i redaktionsudgifterne.

Den dårligste gruppe har i et vist omfang - især gennem biaktiviteter - kunnet reducere denne forskel, således at det samlede produktbidrag fra alle aktiviteter har nærmet sig den bedste gruppes.

Imidlertid ligger især produktionsudgiften på et væsentligt højere niveau i den dårligste gruppe, hvilket fører til forskellen i det samlede driftsresultat. Hvor 'årets bidrag' for den dårligste gruppe er -8,8% af nettoomsætningen i gennemsnit, er det for den bedste gruppe + 7,0%. Denne forskel er større end forskellen mellem de gennemsnitlige produktbidrag i forbindelse med avissalget.

Biaktiviteternes betydning

Avis- og annoncesalg kan betegnes som en dagbladsvirksomheds hovedaktivitet. Ved biaktiviteter skal forstås produktion og salg af alt andet. Der kan være tale om udgivelse af ugeblade, egne distriktsblade og magasiner samt - som underleverandør - at løse produktionsopgaver for andre.

Udgivelse af ugeblade og magasiner finder stort set kun sted i de to store københavnske bladhuse. Næsten alle øvrige danske dagbladsvirksomheder har biaktiviteter på et eller flere af følgende tre områder:

- Udgivelse af egne distriktsblade.
- Trykning af distriktsblade for andre.
- Reklametryksager m.v.

Spændvidden er stor, idet der findes virksomheder, hvor biaktiviteternes omsætning har næsten samme størrelse som omsætningen i hovedaktiviteten. Samtidig findes der virksomheder, som så godt som ingen biaktiviteter har.

Til belysning af problemstillingen er fremdraget de 10 lokale dagbladsvirksomheder i provinsen, der ofte omtales som 'den typiske danske dagbladsvirksomhed'. Disse virksomheder har i gennemsnit følgende data i 1980:

HOVEDAKTIVITET		
Annoncesalg (avis)	kr.	19.454.000
Bladsalg	kr.	17.901.000
I alt	kr.	37.355.000
BIAKTIVITETER		
Annonceindtægter fra egne distriktsblade	kr.	3.757.000
Trykning af distriktsblade og lign. for andre	kr.	8.280.000
Reklametryksager	kr.	1.863.000
I alt	kr.	13.900.000
ÅRETS BIDRAG	kr.	1.224.000

For at kunne tage stilling til, hvor stor indflydelse biaktiviteterne har på virksomhedens slutresultat i form af 'årets bidrag', er det nødvendigt at beregne nettoomsætningen på biaktiviteterne. Derved fås et udtryk for biaktiviteternes bidrag til dækning af de faste omkostninger. Nettoomsætningen kan beregnes som forskellen mellem salgsindtægter og materialer samt fremmed arbejde. For biaktiviteterne er denne forskel for den pågældende bladgruppe i gennemsnit ca. 6 mio. kr. Det kan fortolkes derhen, at dagbladsdrift er umulig i den *aktuelle* situation *uden* biaktiviteterne.

Resultatet må dog *ikke* fortolkes på den måde, at dagbladsdrift under alle forhold er umulig *uden* biaktiviteter. Det, der karakteriserer de fleste af de af analysen omfattede virksomheder, er, at de er dimensionerede til at kunne klare biaktiviteterne. Dette kommer til udtryk både i produktionskapaciteten og i den administrative kapacitet, teknologisk som personnelt.

Det kan heller ikke afgøres, hvorvidt der er et rimeligt forhold mellem de faste udgifter, der er knyttet til biaktiviteterne, og de ca. 6 mio. kr., disse aktiviteter bidrager med bl.a. til dækning heraf. Generelt må det imidlertid

konkluderes, at dagbladshusene ved at engagere sig i biaktiviteter ikke hermed har 'reddet sig' fra en dårlig til en god økonomi.

Det bør dog tages i betragtning, at det for mange dagblade har været anset for en nødvendighed at udgive egne distriktsblade i eget lokalområde for ikke helt at tabe slaget med distriktsbladene om de lokale tekst- og rubrikannoncer.

5.2.3 Presseudvalgets diskussion

Med udgangspunkt i de ovenfor fremlagte data, herunder den kendsgerning, at analyserne viser, at der ikke umiddelbart lader sig opstille enkle eller entydige forklaringer af udviklingen, lagde arbejdsgruppen op til en diskussion af årsager og virkninger i forbindelse med den konstaterede ugunstige, økonomiske udvikling.

Denne diskussion, der først fandt sted i Presseudvalget og derefter i kommissionens øvrige udvalg, er refereret i kapitel 7.

5.3 Magasinpressen

5.3.1 Den økonomiske og beskæftigelsesmæssige situation

Magasinpressens indtjeningsevne i 1980 var, som det fremgår af tabel 1, ringe. Arsbidraget var 2 mio.kr., svarende til 0,3% af nettoomsætningen. Udviklingen fra 1978-1981 fremgår af tabel 11, som dels viser den økonomiske udvikling, dels beskæftigelsesudviklingen.

Af tabel 11 fremgår, at nettoresultatet for de fire undersøgte ugebladsforlag *(Aller Press, De Berlingske Ugeblade, Fogtdal* og *Gutenberghus)* har været svingende i perioden. 11978 var nettoresultatet efter afskrivninger og renter 18,0 mio.kr. 11980 var resultatet faldet til -19,4 mio.kr., og 1981-tallet blev forbedret til -6,5 mio. kr. Det er i den forbindelse værd at notere sig, at den samlede beskæftigelse i perioden nærmest har været konstant.

Det er ikke som for dagspressen muligt at sammenligne resultaterne over en længere årrække, men branchen oplyser selv, at der i perioderne 1973-75 og fra 1980 har været tale om betydelige oplagsfald. Dog blev faldet i den første periode delvis indhentet fra 1975-79, bl.a. fordi perioden 1974-77 indebar en lav prisstigningstakt.

Branchen har i efteråret 1981 oplevet et fald i annoncemængden på 20-25%, og branchens egne forventninger til omsætningsudviklingen er usikre. Konkurrencen fra de elektroniske medier forventes af branchen at slå afgørende igennem fra midten af 1980erne.

5.3.2 Analyse af udviklingen

Som nævnt vurderer branchen konsekvenserne af de elektroniske mediers udvikling som alvorlige. Den værst tænkelige situation vil for magasinpressen være indførelsen af reklamer i dansk tv samtidig med et øget reklameudbud via satellit-tv og en opretholdelse af det nuværende system, hvor udenlandsk magasinpresse til en vis grad favoriseres i forhold til den danske magasinpresse gennem momsfritagelse eller -nedsættelse. Sidstnævnte problem vedrører de udenlandske magasiner, som sælges i Danmark i postomdelt abonnement (ca. 100.000 numre pr. uge). Resultatet af en sådan udvikling vil efter branchens vurdering betyde et oplagsfald på 10% og et fald i annoncesalget på 50%. Denne udvikling vil - direkte og indirekte - betyde et væsentligt fald i beskæftigelsen i magasinpressen og i det løssalgsdistributionsnet, som er knyttet til branchen.

Den mest gunstige situation vil efter branchens opfattelse være en ophævelse af konkurrenceforvridningen i forhold til udenlandsk magasinpresse (momsloven) og et fortsat reklamefrit dansk tv. Under de vilkår forudser magasinpressen, at et fald i annonceindtægterne - på grund af reklamer i udenlandsk tv via satellit - vil blive opvejet af stigninger i bladsalgsindtægterne.

Som det fremgår af kapitel 2, har oplaget bevæget sig op og ned i **løbet** af 70erne, og ser man på oplaget pr. husstand, tegner der sig et billede, som også kendes fra dagspressen. Magasinpressen befinder sig i en vanskelig konkurrencesituation med udfordringer fra mange sider - fra søndagsaviser, formiddagsblade, distriktsregionalaviser og magasinpressens egen underskov: novelleblade, ungdomsblade, tegneserieblade og bløde og hårde pornoblade.

Den nye teknik giver ugebladene nye muligheder. En kortere produktionstid vil virke stimulerende for annoncesalget. Såfremt den teknologiske udvikling betyder, at produktionen af små oplag billiggøres, kan man desuden forudse, at der kan ske en opdeling i flere

Tabel 11: Økonomi- og beskæftigelsesdata for magasinpressen, 1979-1981

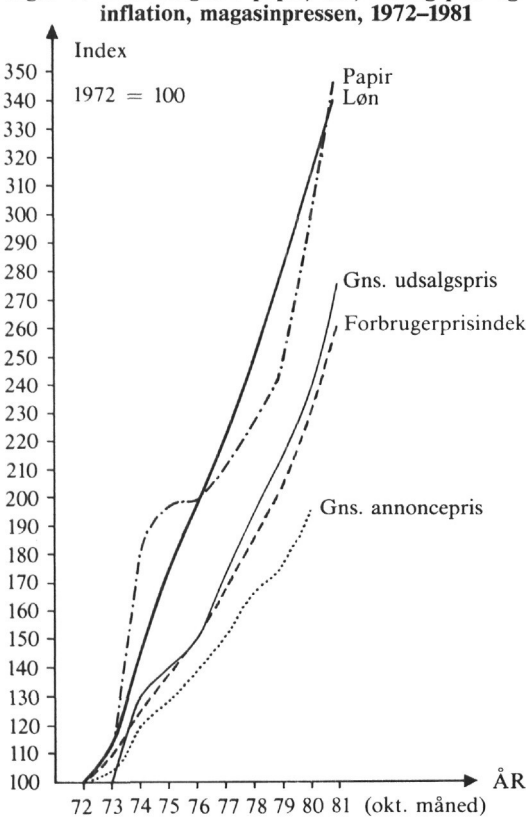
	1978	1979	1980	1981
		— mio. kr. —		
Bladsalg, inklusive forhandleravance og moms ..	617,5	690,8	757,6	737,8
heraf moms	88,6	107,4	121,2	131,2
forhandleravance	107,6	115,9	125,6	113,1
Bladsalg	421,3	467,5	510,8	493,5
Annoncesalg, inklusive bureauprovision og moms	173,9	184,0	200,7	183,0
heraf moms	26,9	30,8	34,6	33,0
bureauprovision	25,1	26,0	28,2	24,8
Annoncesalg	121,9	127,2	137,9	125,2
Andet salg, inklusive moms	124,5	136,0	155,2	130,8
heraf moms	19,3	22,7	27,0	23,5
Andet salg	105,2	113,3	128,2	107,3
Omsætning i alt	915,9	1.010,8	1.113,5	1.051,6
heraf moms	134,8	160,9	182,8	187,7
forhandleravance/bureauprovision	132,7	141,9	153,8	137,9
NETTOOMSÆTNING i alt	648,4	708,0	776,9	726,0
Papir	100,0	109,6	126,3	136,7
Farve	21,8	24,3	26,1	25,4
Øvrige materialer	35,7	31,8	39,0	41,0
Distribution	26,9	31,3	33,3	36,5
Redaktionelt stofkøb	38,7	43,8	48,7	45,5
Reklame og markedsføring	36,3	38,6	56,2	58,7
Gager	87,5	101,3	114,5	122,8
Løn	148,8	164,7	186,8	155,2
Andre kapacitetomkostninger	115,3	136,0	143,9	132,4
Afskrivninger	14,9	16,9	16,7	17,9
Renter	4,5	3,1	4,8	9,4
I alt	630,4	701,4	796,3	781,5
÷ konflikterstatning	–	–	–	49,0
	630,4	701,4	796,3	732,5
NETTORESULTAT	18,0	6,6	÷19,4	÷6,5
Antal beskæftigede:		— antal pers. —		
Funktionærer	532	563	547	569
Journalister	177	182	181	170
Typografer	398	374	390	382
Litografer	484	475	474	453
Bogbindere	145	165	142	138
SID	66	64	65	64
Håndværkere	56	55	58	60
Chauffører	4	4	4	4
Gastronomi	9	9	9	9
	1.871	1.891	1.870	1.849

mindre blade, der rammer ganske bestemte målgrupper og dermed får øget annonceværdi.

Imidlertid er muligheden for trykning i udlandet af den del af magasinpressen, som har en lang produktionstid(de store generelle ugeblade og mange magasiner) i høj grad til stede.

Branchens væsentligste omkostninger er løn, gager og papir. Disse poster udgjorde i 1980 tilsammen ca. 54% af de samlede omkostninger. I fig. 5 er vist udviklingen for løn og papir samt for løssalgsprisen for magasiner og for den gennemsnitlige annoncepris.

Figur 5: Udviklingen i papir, løn, udsalgspris og inflation, magasinpressen, 1972–1981



Det fremgår, at omkostningsudviklingen (løn og papir) har været langt stærkere end indtægtsudviklingen (udsalgspris og annoncepris). Forskellen mellem udviklingen i inflationen generelt (udtrykt ved forbrugerindekset) og prisudviklingen for papir og løn (excl. gager) betyder en merudgift for magasinbranchen på 80 mio. kr. i 1980, fordelt på papir med 29 mio. kr. og løn 51 mio. kr., i forhold til, hvis disse omkostningers udvikling havde fulgt forbrugerprisindekset fra 1972.

Udviklingen i antallet af trykte sider er afhængig af oplagsudviklingen og udviklingen i annoncemængde og redaktionelt stof. De senere års stigning i omfanget af det redaktionelle stof forventes dæmpet, primært på grund af papirprisernes udvikling. Såfremt oplaget fremover kan fastholdes og forudsat, at annoncemængden stiger svagt, vil magasinpressens udgifter til papir stort set udvikle sig svarende til papirprisernes udvikling.

Hvad angår lønudgiftene betyder en fastholdelse af den eksisterende arbejdsstyrke, at der fremover dels må sikres en væsentlig produktivitetsforbedring, dels sikres en fortsat produktionsudvidelse.

En vurdering af resultaterne i tabel 11 må desuden ses i lyset af, at flere af ugebladskoncernerne har betydelige indtægter fra virksomhed i andre lande. De angivne tal vedrører alene driften af ugeblade i Danmark.

5.3.3 Magasinpressens muligheder

Magasinpressen har i en vanskelig periode vist stor evne til omstilling og produktudvikling. De stærkt svingende oplagstal for de enkelte magasiner er udtryk for, at bladene ofte foretager omlægninger, der har karakter af relanceringer. Hertil kommer, at nye magasintyper er dukket op i løbet af de sidste 25 år med henblik på at nå særligt udvalgte grupper.

Det fremgår ikke af de økonomiske data, hvordan virksomhedernes, kapitalforhold er, men det må formodes, at især de store ugebladskoncerner har økonomisk evne til omstilling, ligesom de gennem udgivelse af forskellige bladtyper søger at tilpasse sig til et skiftende marked.

En række politiske beslutninger kan påvirke bladenes økonomi så betydeligt, at det kan få indflydelse på antallet af blade og dermed på efterspørgslen efter ugeblade. Her tænkes dels på indførelse af reklame-tv og dels på indførelse af offentlig støtte, evt. i form af momsfritagelse eller -reduktion. Branchen har selv i et notat til Mediekommissionen peget på, at den føler sig diskrimineret i forhold til dagspressen, fordi den: 1) betaler fuld moms, 2) ikke får andel i den offentlige annoncering, 3) ikke har mulighed for at få støtte til investeringer, således som dagspressen får det gennem Dagspres-

sens Finansieringsinstitut, og 4) er stillet dårligere end dagspressen ved beregning af porto.

5.4 Distriktspressen

5.4.1 Den økonomiske udvikling

Som det fremgår af afsnit 5.1. har det ikke været muligt at få økonomiske data fra et repræsentativt udsnit af distriktsbladene, hvorfor der ikke har kunnet foretages en egentlig analyse af økonomien i denne bladgruppe.

Da distriktsbladenes indtjening næsten totalt baseres på annoncesalget., fortæller omsætningsudviklingen om indtægtssiden for distriktsblade. Den samlede omsætning, hvilket stort set er identisk med annoncesalget, skønnes i 1980 at have været 570 mio. kr. Branchen oplyser selv, at der i 1979 viste sig tegn på afmatning, som er fortsat siden, og branchen anslår, at omsætningen for samtlige distriktsblade fra 1978-80 kun er steget med 7%. Da den samme afmatning også har præget andre trykte medier, er der dog grund til at tro, at distrikspressen har fastholdt sin andel af den totale reklameomsætning på ca. 14%.

Den grafiske Højskole har seks gange foretaget bedriftssammenligninger mellem en række distriktsblade, der har ønsket at deltage i dette analysearbejde. I bedriftssammenligningerne for 1978-79 har 28 distriktsblade deltaget, mens 29 blade indsendte oplysninger for 1979-80. Materialet er ikke repræsentativt, men viser dog en noget større omsætningsstigning, end der opgives for den samlede branche. Bedriftssammenligningerne viser en stigning i bruttoindtægterne fra 1978 til 1979 på 12,7% og fra 1979 til 1980 på 10,4%. Bedriftssammenligningen fortæller også om årets rest til dækning af afskrivning, renter og overskud. Her er stigningen fra 1978 til 1979 8,5% og fra 1979 til 1980 minus 13,9%. Der er dog grund til at understrege, at resultatet for de distriktsblade, der har medvirket i bedriftssammenligningen, er væsentlig bedre end for dagbladene (jvf. bedriftssammenligningen for dagblade).

Som det fremgår af kapitel 2 har distriktspressens oplag været stigende fra 1960 til 1980. Således er oplaget i perioden næsten firedoblet. Det ser dog ud til, at udviklingen er vendt i den sidste del af 70erne, og prognosen frem **til** 1990 forudser da også en let stagnation. Når distriktspressens andel af det samlede reklameforbrug har kunnet udvikle sig fra 4,0% i 1958 til 14,1% i 1978 (kilde: Handelshøjskolens oversigt over reklameforbruget i Danmark), er forklaringen *ikke* , at der er tale om en stor vækst i distriktsbladenes antal, men snarere, at bladgruppen har været favoriseret af udviklingen i detailhandelen og samtidig, at bladgruppens annonce-kontaktpris har været konkurrencedygtig i forhold til andre medier.

5.4.2 Udviklingens årsager

De væsentligste forklaringer på distriktspressens oplagsmæssige og annoncemæssige vækst i de sidste 20 år er detailhandelens udvikling samt udviklingen i andre mediegrupper, især dagspressen, jvf. afsnit 7.2.1 (side 82).

Samtidig er den redaktionelle kvalitet øget, især i de større distriktsblade i områder, hvor dagbladene ikke har mulighed for at dække lokalbegivenhederne tæt.

Den redaktionelle indsats for de distriktsblade, der har medvirket i bedriftssammenligningerne, kan måles i redaktionsudgifterne pr. produceret tekstside incl. billedstof. Udgifterne er henholdsvis i 1978-79 og 1979-80 for virksomheder med en omsætning op til 1 mio. kr. 117 og 172 kr., for virksomheder med en omsætning mellem 1 mio. kr. og 3 mio. kr. 241 og 274 kr. og for virksomheder med en omsætning mellem 3 og 12 mio. kr. 420 og 479 kr. Til sammenligning kan nævnes, at de tilsvarende redaktionsudgifter for dagblade med et oplag mellem 10.000 og 20.000 var henholdsvis 1.014 kr. i 1979 og 1.131 kr. i 1980.

Det er ikke muligt at give et samlet mål på forholdet mellem annoncer og tekst i distriktsblade. Nogle få distriktsblade består udelukkende af annoncer, men direktør Thyge Mahler anfører i Markedsførings Håndbog 1981, at 'det typiske er, at 25-30% af siderne består af redaktionel tekst'.

Den teknologiske udvikling har også præget distriktsbladenes udvikling, især gennem udvikling af trykcentraler, der trykker et større antal distriktsblade. Organisationen *Provinsens Distriktsblade* skønner, at der findes godt en snes grafiske virksomheder, som kan betragtes som egentlige trykcentraler for distriktsblade. De fleste ejes af en større eller mindre kreds af distriktsbladsudgivere, andre af enkelte bogtryksvirksomheder og nogle af dagblade, som

også har en større eller mindre del af deres omsætning på trykning af 'fremmede' distriktsblade og direct mail. Endnu har distriktsblade kun i yderst begrænset omfang taget den mest avancerede teknik i brug med skærmterminaler, hvor det redaktionelle stof og annoncestoffet indskrives direkte. Der er få eksempler på trykning af enkelte danske distriktsblade i Sverige og Nordtyskland.

De fleste distriktsblade distribueres via egne bude eller budcentraler, men postvæsenet uddeler stadig en del, navnlig i landdistrikterne.

Distriktsbladenes stofvalg bestemmes udpræget af bladenes udgivelsesvilkår. Mens distriktsbladene i f.eks. det storkøbenhavnske område indeholder meget lokalt stof, indeholder mindre distriktsblade, der udkommer i områder, hvor de lokale dagblade dækker begivenhederne tæt, mere alment stof, der ofte er fælles stof for flere distriktsblade, og som udsendes fra et bureau, der har specialiseret sig i salg af stof til distriktsblade.

Distriktsbladene er organisatorisk samlet i *Landsrepræsentationen for danske distriktsblade og lokalaviser,* som har 286 medlemmer, heraf 57 dagbladsejede.

Landsrepræsentationen er sammensat af *Provinsens Distriktsblade, Politikens Lokalaviser* og *Distriktsbladenes Sammenslutning.* Inden for disse organisationer finder et samarbejde sted omkring annoncesalg og formidling samt i mindre omfang om redaktionelle anliggender (kurser m.v.).

Landsrepræsentationen varetager branchens fælles henvendelser til myndigheder m.v.

5.5 Fagpressen

For mediegruppen *tidsskrifter og fagblade,* er der, som det fremgår af indledningen til kapitel 5, gennemført en analyse baseret på ca. 10% af bladene.

Analysen omfatter en population af fagtidsskrifter, der er registreret i *Media Scandinavia* eller *Dansk Fagpresseforenings Fagpressenøgle.* Disse to fortegnelser omfatter omkring 600 tidsskrifter af vidt forskellig karakter. Af disse er enkelte udelukket, fordi de ikke kan betegnes som fagtidsskrifter, således at stikprøven er udtaget af 578 blade. Man kan med en vis ret antage, at det er de oplagsmæssigt og dermed økonomisk største tidsskrifter, der er registreret af *Media Scandinavia* og *Dansk Fagpresseforenings Fagpressenøgle.*

5.5.1 Økonomiske og produktionsmæssige forhold

En forholdsvis stor del af fagpressen er kun i begrænset omfang baseret på annoncesalg. Medlemsblade, der f.eks. henvender sig til grupper med samme hobby, har mulighed for at tilbyde selektive annoncer. Der er også blade, der hovedsagelig udsendes i reklameøjemed, og som bringer mange annoncer og alene finansieres med reklameindtægter. Her bliver grænsen til den egentlige reklametryksag mere flydende.

Typisk for bladgruppen er imidlertid, at mange modtager et fagblad som medlem af en forening, og bladet derfor finansieres af foreningen, dvs. over medlemskontingentet. Bladene har i de senere år gennemgået en udvikling, der viser, at interesseorganisationerne tillægger dem stor betydning, således at de gennem stofvalg og meningstilkendegivelser anvendes som et naturligt led i organisationernes informationspolitik. Bladene har samtidig gennemgået en journalistisk og grafisk/layoutmæssig udvikling, så de er i stand til at fange medlemmernes interesser.

Den udtagne stikprøve bygger som nævnt på regnskabstal fra 1980 for 578 tidsskrifter og fagblade. Der blev ialt udsendt 141 skemaer og af disse kom 69 tilbage. Af disse var 13 mangelfuldt besvaret. Selve udarbejdelsen og forsendelsen af skemaet blev foretaget af Den grafiske Højskoles driftsøkonomiske afdeling og derefter bearbejdet af den grafiske branches prognoseudvalg. Af undersøgelsen fremgår, om bladene - udover indtægter på bladsalget - har andre indtægter ved 1) annoncesalg, 2) organisationsstøtte + annoncesalg eller 3) organisationsstøtte alene. Desuden er der foretaget opdelinger på grundlag af oplagsstørrelsen.

Besvarelseshyppigheden er størst for blade, der får organisationsstøtte, formentlig fordi disse blade har de fleste ressourcer og størst tradition for at tage sig af sådanne opgaver.

Tallene viser, at de blade, der ikke får organisationsstøtte, har det største annoncesalg. De faste omkostninger (udgifter til redaktion, salg og administration) er størst for de blade, der udover det rene bladsalg alene har indtægter fra annoncesalg. Det er dog muligt, at nogle

af organisationsbladene reelt har større faste omkostninger, men at disse omkostninger ikke fremgår af bladenes regnskaber, fordi udgifterne, især til administration, afholdes af organisationen over dens regnskab. I figur 6, der samtidig viser det udsendte spørgeskemas taloplysninger, ses tallene opregnet til samtlige blade, der er medtaget, beregnet i 1.000 kr.

Figur 6: Driftsregnskaber for samtlige i population indgående fagtidstidsskrifter. Total for alle blade i 1.000 kr.

Noter	INDTÆGTER	1979		1980	
1	Annonceindtægter			191.176	
–	Abonnement og løssalg				
–	Organisationstilskud			243.130	
–	Øvrige indtægter				
–	Indtægter i alt				434.306
	UDGIFTER				
2	Produktion – egen			21.852	
3	Produktion – fremmed			269.738	
	Distribution				
4	Redaktion				
5	Salg			135.123	
6	Administration				
–	Udgifter i alt				426.713
7	PRODUKTDATA	1979	1980	1979	1980
–	Antal udgivelsesdage				
–	Samlet sidetal pr. år				
–	Distribueret gennemsnitligt nettooplag				
–	Format				
–	Annoncebelægningsprocent (årsgennemsnit)				

NOTER: Blad I Blad II

Generelt: Indgående og udgående merværdiafgit skal *ikke* registreres.

1. Bruttoannonce-indtægter: Eget salg efter fradrag af rabatter (f.eks. gentagelsesrabatter o.lign.) samt salg gennem reklamebureauer m.v. incl. bureauprovision.
2. Produktion egen: Her opføres lønudgifter (incl. feriepenge), lønafhængige omkostninger, materialer samt øvrige produktionsudgifter (excl. afskrivn.)
3. Produktion fremmed: Her opføres de samlede udgifter til fremmed arbejde forbundet med produktionen.
4. Redaktion : Løn til faste medarbejdere, udgifter til fremmed redaktionel medhjælp, køb af illustrationer samt øvrige redaktionsudgifter.
5. Salg : Gager og provision til egne konsulenter, annonceprovision til reklamebureauer, repræsentation og transport samt øvrige salgsudg.
6. Administration : Husleje, rengøring og varme samt rep. og vedligehold af lokaler, gager til administrativt personale og indehaver eller direktør, værdiforsikringer (brand, tyveri og driftstab m.m.), kontorartikler, telefon og brevporto, revision og advokat, personaleudgifter (kantinedrift m.v.) samt øvrige fællesudgifter.
7. Produktdata : Hvis der udgives mere end 2 blade, kan der opgives produktdata for disse på blankettens bagside.

Det fremgår af svarene på den nævnte stikprøve, at kun ganske få blade i denne gruppe har 'egenproduktion'. Udgifterne til 'fremmedarbejde' er tydeligvis størst for de tidsskrifter, der får organisationsstøtte. De pågældende organisationer har ikke selv en egentlig bladproduktion, og deres blade fremstilles derfor på fremmede trykkerier.

Det er kun få fagblade (f.eks. blade, der udgives af *Teknisk Forlag),* som har eget trykkeri. Men Dansk Fagpresseforening er optaget af de muligheder, der ligger i udnyttelse af teknik (skærmterminaler).

I forbindelse med et spørgeskema, der blev udsendt i forbindelse med et Nordisk Fagpresseseminar i 1981, er det fra 111 blade under Dansk Fagpresseforening oplyst, at 3/4 af bladene kun har én redaktionel ansat medarbejder (opgjort i heltidsstillinger), og af bemærkninger på skemaerne fremgår, at der ofte kun er tale om brøkdele af en. Fordelingen af det redaktionelle stof viser meget store udsving. Af interesse er det, at 90% af de svarende blade anfører, at der anvendes stof skrevet af fastansatte hos udgiver (i praksis vil det sikkert ofte hos f.eks. organisationsblade være svært at skelne, da redaktøren samtidig kan være sekretariatsansat i organisationen). 47% af bladene anvender stof fra free-lance journalister og 78% stof fra eksterne eksperter.

De fleste blade i denne gruppe omdels via postvæsenet, og det betyder ofte forsinkelser i distributionen. Postvæsenets fællesregler for ' Omdeling af uge- og månedsblade' indeholder en række bestemmelser, der kan betyde ganske store forsinkelser af bladene. Da produktionstiden i forvejen ofte er lang (hurtigere produktion betyder øgede udgifter), kan denne bladgruppe kun i ringe grad spille på aktualiteten. Gruppen peger på, at et af dens problemer er, at den betaler en forholdsmæssig høj porto - og for en ringere service.

5.6 Reklametryk

Som det fremgår af afsnit 2.5., har mængden af reklametryksager været kraftigt voksende indtil midten af 1970erne, hvorefter der er indtrådt en stagnation. Udviklingen af denne mediegruppe har naturligt nok berørt alle de andre annoncebærende trykte medier. Den direkte reklames andel af den samlede reklameomsætning ligger således på ca. 30%.

5.6.1 Udviklingens årsager

Som væsentlige årsagsforklaringer til, at den direkte reklame kan fastholde sin position, er peget på følgende forhold:

- at reklametryksager giver langt større tilpasningsmuligheder end de fleste andre annoncemedier. Alt efter hvilke forbrugergrupper man ønsker at ramme, kan annoncøren frit vælge papirkvalitet, sidetal, farver osv. Der er samtidig på det trykktekniske område sket betydelige fremskridt,
- at der ved reklametryksager efterhånden er åbnet større muligheder for at målrette reklameindsatsen. En annonce i dags- og ugepressen rammer for så vidt i flæng, mens reklametryksagen bedre kan målrettes mod de bestemte grupper, annoncøren ønsker at komme i kontakt med,
- at det er nemmere at gemme reklametryksager end aviser. Tryksager af typer som kataloger, prislister og brugervejledninger opbevares ofte længe,
- at fremstillingsprisen for reklametryksager er steget mindre end priserne for andre annonceringsformer.

5.6.2 Den fremtidige udvikling

Som nævnt i afsnit 2.5 er der udsigt til fortsat stagnation i tryksagsmarkedets samlede oplag. De væsentligste forudsætninger for denne antagelse er:

- at en forventet tendens til yderligere koncentration inden for detailhandelen kan medføre en vis reduktion i den samlede reklamemængde,
- at der fortsat forventes fremskridt på såvel det tekniske som det organisatoriske område (f.eks. udskrifter af addresselister til bestemte modtagergrupper ved hjælp af edb-teknik). Dette betyder en yderligere styrkelse af denne reklameforms konkurrencedygtighed. Bl.a. vil det blive muligt at målrette tryksagerne endnu mere specifikt, end det kan gøres i dag,
- at den trykte reklame i stigende grad vil møde konkurrence fra de reklamemuligheder, som den elektroniske udvikling muliggør. (Reklame på videobånd, tv-shopping, evt. reklame-tv m.v.).

Samspillet mellem reklametryksagens udvikling og annonceringen i de andre mediegrupper er diskuteret i afsnit 7.2.1, side 82.

Kapitel 6: Eksisterende pressestøtteordninger

Indledning

For at sætte sine overvejelser over de trykte mediers økonomi ind i et videre perspektiv har Mediekommissionen gennemgået pressestøtteordninger i en række udvalgte lande. Desuden har man beskrevet de ordninger, der på forskellig vis indebærer en indirekte offentlig støtte til de trykte medier i Danmark.

Oversigten over de udenlandske støtteordninger er skrevet på grundlag af arbejdet i en arbejdsgruppe, hvis rapport blev afleveret til Presseudvalget i december 1981. Materialet er ikke - bortset fra beskrivelsen af de italienske ordninger - søgt opdateret siden da, idet formålet med at bringe oversigten primært er at fremlægge eksempler på forskellige støtteformer. Oversigten er næppe fuldstændig. F.eks. kan der i ét land findes generelle erhvervsstøtteordninger, som *ikke* er nævnt, medens tilsvarende ordninger i andre lande betegnes som pressestøtteordninger.

En given pressestøtteordning kan karakteriseres gennem den/de mekanisme(r), som udløser støtten, og den/de måde(ir), støtten fordeles på. Der skelnes normalt mellem direkte og indirekte ordninger. Direkte støtteordninger betyder som regel, at der finder en udbetaling sted til de pågældende blade (f.eks. i form af driftstilskud eller tilskud til bestemte investeringsformål). Derimod er det typisk for de indirekte støtteformer, at de pågældende blade favoriseres gennem reduktion af visse af deres udgifter (f.eks. gennem lave avisportotakster eller billige kreditter).

Endvidere bør der sondres mellem generelle og selektive ordninger. Generelle ordninger omfatter *alle* blade af en bestemt kategori (f.eks. hele dagspressen), mens selektive ordninger kun omfatter en nærmere afgrænset del af en given bladkategori (f.eks. aviser med et oplag under en vis størrelse).

6.1 Udenlandske pressestøtteordninger

I dette afsnit beskrives ordningerne i Sverige, Norge, Finland, Island, Frankrig, Holland, Italien, Storbritannien og Vesttyskland. Der er hverken tilstræbt en tværgående tematisering af ordningerne eller foretaget en gennemgang af situationen for alle grupperne af trykte medier i alle lande. Det fælles udgangspunkt for beskrivelserne har været ordninger, som er gældende for landenes dagspresse. I det omfang, man har kendskab til, at de pågældende ordninger er gældende for andre bladgrupper, er det anført.

De gennemgåede lande er udvalgt, fordi deres ordninger enten ofte inddrages i den danske debat, eller fordi kommissionen har ønsket at undersøge, om der i dem kunne hentes inspiration til drøftelsen af de danske presseproblemer. Andre lande kunne have været taget med, men det her gengivne udvalg dækker efter kommissionens opfattelse de aspekter, man har ønsket oplyst.

6.1.1 Sverige

Sverige har den tidligst gennemførte, den mest nuanceret udførte og den mest omfattende udredede pressestøtteordning i Norden. Baggrunden for igangsættelsen af det første udredningsarbejde i 1963 var en omfatttende avisdød: 1/3 af de svenske aviser var gået ind siden 1945; den første betænkning, *Dagstidningarnas ekonomiska villkor* (SOU 1965:22) kom i 1965 og fastslog, at 1/4 af de aviser, der udkom, var truet af standsning. Ifølge betænkningen ville 25 mio. Skr. være tilstrækkeligt til både at redde disse aviser og til at starte enkelte nye aviser. Betænkningen foreslog, at støtten til aviserne kanaliseredes gennem de politiske partier ud fra disses styrke i Riksdagen.

Partibundet pressestøtte

Denne partibinding i støtteforslaget gav anledning til en omfattende og heftig debat. Der blev talt om en socialisering af avisindustrien. Fronterne mellem tilhængere og modstandere af direkte pressestøtte fulgte ikke partilinierne. Det er således bemærkelsesværdigt, at der i den socialdemokratiske presse var lige så stærke fortalere for som modstandere af pressestøtten. Riksdagen gennemførte ingen pressestøtte. Derimod gennemførte Socialdemokratiet og Centerpartiet i Riksdagen, at der blev bevilget 23 mio. Skr. til partiernes oplysningsarbejde - og det stod partierne frit for at anvende disse midler til pressestøtte eller til andet oplysningsarbejde.

Statsstøtten i form af partiformidlede bidrag viste sig så lidt i Sverige som i noget andet land at være nogen lykkelig, endsige nogen effektiv ordning. Der var stor ulighed mellem, hvor stor en del af midlerne til oplysningsarbejde, der tilfaldt partipressen: Socialdemokratiet og Centerpartiet lod stort set hele støtten gå ubeskåret til deres presse, medens andre partier ikke gav deres presse hjælp i fornødent omfang. Helt generelt viste det sig, at partiernes støtte ikke blev kanaliseret derhen, hvor der var stærkest behov for den, til de udsatte aviser i 2. position i et område.

Statslig lånefond og distributionsstøtte

En ny pressebetænkning, *Dagspressens situation* (SOU 1968:48) fra 1968 søgte at sætte helt anderledes målrettet ind: Der var behov for rationalisering og overgang til ny teknik. En statslig lånefond på 125 milo.Skr. og distributionsstøtte blev indført.

Papirstøtte

Alligevel forværredes situationen for 2. aviserne fortsat, og i 1971 greb staten til nye pressestøtteformer uden at lade det i Sverige ellers så obligatoriske udredningsarbejde gå forud. Aviserne i 2. position skulle have direkte statstilskud i form af støtte til papir. Støtten skulle udformes efter, hvor meget papir aviserne brugte til redaktionelt stof; papir til annoncer blev ikke subventioneret.

De største aviser kunne få op til 3,5 mio. Skr. om året i papirstøtte, andre aviser op til 1 mio. skr. Laveste tilskud blev sat til 200.000 Skr. Dette tilskud skulle alle aviser kunne opnå, blot de udkom én gang om ugen. Ordningen finansieredes via en annonceskat, som senere blev udvidet til at være en skat på enhver form for reklame.

Ændrede støtteformer

I det følgende år voksede produktionstilskuddene via papirstøtten stærkt, og der blev rejst krav om en undersøgelse af 'pressens funktioner i samfundet'. Dermed fik Sverige i 1972 nedsat sin 3. pressekommission, der i 1974-75 afgav en fire bind stor betænkning, det mest omfattende udredningsarbejde af sin art i Norden: *Presstödet och tidningskonkurrencen* (SOU 1974:102), *Tidningar i samverkan* (SOU 1975:11), *Pressens funktioner i samhället* (SOU 1975:78) og hovedrapporten *Statslig presspolitik* (SOU: 1975:79).

I stedet for 2. avis-status som støttekriterium blev husstandsdækningen foreslået - dels fordi dækningsgraden er en mere realistisk målestok for avisens styrke eller mangel på samme, dels fordi dækningsgraden giver en automatik i støttetildelingen, der bedre kan sikre mod politiske indgreb i spørgsmålet om støtte eller ej til bestemte aviser.

Desuden fastlagde man målsætningen for den statslige pressepolitik: Den statslige pressestøtte skal garantere, at pressen kan udføre fire opgaver i det politiske system: Information, kommentar, granskning (overvågning/kontrol) og gruppekommunikation. Støtteformer og målsætningsdefinitioner skulle mindske risikoen for statslig styring via pressestøtten. Pressekommissionens forslag om ændrede støtteformer, herunder etableringsstøtte som en helt ny form for støtte, blev i foråret 1976 vedtaget i Riksdagen.

Pressekommission nr. 4

Trods mere hensigtsmæssige støtteforanstaltninger og betydelige ydelser til samproduktion, annoncesamvirke og samdistribution samt etableringsstøtten var det dog ikke forbi med pressens trængsler, og i 1978 blev pressekommission nr. 4 nedsat. Over for den offentlige debat om pressestøttens stedse betydeligere omfang fastslog kommissionen i sin betænkning *Stödet til dagspressen* (SOU 1980:32), at relativt var støtten ganske beske-

den, da den kun svarede til 5 % af avisernes samlede indtægter. Desuden konstaterede kommissionen, at den selektive støtteform fortsat var nødvendig. Blev støtten fordelt på alle aviser, ville den reelt være uden virkning.

Den foregående kommissions støtteform efter husstandsdækning havde vist sig hensigtsmæssig, både for debatten om pressestøtten, som var aftaget i heftighed, og for den effekt støtten havde for de aviser, den tilfaldt. Kommissionen fandt hverken pressepolitiske eller presseøkonomiske grunde til at ændre støttens almene udformning og indskrænkede sig derfor til at foreslå en række justeringer inden for de gældende rammer, herunder en indeksregulering. Forslaget blev ikke gennemført. I 1981 øgedes produktionsstøtten kun med ca. en trediedel af prisudviklingen.

Mediekoncentrationen

Foruden de her nævnte fire betænkninger om presse-støtte er der i 1980 udsendt en særskilt betænkning om massemediekoncentration. Betænkningen *Massmedia-koncentration* (SOU 1980:28) har som hovedsigte at gøre det vanskeligere for bladkoncerner at opkøbe mindre aviser. Baggrunden er, at 64 af Sveriges 155 aviser under en eller anden form udsendes af 17 bladkoncerner. Ifølge betænkningen skal ingen koncern fremover kunne købe en konkurrent i et 'kampområde' for at nedlægge den opkøbte virksomhed eller gøre den til et produkt med samme farve og indhold som den købende koncerns.

Støtteordningernes administration og indhold

Alle støtteformer til den svenske dagspresse administreres af Presstödsnämden, der bl.a. har til opgave løbende at rapportere om pressepolitikkens konkrete konsekvenser, ændringer i avisernes økonomi og ejerforhold m.m. Nævnet består af 3 embedsmænd og 5 politikere, 1 fra hvert af de partier, der er repræsenteret i Riksdagen.

Produktionsbidragene er den afgørende støtteform. De går til aviser, der har en dækningsprocent på under 50 på udgivelsesstedet. Aviser med en dækningsprocent under 40 far fuld støtte, aviser med en dækningsprocent mellem 40 og 50 far delvis støtte. Aviserne skal overvejende sælges i abonnement, en bestemmelse, der først og fremmest er indført for at undgå støtte til tabloidaviserne i Stockholm. Alle produktionsbidrag uddeles efter kriterier, der sikrer automatik i støttetildelingen. Størrelsen beregnes efter papirforbrug, dog med særlige regler for storbyaviser (Stockholm, Göteborg og Malmö) og landsdelsaviser. 'Fådagesaviser', der udkommer 1-3 gange om ugen, får et fast bidrag.

Udviklingsbidrag går til aviser, der ikke er berettiget til produktionsbidrag, men som er kommet i økonomiske vanskeligheder. Udviklingsbidragene er tidsbegrænsede og uddeles efter behovsprøvelse i Presstödsnämden. Der er ikke som ved produktionsbidragene tale om automatisk virkende regler.

Etableringsstøtte har i pressestøtteordningerne tre former: Selvstændig avis med mindst 1 nr. pr. uge, selvstændig publikation sammen med en anden avis eller en fådagesavis, der etablerer sig som flerdagesavis. Den almindeligste støttemodel har været den første. Af 11 nystartede aviser med etableringsstøtte tilhører 6 Centerpartiret, 2 Socialdemokratiet og 1 Kristen Demokratisk Samling, mens 2 er uden partipolitisk tilknytning. Etableringssøtten svarer til *Vi* gange produktionsbidraget. Lånet skal ikke betales tilbage, heller ikke hvis avisen senere opfylder betingelserne for at modtage produktionsstøtte.

Samdistributionsrabat gives til aviser, der deltager i et samdistributionsarrangement med andre aviser. Rabatten gives i form af 5 øre pr. distribueret eksemplar (1978). Desuden er der givet særlig søtte til flydistribution af Stockholms morgenaviser til Norrland.

Bidrag til produktionssamvirke gives til aviser med forskellige ejere, som indgår et teknisk samarbejde. Støtten kan ydes for en periode på 5 år. Denne støtteform har kun været lidt anvendt.

Heller ikke *bidrag til annoncesamvirke* er efterspurgt. Bidrag ydes med 6 % af de annonceindtægter, der stammer fra samarbejdet.

Pressens lånefond yder lån til investeringer

og andre foranstaltninger, som over tid kan forbedre avisernes konkurrenceevne. Lånene kan højst løbe over 20 år. Lån ydes ikke til enkelte aviser på steder, hvor samarbejde efter Presstödsnämndens opfattelse er muligt. Dog skal lån kunne ydes i situationer, hvor flere aviser har prøvet forudsætningerne for et samarbejde, men ikke har kunnet enes. Selv om långivningen primært skal bidrage til tekniske fornyelser, ydes også lån til aviser, som er i akut økonomisk krise og behøver midler til at sikre fortsat udgivelse, medens en rekonstruktion forsøges.

Støttens samlede omfang

Omfanget af den direkte pressestøtte fremgår mest ajourført af Presstödsnämndens ansøgning for budgetåret 1982-83. Nævnet søger om en forhøjelse af indeværende budgetårs bevilling med 29 mio. Skr. til 366,8 mio. Skr. Denne støtte gælder alene dagspressen. Med støtte til tidsskrifter og fagpresse når støtten op på 441,8 mio. Skr.

Til dagspressen søges produktionsbidrag på 288 mio. Skr., etableringsstøtte på 3,8 mio. Skr., udviklingsstøtte på 10 mio. Skr., samvirkestøtte på 7 mio. Skr. og samdistributionsrabat på 58 mio. Skr. Nævnet søger ikke om forhøjelser i forbindelse med prisudviklingen, hverken for støtte til dagblade eller tidsskrifter. Den økonomiske udvikling inden for pressen bedømmes som usikker, og nævnet finder det for tidligt at have en opfattelse af, hvorvidt de ansøgne bidrag er tilstrækkeligt store. Når der alligevel er tale om en forhøjelse af de ansøgte beløb, hænger det sammen med, at antallet af støtteberettigede aviser og tidsskrifter stiger. Alene den nystartede *Stockholms-Tidningen* beregnes i 1982 at skulle have 17-18 mio. Skr. i produktionsbidrag.

Indirekte støtteformer

Til alle disse direkte støtteformer kommer de indirekte støtteformer, der ikke er mindre omdebatterede. Som i andre lande debatterer man, om den indirekte støtte overhovedet kan karakteriseres som pressestøtte.

Aviserne er fritaget for moms, hvilket sparer aviserne for at betale mere end 100 mio. Skr. årligt. Desuden har aviserne en lavere annonceskat end andre medier: Først 6 %, nu 3 % mod 10 % i andre medier. Desuden er aviserne fritaget for reklameskat af de første 6 mio. Skr.

Postverket mener ikke, at det uddeler aviserne til den pris, der svarer til udgifternne ved udbringningen. Her er tale om en indirekte støtte på omkring 100 mio. Skr.

Pressestøttedebatten

I debatten om pressestøtten hævdes det i Sverige fra tid til anden, at de generelle støtteformer er konkurrenceneutrale, medens de selektive støtteformer ikke skulle være det. De selektive støttesystemer siges at begunstige visse aviser fremfor andre og følgelig burde udskiftes med generelle støtteforanstaltninger, som ikke forvrider konkurrencen. Dagspressekomiteen har studeret disse fænomener detailleret og redegør for sine resultater i delbetænkningen *Oversyn av presstödet* fra 1978 og i forskningsrapporten *Dagspressens struktur och ekonomi* fra 1979.

I betænkningen *Stödet til dagspressen* fra 1980 sammenfattes konklusionerne: Intet støttesystem kan siges at være konkurrenceneutralt. En generelt virkende støtte forstærker markedskræfterne, begunstiger de stærke aviser og fremmer koncentrationstendenserne. En selektiv støtte svækker markedskræfterne, begunstiger aviser i 2. position og kan gennem etableringsstøtte vende en negativ strukturudvikling. Det er pressepolitikkens formål, der bestemmer, hvilket støttesystem der bør anvendes. Det er umuligt at nå samme effekter med et generelt som med et selektivt system.

De nuværende selektive svenske støtteformer muliggør, at mindst 25 flerdagsaviser og mindst 30 fådagesaviser kan fortsætte deres virksomhed. Under pressesøtten har 11 2.aviser øget deres markedsandele, mens 6 har mistet markedsandele, men i modsætning til Norge har omvæltningerne ingen steder været så store, at 1. og 2. aviser har byttet plads.

6.1.2 Norge

Pressestøtten i Norge har dels til formål at hjælpe pressen i almindelighed, dels til formål at yde selektiv hjælp til aviser, der befinder sig i en udsat position, enten som 2. aviser i et område eller som aviser med meget lave oplagstal. Formålet med støtten er formuleret som et forsøg på at opretholde en differentieret dagspresse.

Produktionsstøtte

Den mest selektive af støtteordningerne er den såkaldte produktionsstøtte, som almindeligvis gives til alle aviser med et oplag mellem 1.500 og 10.000, uanset konkurrenceposition. Støtte til aviser med højere oplagstal er forbeholdt aviser, der befinder sig i en underlegen konkurrenceposition på udgivelsesstedet. Den øvre grænse for tildeling af produktionsstøtte er normalt et oplag på 40.000. For aviser, der er udsat for en særlig konkurrence, kan der dispenseres med støtte også over denne oplagsgrænse, såfremt aviserne kan dokumentere et underskud.

Statslig annoncering

En anden form for støtte er en omfattende statslig annoncering, som dels går til alle aviser, dels til alle aviser inden for et bestemt område, alt efter annoncens art. Denne form for annoncering er altså ikke selektiv i samme forstand som privat annoncering.

Kriterier og omfang

Statens støtte til pressen er ikke forbundet med særlige krav om ydelser fra pressen. De opstillede kriterier for støtte efterlader ringe tvivl om, hvilke aviser der er berettiget til støtte - og det har ved udformningen af støtten bestandigt været afgørende at få fastlagt en automatik i støttekriterierne, der kunne løfte disse ud over det personlige skøn eller en politisk hensigt.

Lægges den direkte pressestøtte i form af produktionstilskud sammen med den indirekte støtte i form af fritagelse for afgifter, statslig annoncering, reducerede distributiuonsudgifter m.v., nås imidlertid beløb af en sådan størrelsesorden ca. 400 mio. Nkr. i 1981, at der almindeligvis vil fordres en bevidst politisk planlægning. I denne forbindelse er der i den offentlige debat om pressestøtte i Norge gentagne gange ytret frygt for, at pressestøtten på længere sigt kan føre til, at en stor del af pressen indirekte kunne blive afhængig af Stortinget og for en væsentlig del finansieret via skattemidler.

Den historiske udvikling

I pressestøttens første faser mindskedes denne frygt ved, at initiativet til støtten var udgået fra pressen selv i form af en henvendelse til regeringen i januar 1966 fra Norsk Redaktørforening og Norske Avisers Landsforbund. Henvendelsens sigte var at bevare pressen, stort set som den var.

Dette synspunkt fik en bred politisk opbakning. Norske politikere frygtede at blive forpligtet på en mere vidtgående målsætning, hvis økonomiske konsekvenser de ikke kunne overskue. På denne baggrund kan det ikke overraske, at norsk pressestøtte i overvejende grad har haft et defensivt sigte, og at ingen har forpligtet sig til at opretholde en differentieret presse under alle forhold - eller til at etablere en differentiering, hvor denne ikke findes.

Staten har ikke forpligtet sig til at opretholde en bestemt form for presse, og den har ikke i bindende formuleringer angivet bestemte informationsbehov i befolkningen, som pressen bør imødekomme. Trods det oprindeligt stærkt defensive præg i pressestøtten fra 1969 har den dog fra 1978 gjort det muligt at etablere enkelte nye aviser.

Papirstøtte

Pressestøtte er i Norge ikke blot et efterkrigsfænomen. Subsidiering af avispapir går helt tilbage til 1917, men lovgivningen herom blev ophævet i 1922.

I efterkrigstiden går pressestøtten tilbage til 1951. Da blev det besluttet, at en forhøjelse af prisen på avispapir, samtidig med en reduktion af avisernes omfang med 10%, skulle kompenseres med et statsfinansieret nedslag på 250 kr. pr. ton.

Denne ordning blev senere afløst af mere beskedne og afgrænsede subsidieordninger. Fra 1. juli 1954 ophørte alle former for begrænsninger af avisernes omfang og alle former for statssubsidierede prisreduktioner.

Selektive ordninger

Norge fik sin første selektive pressestøtte i 1969 efter en meget intensiv debat om det forsvarlige i statens engagement i pressens forhold. Støtten blev straks ved dens indførelse karakteriseret som det mest vidtrækkende indgreb i pressens forhold, fraset besættelsens særlige situation.

Det første udspil kom i 1966 med nedsættelse af Stats- og Pressekomitéen. Ifølge

komitéens betænkning fra 1967, *Innstilling om tiltak for å opprettholde en differensiert dagspresse,* kunne staten lette de økonomiske vanskeligheder for pressen gennem lave portotakster og lave teletakster, men størst effekt ville det have, om der blev gennemført en tilskudsordning til billiggørelse af det dyre avispapir.

Et flertal i komitéen gik ind for, at staten gav tilskud til avispapir til alle aviser med et oplag på under 10.000 eksemplarer. Større aviser skulle kun have tilskud, hvis de havde en større konkurrent. Aviser på over 40.000 i oplag skulle overhovedet ikke have tilskud. Konkret betød dette, at 29 af i alt 156 aviser ikke ville få støtte. Til gengæld tegnede disse aviser sig for mere end 75% af det samlede papirforbrug.

Den forholdsvis beskedne støtte på 5,5 mio. Nkr., som flertallet foreslog, var derfor tilstrækkelig til at dække 1/3 af papirudgifterne for de 127 aviser, som ville få andel i støtten. Som supplement til papirstøtten foreslog komiteen, at en statslig låneordning skulle lette avisernes overgang til ny teknik, og at det offentlige i et markant øget omfang skulle annoncere i pressen. Stortinget gennemførte i 1969 ordningen med 70 stemmer mod 38.

Nye overvejelser

I 1972 blev der nedsat et dagspresseudvalg, som skulle fremkomme med ajourførte regler for støtteformer. Stort set havde den først gennemførte støtteordning vist sig hensigtsmæssig, og også pressen selv stillede sig med forskellige nuanceringer positivt til, hvad der var opnået gennem statsstøtten - langt mere positivt, end da støtten blev indført.

I en delbetænkning fra 1973, *Dagspressens økonomi,* fastslog udvalget, at en tilskudsordning, hvilende på papirforbruget, fortsat var det middel, der mest effektivt kunne bidrage til at opretholde en differentieret presse i Norge. Men udvalget foreslog støtten omlagt fra subsidiering af avispapir til en egentlig produktionsstøtte efter svensk mønster.

Delbetænkningen blev i 1974 fulgt op med en ny delbetænkning, *Samarbeid i dagspressen,* bl.a. om det tekniske produktionsapparat, men også om forskellige former for redaktionelt stof, som efter udvalgets mening kunne løftes ud af avisernes indbyrdes konkurrencesituation. Udvalgets konklusion var, at et teknisk samarbejde kan fremtvinge samarbejde på redaktionelle områder og bidrage til at rationalisere informationsindsamlingen.

Samtidig lagde udvalget dog vægt på, at den tekniske udvikling og dens følger ikke måtte undergrave en differentieret dagspresse. Udvalget var selv opmærksom på, at ethvert samarbejde mellem stærke og svage aviser let kommer til at ske på de stærkeste præmisser, og at samarbejdet trods alle ideelle hensigter derfor i praksis kan komme til at undergrave pressens alsidighed.

Af mere detailpræg var endnu to betænkninger, som kom i 1974, *Bladporto* og *Postverket og dagspressen.* Udvalget om bladporto mente, at en forøgelse af bladportoen til de faktiske omkostninger ved udbringningen af aviser kun bør kunne ske over en så lang periode som 10 år og med kompenserende statsstøtte, som udvalget dog ikke tog stilling til udformningen af. Postverkets betænkning foreslog et samdistributionsarrangement for aviser, støttet af pressen, hvilket blev gennemført via en ny betænkning i 1977, *Samditribusjon av aviser.*

Det tredie i rækken af udredningsudvalg om pressestøtte blev nedsat i 1980 med stærkt begrænset mandat. Forbruker- og Administrationsdepartementet ønskede først og fremmest råd om, hvorledes der kan gennemføres en effektivisering af den statslige pressestøtte inden for de rammer, der er etableret. Kritikken mod pressestøtten har nemlig i Norge i de senere år været tiltagende i betydelig grad, først og fremmest forårsaget af den voldsomme vækst i støttebeløbene.

Voksende bevillinger

Men til trods for denne kritik blev pressestøtten også forøget i statsbudgettet for 1981. Både i 1979 og i 1980 fik regeringen Stortingets godkendelse af ekstrabevillinger til pressestøtten, og disse bevillinger er inkluderet i det samlede beløb for produktionsstøtten i 1981, som er vokset til ca. 100 mio. Nkr. På budgettet for 1981 findes desuden 2 mio. Nkr. til telekommunikation, 24,5 mio. Nkr. til samdistribu-tion, 9 mio. Nkr. til 'anvendt presseforskning og etterutdanning' m.v. Nyt fra 1980 har været etablering af støtteordninger for indvandreraviser.

Investeringslån

Statens Lånekasse for Aviser, som yder investeringslån til pressen, udtaler i en rapport, at norsk presse har moderne udstyr, men for lidt samarbejde. Et af formålene med låneordningen var at stimulere til øget teknisk samarbejde, men her er forventningerne ikke slået til. Siden starten i 1972 har lånekassen ydet lån på ialt 132 mio. Nkr. til dagspressen. Af 159 aviser, der er medlemmer af Norske Avisers Landsforbund, har 101 aviser fået lån eller lånegaranti. Lånene er hovedsagelig gået til små og mellemstore aviser.

Statslig annoncering

Fordelingen af statsannoncerne sker efter faste kriterier, og det er blevet kritiseret, at enkelte aviser har kunnet føre en prispolitik, der gav dem uforholdsmæssigt høje indtægter på statsannoncerne. Derfor fik fire aviser i 1980 besked fra Statens Informationstjeneste om, at statsannonceringen ville blive indskrænket på grund af urimelige priser. Efter henstilling fra pressens organisationer har de fire aviser faet en tidsfrist til at normalisere deres priser.

11980 og 1981 er beløbene til statslig annoncering reduceret. Det har ført til beskyldninger om, at Oslo- aviserne favoriseres på den øvrige presses bekostning, hovedsagelig fordi stillingsannoncer fortrinsvis går til hovedstadspressen.

Debat og virkninger

Regeringen Kåre Willoch har tilkendegivet, at den hidtil gældende automatik i væksten i pressestøtten vil blive bragt til ophør.

En meningsmåling viser, at der er flertal for fortsat pressestøtte i samtlige norske partier. 59% mener, at det er rigtigt at hjælpe økonomisk svage aviser med statsstøtte, 32% mener, at støtten bør afvikles, mens 8% ingen synspunkter har på spørgsmålet.

Pressestøtten menes at have bidraget til den stabilisering af avisforbruget, der kan konstateres siden dens indførelse i 1969.1 mellemkrigstiden blev der i gennemsnit læst 1 avis pr. husstand. I årene efter befrielsen steg avisoplagene stærkt. I 1950 blev der solgt 1,6 avis pr. husstand.

Flere forhold spillede her ind. Nyhedshungeren var stor efter krigen. Desuden var aviserne i de første efterkrigsår kun på få sider, præget af papirrationeringen. For mange var det nødvendigt at læse flere aviser for at følge med. Men fra omkring 1950 faldt avisforbruget, samtidig med at konkurrencen mellem 1. og 2. aviserne skærpedes. Denne tendens fortsatte frem til omkring 1970. Herefter er avisforbruget, målt på landsplan stabiliseret.

Også antallet af aviser har stabiliseret sig under pressestøtten. Fra 1950 til 1965 faldt antallet af aviser, der var medlem af Norske Avisers Landsforbund, fra 191 til 160, men tallet har i de senere år været omtrent konstant, idet enkelte bladdødsfald er opvejet af enkelte bladstarter. Uden pressestøtten ville den truende 'danmarkisering' på det norske avismarked utvivlsomt være indtrådt.

Så godt som alle aviser i 2. position var underskudsgivende ved pressestøttens indførelse. Uden støtte ville de fleste af disse aviser være bukket under. Produktionstilskuddene alene udgør ca. 8% af indtægterne for denne avisgruppe og dækker omtrent den manglende balance mellem indtægter og udgifter.

Stabiliseringen viser sig også inden for konkurrencestrukturen. I 1950 var der aviskonkurrence i 47 byer. 11969 var dette tal reduceret til 34 byer. I 1979 var der fortsat 34 byer, hvori der udkom to eller flere aviser.

Pressestøtten har dog i alt væsentligt ikke formået at ændre ved den indbyrdes konkurrencesituation mellem aviserne. De aviser, der var 2. aviser ved støttens indførelse, er det fortsat, men de har formået at stabilisere deres oplag og vride sig ud af oplagsspiralen. Der gives endog enkelte eksempler på, at aviser i 2. position har kæmpet sig frem til en 1. position.

6.1.3 Finland

Finske offentlige udredninger om pressestøtte er bemærkelsesværdige ved, at de kun i et yderst minimalt omfang er blevet udført efter deres pålydende. I stedet er pressestøtten af de politiske partier forvandlet til partistøtte eller til støtte, som indirekte støtter partierne. I det omfang, de gennemførte støtteordninger overhovedet kan opfattes som pressestøtte, er det som en støtte, der i praksis overvejende tilfalder de aviser, som har en partitilknytning, medens Finlands mange aviser uden partipolitiske bindinger næsten ingen støtte får.

Pressestøtten i Finland kan således mere

tjene til at opretholde partipressen i et omfang, der ellers ikke ville have været mulig, end den har tjent til en udvikling af det samlede pressemønster. I det omfang, de partiuafhængige aviser alligevel har udviklet sig, kvantitativt og kvalitativt, er der tale om en udvikling, der ikke blot er sket uafhængig af, men på trods af den partikanaliserede pressestøtte.

Principper og praksis

Finsk pressestøtte på udredningsplanet fremtræder da som en række principper, der ligger langt fra eller er modsat den praksis, der følges ved pressestøttens udformning i konkret lovgivning. Afstanden mellem foreslåede principper for støtte og praksis ved udformningen af støtte er større end i f.eks. Sverige og Norge.

Tilmed er der tale om en afstand mellem principper og praksis, der stort set har holdt sig uændret gennem 1970erne.

Hvor pressestøtten i de øvrige nordiske lande hovesagelig er søgt udformet med så lidt direkte politisk styring som mulig, har pressestøtten i Finland overvejende karakter af direkte partiorganiseret og partiformidlet støtte.

Da antallet af uafhængige aviser er voksende, er store dele af finsk presse åbenlyst kritisk over for pressestøttens udformning. Men trods tiltagende kritik i pressen er samtlige politiske partier enige om at bevare pressestøtten i overvejende partipolitisk regie i form af, at halvdelen af den direkte selektive pressestøtte kanaliseres til aviserne via de politiske partier (partistøtte), medens den anden halvdel kanaliseres direkte til aviserne af Presstödsnämnden, som er et partipolitisk sammensat organ.

Den første pressebetænkning

Den første finske pressebetænkning, *Pressens Ekonomikommittés betänkande,* er fra 1967. Udredningsarbejdet blev iværksat i 1966, foranlediget af voksende offentlig uro over de koncentrationstendenser, der kunne iagttages i finsk presse. Den direkte anledning til udredningsarbejdet var Riksdagens afvisning af et socialdemokratisk forslag om at yde 10 mio. Fmk. til dagspressen gennem de politiske partier.

Indirekte støtteformer

Den forud indførte indirekte støtte blev uanfægtet opretholdt. Den bestod - og består - i, at dagspressen ikke betaler omsætningsafgift på abonnement (men på løssalg) ifølge en undtagelsesbestemmelse i omsætningsafgiftsloven. Omsætningsafgift pålægges ikke annoncer, eftersom kun varer og ikke tjenesteydelser beskattes. I så henseende nyder pressen ingen speciel begunstigelse.

Den vigtigste del af den indirekte pressestøtte består i, at en særlig lav bladporto er blevet opretholdt i kraft af, at staten yder tilskud til postvæsenet som kompensation for de tab, avisdistributionen medfører. De lave posttakster har været et årligt tilbagevendende emne i den intensiverede finske pressestøttedebat. Der har hele tiden været uenighed mellem postvæsenet og pressens organisationer om underskuddets faktiske størrelse og omfanget af den indirekte pressestøtte via distributionsstøtten - en problemstilling, der genfindes i alle de nordiske landes pressestøttedebat, omend i mindre tilspidset form end i Finland.

Fra pressens side gør man gældende, at det drejer sig om penge, som pressen aldrig ser, og at denne form for 'støtte' i høj grad har karakter af interne statslige budgettransaktioner. Med tiden er pressestøtten via postvæsenet vokset så stærkt, at staten i støtte betaler mere end aviserne selv i distributionsleddet. Således udgjorde statsstøtten til avisportoen i 1979 195 mio. Fmk., mens aviserne selv havde distributionsudgifter på sammenlagt 180 mio. Fmk.

Ifølge pressens egne oplysninger er postvæsenets underskud på avisdistributionen mindre end det beløb, postvæsenet opgiver til og får dækket af staten. Det vakte opmærksomhed, da det blev kendt, at statstilskuddene til avisdistribution oversteg avisernes egne udgifter hertil. Fra og med 1981 bestræber man sig på, at aviserne skal betale 50% af de udgifter, som postvæsenet angiver at have på avisdistributionen. Men udgiverforeningen, Tidningarnas Förbund, har fortsat ikke accepteret postvæsenet måde at beregne distributionsudgifterne på.

Forslag om selektiv støtte

Helt fra 1967 har der løbende været tale om at supplere den utilstrækkeligt virkende indirekte støtte med selektivt virkende direkte støtte.

Denne støtte er udformet som en partipolitisk reaktion på pressebetænkningen af 1967. Komiteen foreslog ud over de allerede eksisterende generelle støtteordninger specielle støtteordninger for mindre aviser i akutte vanskeligheder.

Regeringen støttede komiteen i disse synspunkter, men Riksdagen underkendte både pressebetænkningens og regeringens forslag og forvandlede et beskedent forslag om 2 mio. Fmk. i direkte pressestøtte til en støtte på 10 mio. Fmk. til de politiske partier - rigtignok med den vage 'håndfæstning', at en del af denne støtte skulle gå til at hjælpe aviserne. Nogen eksakt regnskabsaflæggelse for pengenes anvendelse har partierne aldrig været afkrævet, og man kan gå ud fra, at det har varieret stærkt fra parti til parti, hvor stor en del af pengene, der er gået videre - og på hvilke vilkår.

Støtten via de politiske partier viste sig utilstrækkelig. Det samme gjaldt støtten via de lave posttakster. Denne støtte kom fortrinsvis de største og i forvejen stærkeste aviser til gode. I 1972 nedsattes derfor Kommunikationspolitiska Kommittén, der i 1974 fremkom med fem delbetænkninger. Komiteen fremlagde forskellige forslag til pressestøtte:

(a) automatisk støtte til 2. aviser,
(b) pressestøtte via de politiske partier,
(c) behovsprøvet støtte til aviser af dagspressekarakter og
(d) finansiering af pressens investeringer.

Forslag (a) med selektiv støtte efter svensk model er aldrig blevet ført ud i livet. I stedet uddeles støtten i form af tilskud til transport-, distributions- og andre udgifter, fordelt af Presstödsnämnden og indført i 1971. Komiteens støtteforslag (a) skulle afløse denne støtte, men kom ikke til det. Støtteforslag (b) blev virkeliggjort fra og med 1974 i den form, komiteen foreslog.

Støtteforslag (c) blev ikke ført ud i livet efter sit formelle indhold, men delvis efter sit sigte, idet man fra og med 1977 har indført støtte til' religiøse' aviser og fra og med 1979 til opinionsaviser.

Støtteforslag (d) er ikke gennemført.

Omfang og virkning

Siden 1975 har transportstøtten og partistøtten til aviserne været forhøjet i samme takt. I 1981 indbringer hver af støtteformerne aviserne 35 mio. Fmk.

Den omstændighed, at hovedparten af den finske pressestøtte kanaliseres til aviserne gennem partierne og gennem et partipolitisk sammensat nævn kan bevirke, at aviser, der modtager meget store tilskud, næppe kan sige sig fri for at være afhængige af støtten. Enkelte aviser er helt oppe på at modtage tilskud på omtrent halvdelen af deres ordinære indtægter.

Disse aviser ville ingen mulighed have for at overleve drastiske omlægninger af støtteformerne eller kraftige reduktioner af støtten. Risikoen for afhængighed øges af, at der er tale om årlige bevillinger, og at der råder i det mindste delvis vilkårlighed angående partiernes støtte og støtten fra det partipolitisk sammensatte nævn.

Spørgsmålet om uønsket afhængighed er ømtåleligt og vækker fra tid til anden betydelig offentlig debat. Ikke alle, der er modstandere af den nuværende form for finsk pressesøtte, mener, at der består en risiko for en sådan form for afhængighed. I det mindste mener mange dog, at der består en risiko for, at en sådan afhængighed kan opstå, men de finder ikke i offentlige udtalelser belæg for, at en sådan afhængighed er indtruffet.

Den mest almindelige indvending mod den finske støtte går snarere på, at den nuværende pressestøtte savner explicitte normer, baseret på økonomiske analyser eller på avisernes konkurrencesituation. Indvendingen er først og fremmest af principiel karakter. Også en anden støtteordning, f.eks. baseret på konkurrencesituationen, ville for en stor del kanalisere støtte til de aviser, der også i dag modtager støtte, idet 2. aviserne hovedsagelig er partiaviser, omend der findes et antal undtagelser.

Den finske pressestøtteordning er ofte kritiseret for sine principielle mangler, men netop disse mangler indebærer også en fordel: Den politiske og partipolitiske binding er åbenbar og kan konstateres og kritiseres. I Finland, hvor udlandets kritik af den finske støtte på baggrund af de svenske og norske støttemodeller undertiden kan føles vel heftig, møder man det modargument, at støttesystemerne i Sverige og Norge også er båret af politiske interesser, men i disse lande blot skjult bag smukke principper og modeller: Hvis disse principper

og modeller skulle vise sig at stride mod stærke politiske grupperingers interesser, ville også de partipolitiske træk i støtteordningerne her komme frem i lyset.

6.1.4 Island

Pressestøtten i Island er meget lidt udviklet i formel forstand. Statens støtte består i, at den køber 450 eksemplarer af hver avis. Konkurrencesituationen er meget anspændt, og de fleste avisudgivelser er tabsgivende. Det kompenseres der for gennem talrige indsamlinger blandt sympatisører.

I Island udkommer 6 aviser med dagbladskarakter. Disse aviser udkommer 5 eller 6 gange om ugen. Kun en af disse aviser, *Dagbladid*, er uafhængig af de politiske partier og modstander af statssubventionering af pressen. Staten køber i konsekvens heraf færre eksemplarer af denne avis.

Uden om staten er der gennemført et omfattende samproduktionsprogram, og fire aviser ejer nu i fællesskab et trykkeri i Reykjavik. På grund af de begrænsede oplag er der ikke problemer med at trykke adskillige morgenaviser samme sted. Gevinsterne ved fælles trykkeri overstiger fordelene ved statens garantikøb.

6.1.5 Frankrig

Der er i Frankrig en lang tradition for statslige subsidier til pressen, ikke mindst på grund af de store omvæltninger, som både 1. og 2. verdenskrig medførte. De to krige slog det eksisterende pressemønster i stykker, og statslig støtte blev anset for nødvendig i forbindelse med genetableringen af en alsidig og informativ presse. Men allerede inden 1. verdenskrig blev der givet støtte i form af særlige posttakster og reducerede telegrampriser.

De nuværende støtteformer er med andre ord udviklet skridt for skridt og udgør derfor en svært overskuelig helhed. Når der også i 1970erne blev indført nye og/eller ændrede støtteordninger, skyldtes det først og fremmest ønsket om at modvirke en for stærk koncentration i fransk presse. Dette problem blev især understreget af Robert Hersants erhvervelse af en række aviser og bladhuse, således at salget af hans koncerns publikationer nåede op på 16% af det samlede salg (målt i oplag). Han købte bl.a. *Figaro* og en væ-sentlig andel i *France-Soir*. Men også i provinserne har der været tale om større avisers opkøb af mindre med deraf følgende koncentration.

Kriterier for støtte

For at modtage støtte skal en avis eller en periodisk publikation opfylde visse krav, der er fastlagt ved lov. Dens indhold skal bidrage til udbredelse af ideer, oplysning, uddannelse, information eller underholdning. Den skal give oplysning om navn og adresse på redaktøren, trykkeren, advokaten etc. Den skal udkomme mindst én gang om måneden, og prisen skal klart fremgå af publikationen. Den samlede annoncemængde må ikke udgøre mere end to tredjedele af den samlede spalteplads, og publikationen må ikke have karakter af at være en almanak, et atlas, en køreplan eller et katalog. Disse kriterier er blevet anvendt temmelig fleksibelt, men også til at forhindre, at pornografiske publikationer kan få del i statsstøtten.

Vurderingen af, om en publikation opfylder kriterierne, foretages af et råd, bestående af repræ-sentanter for pressen og centraladministrationen, Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse. Godkendes en publikation af rådet, kan den modtage forskellige former for støtte - både direkte og indirekte.

Indirekte støtte

a) Væsentligt nedsatte posttakster for distribution. Den samlede værdi af denne støtte blev i 1976 opgjort til 1,2 mia. francs.

b) Dagblade har ret til en 50 procents rabat på telegrammer og telex-transmissioner, der indeholder redaktionelt stof.

c) Udgivere af aviser og periodiske publikationer er fritaget for at betale en særlig erhvervsskat, *patente* . Det sparede dem i 1976 for en udgift på 144 mio. francs.

d) Dagblade er skattefritaget for op til 70% af enhver fortjeneste (profit), der investeres i avisen inden for fem år. Det tilsvarende tal for andre publikationer er 50% Værdien i 1976 var 44 mio. francs.

e) Delvis momsfritagelse i et kompliceret samspil med opkrævning af den særlige franske lønskat blev i 1977 ændret til en vidtstrakt rabatordning. Nettovirkningen er en momssats

på 2,1% for dagblade, mens periodiske publikationer skulle stige fra 3,5 til den fulde sats på 7,0% frem til 1981. Denne forskelsbehandling gav anledning til en principielt interessant debat, der refereres nedenfor (s. xx).

Direkte støtte

a) Staten betaler et vist beløb til det franske PTT for at give en rabat på 50% til alle modtager-betaler-opkald, som journalister foretager til deres aviser.

b) Staten betaler de franske jernbaner, SNFC, et vist beløb for at nedsætte taksterne for transport af aviser inden for fransk territorium.

c) Et vist beløb - i 1976 var det 9,7 mio. francs - er bevilget til at støtte udbredelsen af franske aviser og periodiske publikationer i udlandet.

d) Franske ambassader og præfekturer har pligt til at abonnere på det franske nyhedsbureau AFP, hvilket i 1975 kostede 130 mio. francs.

e) Der gives særlig støtte til publikationer, som på grund af deres karakter har meget små annonceindtægter. Kravet er, at de udkommer fem gange om ugen, at de holder sig under en vis salgspris, at oplaget er under 200.000, og at reklameindtægterne udgør under 30% af den samlede indtægt. Kun det katolske *1a Croix* og det kommunistiske *l'Humanité* har i perioder modtaget denne direkte støtte på mellem 1 og 2 mio. francs om året.

f) Under de voldsomme prisstigninger på papir fra 1973 til 1975 gav staten en direkte, midlertid støtte på i alt 60 mio. francs, der blev fordelt i forhold til papirforbruget inden for visse grænser. Kun publikationer med alment stof var med i ordningen, mens specialblade var udelukket.

Den samlede støtte - indirekte og direkte - blev i 1976 opgjort til 1.696 mio. francs, svarende til 12 procent af den samlede omsætning.

Debat om kriterier

Formen for momsrabatten, der trådte i kraft i 1977, gav anledning til skarpe protester fra de politisk orienterede ugeblade som *Le Point, Le Nouvel Observateur* og *Le Canard Enchainé.* De argumenterede med, at de lå langt nærmere dagspressen end andre periodiske skrifter, og at de derfor burde have samme økonomiske behandling af staten.

Det udløste en længere debat om det ønskelige og mulige i at bruge selve indholdet som kriterium for støtte. De fleste fandt det principielt ønskeligt, da man derved kunne give særlig støtte til periodiske publikationer, der vitterligt bidrager til den politiske debat og ideudvikling, uden samtidig at poste penge i rent kommercielle publikationer.

Men de fleste fandt det også praktisk svært, for ikke at sige umuligt, at udarbejde en brugbar definition, så man undgik vilkårlighed eller det, der er værre, ved vurderingen af, hvem der er kvalificeret til den særlig lave momssats.

Debatten mundede ikke desto mindre ud i en ordning, der hviler på et skøn over indholdet. I december 1977 blev der vedtaget en lov om, at ugeblade, der bruger mere end en tredjedel af deres redaktionelle spalteplads til politisk stof, kan få den lave momssats. En særlig komité skal vurdere, hvilke publikationer der opfylder dette krav.

Komiteen består af embedsmænd og dommere. Den kan ikke selv træffe beslutninger, men udarbejder en liste over ugeblade, som den finder kvalificerede til lav momssats. Listen forelægges ministerpræsidenten, der har den endelige afgørelse. Komiteen har fundet, at 17 af de 31 ugeblade, som har anmodet om momsnedsættelse, var kvalificerede.

6.1.6 Holland

På pressestøtteområdet indtager Holland i flere henseender en særstilling. For det første lykkedes det for udgiverorganisationerne at få skabt politisk accept af det synspunkt, at indførelsen af reklamer i tv berettigede til en kompensationsordning for dagbladene.

For det andet derved, at mulighederne for selektive støtteordninger har været overvejet siden midten af 1970erne; specielt ordninger som støtter de blade, hvis svage markedsposition stillede dem dårligt på annoncemarkedet. Gennem analyser og undersøgelser af især oplaget og dækningsprocentens betydning for driftsresultatet har man opstillet en række såkaldte objektive støttemodeller. Men uanset hvilken løsning man har fundet frem til, har den ikke vundet politisk accept, primært på grund af, at ordningerne, hvis de blev ført ud i livet, alle havde en række mere eller mindre

utilsigtede virkninger. Resultatet er derfor, at der, på trods af store bestræbelser på det modsatte, fortsat ikke findes selektiv driftsstøtte.

En række indirekte støtteformer er etableret (momsfritagelse/-reduktion, distributionsstøtte og nedsatte teletakster).

Den pressepolitiske debat skal vurderes på baggrund af det hollandske pressemønster og dets udvikling. I pressepolitisk henseende går skellet mellem på den ene side dagblade (landsdækkende og regionale) og politiske ugeblade *{Opinion Weeklies),* og på den anden side magasiner og tidsskrifter. Sidstnævnte gruppe er på en række punkter ringere stillet i støttemæssig henseende.

Koncentrationstendenserne har været stærke på dagbladsområdet. F.eks. faldt antallet af selvstændige økonomiske enheder fra 56 til 27 i perioden 1955-78. I samme periode voksede de 10 største bladhuses oplagsandel fra ca. 40% til ca. 80%.

Udviklingen eller situationen på de nævnte hovedområder er følgende:

Kompensation som følge af reklame-tv

Holland fik reklame-tv i 1964. Med virkning fra 1968 etableredes en midlertid ordning, hvorefter dagblade og politiske ugeblade fik ' annonceerstatning'. Ordningen eksisterede i 6 år, idet beregningsgrundlaget var de aktuelle annonceindtægter sat i forhold til en beregnet annonceindtægt, som forudsatte, at reklame-tv ikke var blevet indført. Basisåret var 1966. Der blev ikke givet fuld kompensation. De samlede udbetalinger beløb sig til 105 mio. Hfl., medens det beregnede tab i perioden var på 588 Hfl. Ordningen tog ikke hensyn til, at ikke alle blade havde samme mulighed for selv at kompensere for den ændrede situation, hvorfor kompensationerne i periodens sidste halvdel (1971-1973) delvis blev selektive.

Ordningen bortfaldt i 1973, og i perioden 1974-1977 etableredes en pressestøttefond, hvis formue tilvejebragtes gennem en 5%-særafgift på radio- og tv-reklame i perioden 1974-77.

Etableringen af en pressestøttefond

Den hollandske regering nedsatte i 1971 en mediekommission, hvis arbejde afsluttedes med afgivelsen af en mediepolitisk betænkning i 1975. Med hensyn til pressestøtte anbefaledes et skifte til selektive ordninger med udgangspunkt i de ulige konkurrencevilkår på bladområdet. Kommissionens forslag blev kun delvis gennemført.

Regeringen besluttede at overdrage den nærmere konkretisering af de selektive ordninger til bestyrelsen for den i 1974 oprettede pressefond *(Stich t ing Bedrifts/ond voor de Pers).*

Pressefondens oprindelige formål var at yde støtte til dagblade og politiske ugeblade i form af rentefri lån og andre kreditfaciliteter. Formålet var at sikre den fortsatte uafhængige bladdrift for de pågældende blade, men antallet af bevillinger har været begrænset. I perioden 1974-1980 er der således kun ydet syv lån på endog særdeles favorable vilkår.

Debatten om selektive støtteformer

Til grund for pressefondsbestyrelsens overvejelser blev lagt et større forsknings- og udredningsarbejde, hvis hovedresultater var følgende:

Der konstateredes:

1) En positiv sammenhæng mellem oplag og annonce- mængde.
2) En endnu kraftigere sammenhæng mellem oplag og annonceindtægter.
3) Jo mindre dækningsområde jo større annonceindtægter, forudsat et givet oplag.
4) En positiv, men mindre end proportional sammenhæng mellem samlede omkostninger og oplag.
5) De samlede omkostninger påvirkes *ikke* af dækningsområdets størrelse.
6) På omkostningssiden gælder:
   a) En positiv sammenhæng mellem dækningsområde og distributionsudgifter.
   b) En positiv, men svagere sammenhæng mellem oplag og annonceringsomkostninger.
   c) En positiv, men svagere sammenhæng mellem oplag og redaktionsudgifter.

Imidlertid kunne man ikke anvende resultaterne på det samlede driftsresultat. Dertil var spredningen i materialet for stor.

De centrale størrelser i bestyrelsens videre overvejelser har været følgende:

a) Kun blade under en vis oplagsstørrelse bør være støtteberettigede (eks. 80.000).

b) Kun blade med en dækningsprocent i udgivelsesområdet under en vis størrelse kan komme i betragtning.

Et forslag om en tidsbegrænset selektiv støtteordning blev i 1980 afvist af den hollandske kulturminister. Begrundelsen var bl.a.:

- at ca. 50% af pressen af statistiske grunde faldt udenfor,
- at det ville være de samme blade, som år for år fik gavn af støtten,
- at 3-4 blade skulle dele ca. 45 mio. Hfl,
- at beregningsmetoden var for grov,
- at en prøveperiode ville blive gjort permanent,
- at pressefondens bestyrelse selv havde peget på en række vanskeligheder (fordelingen af omkostninger inden for koncerner, usikkerhed med hensyn til samlet overskud og underskud, oplag og dækningsprocent utilstrækkelige som forklarende variable, faren for konkurrenceforvridning).

Pressefondets bestyrelse blev i stedet anmodet om at fortsætte forsøget på at tilvejebringe en objektiv fordelingsmekanisme. Et særligt forslag om støtte til de politiske ugeblade kunne heller ikke imødekommes.

Indirekte støtteordninger

Momsreglerne

Der er reducerende momsprocenter på såvel bladsalg som annoncesalg. For dagbladssalget skelnes mellem løssalg og abonnementssalg. Magasinpressen indtager en lidt ringere stilling. I 1978 gjaldt følgende satser:

Indtægtsformer		Dagblade og politiske ugeblade	Magasiner
		%	
Salg	Løssalg	4	4
	Abonnement	0	4
Annoncer		4	4

Den generelle momsprocent var samtidig 18%.

Bladportoen

Posttaksterne er reduceret for alle bladgrupper, men mest for dagblade og politiske ugeblade. For denne gruppes vedkommende har portoen siden 1972 været reguleret i takt med den almindelige omkostningsudvikling, men altså hele tiden befundet sig på et lavere niveau. Derimod har bladportoen for magasiner været absolut stigende i 1970erne. For visse magasiners vedkommende er bladportoen 2 gang højere end avisportoen (altså for blade og aviser med samme vægt). Målet er fuld omkostningsdækning på magasindistributionen, som skal nås i 1982.

Andre takstreduktioner

Bladene har reducerende tele- og jernbanetakster. Størrelsen og fordelingen på bladkategorier fremgår ikke af det undersøgte materiale.

6.1.7 Italien

I august 1981 vedtoges en italiensk presselov. Hovedpunkterne i den er: Åbenhed omkring ejerforholdene, offentlig og overskuelig regnskabsaflæggelse, grænser for koncentration, støtte til især de mindre og medarbejderejede aviser samt særlig bistand til teknologisk fornyelse og rationalisering.

Da loven er så ny, er det endnu for tidligt at vurdere dens virkninger. Derimod er intentionerne i loven særdeles klare. Igennem en kombination af krav til udgiverne og direkte økonomisk støtte tager loven sigte på at sikre mangfoldighed i den italienske presse.

Selskabsformer

Hvad angår den selskabsform, udgiverne vælger, er der kun den restriktion, at et bladforlag ikke må drives af selskaber, hvis erhvervsmæssige formål falder uden for bladudgivelse, grafisk produktion eller informationsvirksomhed. Ønsker et sådant selskab at gå ind i bladudgivelse må det oprette et særskilt selskab til formålet.

Denne bestemmelse hænger sammen med lovens krav om meget fyldige oplysninger om udgiverselskabernes ejerforhold. Dens bestemmelser er udformet med henblik på at undgå 'tavse partnere' i ejerkredsen og på at skabe mulighed for let at konstatere, hvem de faktiske ejere af et udgiverselskab er. I den forbindelse stilles der i loven en række krav om registrering af aktier og andre former for anparter på navn.

I samme afsnit af loven fastlægges det, at majoriteten af aktier eller anparter i selskaber,

der udgiver dagblade, ikke må overdrages til fondsejede selskaber eller til udenlandske interesser. Dette forbud gælder også, hvis der er tale om en kontrollerende aktie- eller anpartspost, selv om den ikke udgør en majoritet.

Oplysningspligt

Oplysningspligten er ifølge loven meget vidtgående. Udgiverselskaberne skal give skriftlig information til et særligt organ, der er oprettet under ministerpræsidentens departement, om følgende forhold: Ændringer i kontrollen med selskabet, ændringer i dets ledelse, navnene på aktionærer eller parthavere, antallet af aktier eller anparter, ophør af enhver udgivelse, overdragelse af bladnavne til andre selskaber, indholdet af forpagtnings- eller udlejningskontrakter, som selskabet måtte indgå, samt aftaler om brug af bladnavne.

Andre krav

I betragtning af de politiske partiers og fagforbundenes særlige status er de undtaget for en del af de selskabsretlige krav i presseloven. Således må de godt i form af fonds have aktier eller anparter i selskaber, der udgiver dagblade og tidsskrifter.

Til gengæld er der særlig strenge regler for statslige virksomheders deltagelse i avisudgivelse. De må hverken direkte eller indirekte være engageret i udgivelse af publikationer, som ikke har en direkte og indiskutabel forbindelse med deres egentlige virksomhed. Den erklærede hensigt er at hindre enhver fremtidig udvidelse af det offentliges aktivitet inden for pressen.

De begrænsninger og krav, som loven formulerer over for bladhusene, gælder ikke kun selskaber, der udgiver dagblade, men også nationale nyhedsbureauer og udgivere af magasiner og tidsskrifter, hvis disse publikationer udkommer mindst 12 gange årligt og har ansat mindst fem journalister på fuld tid.

Koncentrationsgrænser

Derimod gælder de grænser, som loven sætter for koncentration, kun for dagbladene. Der er tale om tre forskellige grænser: På det nationale plan må intet udgiverselskab, direkte eller indirekte, kontrollere mere end 20% af det samlede oplag. På det, der kan kaldes det storregionale plan (det nordøstlige, det nordvestlige, det centrale og det sydlige Italien), er den tilsvarende grænse sat til 50%.

På det regionale plan er grænsen også 50%, dog ikke i forhold til oplaget, men i forholdet til antallet af bladhoveder. Sidstnævnte bestemmelse gælder selvsagt kun, hvor der i en region udkommer mere end én avis.

Lovens bestemmelser om begrænsning af koncentrationen tager *kun* sigte på de situationer, hvor grænserne overskrides som følge af køb eller anden overtagelse af aviser eller udgiverselskaber. I så tilfælde skal transaktionen ifølge loven kendes ugyldig, hvis det ansvarlige udgiverselskab ikke selv sørger for at holde sig inden for grænserne.

Derimod må grænserne godt overskrides, hvis det sker som led i en almindelig oplagsudvikling eller ved oprettelse af nye aviser. Den eneste konsekvens er, at de offentlige støtteordninger falder væk, hvis et enkelt udgiverselskab når op på at kontrollere mere end en tredjedel af det daglige avisoplag i Italien.

Også når det gælder annoncesalget, fastlægger loven grænser for den tilladelige koncentration. Annoncesalget i Italien er en aktivitet, som bladhusene normalt ikke selv står for, men udliciterer til særlige bureauer, der kan arbejde for flere dagblade på samme tid. Loven fastslår, at intet sådant bureau må have eksklusive rettigheder til annoncesalg for aviser, der tilsammen har mere end 30% af det nationale oplag. Ejes bureauet af et bladhus, er grænsen sat ved 20%. Endvidere er der sat grænser for, hvor gunstige vilkår disse bureauer må tilbyde dagbladene i form af forudbetaling og garanterede mindsteindtægter.

Regnskabsaflæggelse

Et vigtigt led i bestræbelserne på at undgå anonyme ejere og overdreven koncentration er lovens krav om regnskabsaflæggelse. Opfyldes disse krav ikke, medfører det ikke blot tab af den offentlige støtte, men også bøder. Ifølge loven skal selskaber, der udgiver dagblade, opstille deres regnskaber efter en ganske bestemt model og indlevere dem til det tidligere omtalte organ under ministerpræsidenten. Med regnskabet skal følge statistiske oplysninger om oplag, salg i øvrigt, annoncemængden,

aftaler med annoncebureauer samt en liste over bidragydere og kautionister for beløb, der overstiger én million lire om året.

For selskaber, der kontrollerer et eller flere andre selskaber, som udgiver dagblade, gælder særlige regler. Dels skal de aflægge et koncernregnskab til ministerpræsidentens kontor, dels skal de udarbejde regnskaber for hver enkelt avis.

Selskaber, der udgiver magasiner og tidsskrifter, er underkastet de samme krav til offentlige regnskaber som dagbladene. Undtaget er kun publikationer, der udkommer mindre end 12 gange om året og har færre end fem heltidsansatte journalister.

Avisprisen

Endnu en betingelse for at få del i den offentligestøtte er, at dagbladene respekterer det, som italienerne kalder det 'politiske prissystem'. Det indebærer, at aviserne koster det samme - for tiden 400 lire i løssalg (ca. 2,50 kr.). Denne prisregulering skal fortsætte til udgangen af 1985, hvorefter det er planen atter at tillade fri prisdannelse.

Støtteformer

Selve pressestøtten er forskellig for dagblade, periodiske skrifter og nyhedsbureauer. Mens dagbladene tidligere har fået en vis støtte i forhold til papirforbruget, er støtten nu knyttet sammen med oplagstallet. For de første 50.000 i dagligt oplag gives der 48 lire pr. eksemplar (ca. 30 øre). For de næste 50.000 gives der 44 lire, for de følgende 100.000 er støtten på 29 lire, og for oplag ud over 200.000 gives der 24 lire pr. eksemplar.

Det bidrag, der fremkommer ved denne beregningsmåde, bliver så reduceret procentvis svarende til en tredjedel af avisens gennemsnitlige annonceindhold, målt i forhold til det samlede antal spaltemillimeter. Omvendt bliver der lagt 15% oven i bidraget til aviser, der udgives af journalist-kooperativer eller af etniske minoriteter. Selve beløbsstørrelsen reguleres årligt med 50 procent af forbrugerpristallets udvikling.

Støtten til magasiner og tidsskrifter er som hidtil knyttet til papirforbruget. For de første 10.000 kg. papir ydes der 450 lire pr. kg., for de næste 30.000 kg. gives der 300 lire og for de følgende 260.000 kg. 80 lire pr. kg. Også disse beløb er underkastet 'halv dyrtidsregulering'.

Imidlertid er det ikke alle magasiner og tidsskrifter, der kan modtage støtte. Det er kun dem, der af en særlig kommission anerkendes som værende af politisk, faglig, religiøs, økonomisk, sportslig eller kulturel natur. løvrigt ydes der ikke støtte til den del af papiret, som bruges til annoncer.

Desuden ydes der en direkte støtte til tidsskrifter af særlig kulturel værdi (inden for en årlig beløbsramme på fire milliarder lire), til italiensk presse i udlandet (én mia. lire årligt), og til landsdækkende nyheds- og pressebureauer (fire mia. lire årligt).

Andre støtteformer

Derudover fastlægger loven, at pressen skal have 50% rabat på telefon, telegraf, telex og faksimiletransmissioner samt posttakster. Endvidere skal der oprettes særlige fly-, skibs- og togtransporter til avisdistributionen.

For at fremme nye udgivelser og teknologisk fornyelse åbner loven mulighed for ydelse af mellemlange kreditter til særlig lav rente, både når det gælder investering i ny teknik og ny- eller ombygninger, og når det drejer sig om finansiering af omskoling og efteruddannelse samt lageropbygning af råmaterialer. Lån til sådanne formål må højst have en løbetid på 10 år.

Endelig omfatter loven en række socialt betonede bestemmelser, som skal lette de beskæftigelsesmæssige virkninger af overgangen til ny teknik. Således kan der ydes førtidspension til typografer og journalister, ligesom der kan gives særlig fordelagtige lån til typografer,der vil oprette deres egen virksomhed eller indgå i et kooperativ i den grafiske branche.

Som nævnt er loven så ny, at dens anvendelse i praksis ikke lader sig bedømme. Den er skildret så relativt udførligt her, fordi den så klart viser et meget omfattende og differentieret mønster for pressestøtte og ønske om kontrollerende indgreb på avisområdet.

6.1.8 Storbritannien

Pressestøtten i Storbritannien er minimal, men udredningerne om pressens forhold i efterkrigstiden er omfattende og grundige. Tre britiske pressekommissioner har barsiet med en

trilogi af pressebetænkninger. Hertil kommer et stort antal arbejdspapirer og forskningsrapporter. Tilsammen betyder det, at Storbritannien og Sverige er de to lande i Vesteuropa, der har det mest omfattende udredningsarbejde om pressens problemer. Men udredningsarbejdets konsekvenser har været diametralt modsat i de to lande: Storbritannien har fastholdt minimale statslige støtteordninger, mens Sverige stedse har udviklet og udbygget sit statslige pressestøttesystem.

Nedsættelse af et permanent presseorgan

Ikke ulig forholdene i Norden var det frygten for koncentrationstendenser inden for pressen, der i Storbritannien var drivkraften bag nedsættelsen af den første pressekommission i 1947. Kommissionen blev først og fremmest til efter pres fra journalistforbundet. I sin betænkning fra 1949 beklagede den, om det skulle komme til yderligere koncentration blandt lands- og lokaludbredte aviser og nyhedsbureauer, men den anså en fortsat koncentration for uundgåelig. Resultatet af kommissionens arbejde blev et *General Council of the Press,* sammensat af repræsentanter for medieverdenen, der fik til opgave at følge monopoltendenser, fremme professionalisme i journalistik og tilgodese professionens alemen vilkår.

Den anden kommission sad 1961-62 og mente i sin betænkning fra 1962, at den siden **1949** ganske rigtigt vidt fremskredne koncentration måtte forhindres i at fortsætte, og i 1965 blev dens forslag til imødegåelse af monopoler inden for pressen i noget udvandet form gennemført. Resultatet blev en omdannelse af General Council of the Press, således at det optog lægmænd og fik pligt til at rapportere offentligt om udviklingen i pressen.

Den tredie pressekommission sad fra 1974 til 1977 og fik til opgave at råde bod på sine to forgængeres åbenlyse forsømmelser, men kom dog ikke afgørende videre i sit arbejde, især på grund af traditionen i Storbritannien for at betragte pressen som et område, hvor statslig støtte og statslig styring bør forblive minimal. Kommissionens arbejde er uden for Storbritannien først og fremmest interessesant ved, at den arbejdede på et bredere mandat end sine to forgængere og knyttede forskningsarbejde til sit virke i et hidtil uset omfang. Parallelt med udredningsarbejdet om de trykte medier er udført et omfattende udredningsarbejde om radio og tv, uden at mulighederne for en koordinering af arbejdet af den grund er udnyttet i et større omfang.

6.1.9 Vesttyskland

Udviklingen i pressemønsteret i Vesttyskland i løbet af 1970erne, hvor man i årtiets begyndelse var vidne til en omfattende pressekoncentration, aktualiserede debatten om forholdet mellem statsmagten og pressen. Skulle statsmagten gennem direkte støtteforanstaltninger sikre den alsidighed i meningsdannelsen, som ville gå tabt, såfremt monopoliseringstendenserne fortsatte, eller ville dette være uforeneligt med pressens grundlovssikrede uafhængighed.

Delvis som følge af en forbedring af pressens økonomiske situation fra midten af 1970erne blev planerne om etablering af en pressestøttefond finansieret af dagbladsmomsen imidlertid skrinlagt. I Vesttyskland har man derfor i dag ikke direkte pressestøtte (driftsstøtte). For så vidt angår monopoliseringstendenserne blev disse i stedet søgt bragt under kontrol via monopollovgivningen, idet der på presseområdet er lavere grænser, for så vidt angår virksomhedsomsætning m.v. for anmeldelse og godkendelse af sammenlægninger af selskaber.

Den eneste undtagelse fra reglen om direkte pressestøtte gælder for støtte til den såkaldte ungdomspresse (Jugend-presse,) hvor de enkelte Länder kan støtte udgivelsen af skoleblade og ungdomsorganisationers medlemsblade. Der er her tale om ubetydelige beløb.

De indirekte støtteformer kan grupperes på følgende måde:

Skattebegunstigelser

- Bladene har nedsat merværdiafgiftssats svarende til 50% af den generelle sats. (Gælder for alle former for blade).
- Journalister har et forhøjet skattemæssigt fradrag i forbindelse med indkomstopgørelsen.

Gebyrer og takster

- Der ydes distributionsstøtte gennem nedsatte bladportotakster.
- Nyhedsbureauer har efter nærmere fastsatte regler reducerede teletakster.

Særlige lånefinansieringsordninger

Mindre blade med oplag indtil 80.000 kan låne på særlige vilkår til finansiering af investeringer i ny teknologi m.v. enten gennem ERP-Pressenprogram (Marshall-midler) eller i Kreditanstalt für Wiederaufbau (KW-kredite).

ERP-Presseprogram

Samlet bevilling 1980: 22 mio. DM. Maksimalt tilskud pr. blad 0,5 mio. DM. Støtte ydes enten til selvstændige aviser eller til aviser, der samarbejder, forudsat at selvstændige redaktioner opretholdes. Endvidere kan støtte ydes til tekniske innovationer i eksterne trykkerier i forhold til de pågældende blade, dvs. hvis det pågældende blad ikke selv har noget trykkeri. Løbetiden for lån er 10 eller 15 år, svarende til maskin- eller bygningsinvesteringer. Rentesatsen er 7,5%, dog 6% p.a. im Zonenrandgebiet, dvs. i området ind til DDR.

Udviklingen i lån og samlet investering i perioden 1976 -1980 fremgår af følgende tabel:

	Bevilgede lån	Samlet investering
	— mio. DM —	
1976		
18 bevillinger	7,4	18,9
1977		
37 bevillinger	16,1	41,2
1978		
28 bevillinger	14,6	33,4
1979		
33 bevillinger	17,0	39,2
1980		
26 bevillinger	19,3	39,0

Bevillingen for 1980 er således ikke udnyttet fuldt ud.

Kreditanstalt fur Wiederaufbau **(KW)**

Lånevilkår og -betingelser stort set de samme som ved EPR, dog er det maksimale lånebeløb større. Såvel EPR som KW administreres under det tyske industriministerium.

Øvrige forhold

Endelig kan dagspressen i visse tilfælde få del i generelle industristøtteordninger, f.eks. i randområderne (tilskud eller lån), men der eksisterer dog ikke i forbindelse med disse ordninger særlige pressestøtteprogrammer.

Karakteristisk for de vesttyske ordninger er statsmagtens tilbageholdenhed for så vidt angår direkte støtteordninger, samt at partitilhørsforhold m.v. ikke er afgørende, idet lånebetingelserne for de indirekte støtteformers vedkommende er objektivt formulerede. Desuden er støtten ikke begrænset til dagbladene.

6.2 Danske støtteordninger

En række statslige foranstaltninger indebærer en indirekte støtte til dagspressen og i visse tilfælde også til magasin- og fagpressen gennem nedsættelsen af disses omkostninger.

Via Dagspressens Finansieringsinstitut (DF) ydes et årligt tilskud til dagspressens investeringer og visse andre udgifter af ikke driftsmæssig karakter. Desuden kan instituttet kautionere for investeringslån til dagbladene.

Gennem momsfritagelse for dagbladenes indtægter ved bladsalget ydes en indirekte støtte. Modtagerkredsen er begrænset til dagbladene og dagbladslignende publikationer.

Endelig indebærer bladportoen et indirekte tilskud til dagspressen, magasinpressen og fagpressen, idet postvæsenets udbringning af alle de nævnte bladtyper er underskudsgivende.

Den offentlige annoncering i den trykte presse betragtes normalt ikke som pressestøtte i egentlig forstand, men tjener til det offentliges opfyldelse af sin informationspligt over for borgerne.

I de følgende afsnit vil de enkelte ordninger blive nærmere beskrevet, og kapitlet rundes af med en samlet opstilling af de forskellige ordningers økonomiske betydning for den trykte presse.

6.2.1 Dagspressens Finansieringsinstitut

Ved lov nr. 214 af 27. maj 1970 om økonomisk bistand til et finansieringsinstitut for dagspressen bemyndigedes statsministeren til af statskassen at yde garanti på indtil 30 mio. kr. og et årligt tilskud på 2 mio.kr. til et finansieringsinstitut for dagspressen. Etableringen af instituttet var anbefalet i betænkning nr. 536/1969 om dagspressen og samfundet. Statstilskuddet opfattedes som en betaling fra statens side for

dagspressens offentliggørelse af klasselotteriets trækningslister.

Ved en lovændring i 1975 forhøjedes statstilskuddet til 4 mio.kr., og støttemulighederne udvidedes samtidigt fra egentlig investeringsstøtte til også at omfatte støtte til konsulentbistand i forbindelse med projektvurderinger, samt til produktudvikling og markedsforskning, og i særlige tilfælde til samdriftsprojekter. Ved en lovrevision i folketingsåret 1980/81 forlængedes 1975-loven i 2 år, idet folketinget afventede et udspil fra Mediekommissionen, før man ville tage endelig stilling til en ændring af instituttets lovgrundlag.

Dagspressens Finansieringsinstitut stiftedes som en selvejende institution den 30. juni 1970. Instituttets medlemmer udgøres af de danske dagblade, som afgiver en forpligtende erklæring om indbetaling af bidrag til instituttets garantikapital. Bidraget, som oprindelig var på 5 kr./ton avispapir, forhøjedes i 1980 til 6 kr./ton. For en gennemsnitsavis med et oplag på ca. 30.000 eksemplarer er det årlige bidrag ca. 8.000 kr.

I 1982 udgøres medlemskredsen af 34 af ialt 41 bladhuse.

Instituttet ledes af en bestyrelse på 5 medlemmer, som vælges på den årlige generalforsamling. Desuden er der til instituttet knyttet et tilsynsråd på 3 medlemmer. Tilsynsrådet, hvis medlemmer udpeges af statsministeren for en 3-årig periode, har til opgave at føre regnskabsmæssigt tilsyn med instituttet, at afgive indstilling til statsministeren om ydelse af statsgaranti samt i øvrigt at rådgive ministeren i spørgsmål vedrørende instituttet. Endvidere skal tilsynsrådet godkende visse projekttilskud, jfr. 3, stk. 1 i loven om instituttet.

Dagspressens Finansieringsinstitut er siden sin etablering administreret af Finansieringsinstituttet for Industri og Håndværk A/S, som har varetaget sekretariatsforretningerne for instituttets bestyrelse.

DF består af 2 afdelinger, en kautionsafdeling og en finansieringsafdeling.

Kaution kan kun ydes for instituttets medlemmer, og kautionsafdelingens formue, som udgør sikkerheden for kautionsforpligtelsen, tilvejebringes gennem det ovenfor nævnte medlemsbidrag. Endvidere overføres hvert år den del af statstilskuddet, som ikke er anvendt til kapitaltilskud, til kautionsafdelingen. Medens der i begyndelsen af instituttets levetid af konsolideringshensyn blev overført forholdsvis store beløb til kautionsformuen på denne måde, har disse overførsler i de seneste år været ubetydelige.

Finansieringstilskud kan ydes til samtlige danske dagblade uanset medlemskab af instituttet. DF kan yde tilskud med indtil 15% af investeringsomkostningerne, men den faktiske procent har i lange perioder ligget væsentligt under dette maksimum. Det kan således oplyses, at der siden DF's start i 1970 og indtil 30. juni 1982 er ydet tilskud på ca. 33 mio. kr.til investeringer på tilsammen 361 mio. kr. Den gennemsnitlige tilskudsprocent, for hele perioden har således ligget på 9. Tilskudsprocenten for de med 1975-loven indførte yderligere støttemuligheder (markedsforskning og produktfornyelse og beslægtede formål, herunder samdriftsprojekter), har været væsentligt højere.

I perioden 1. juli 1970 - 30. juni 1982 har instituttet modtaget ialt 153 ansøgninger for et samlet beløb på ca. 100 mio. kr., fordelt med ca. 62 mio. kr. i kaution og ca. 38 mio. kr. i tilskud. Heraf er bevilget ca. 48 mio. kr. i kaution og ca. 33 mio. kr. i tilskud.

Bevillingerne er fordelt til et bredt udsnit af samtlige danske dagbladshuse bortset fra *Politiken* og *Det Berlingske Hus,* som har afstået fra at søge DF-støtte.

Som bilag 13 til betænkningen er optaget en oversigt over instituttets bevillinger siden 1970. Instituttet oplyser, at der i løbet af 1982 har kunnet konstaterers en øget efterspørgsel efter tilskudsmidlerne. Således har instituttet pr. 1.11.1982 allerede reserveret ca. 2,7 mio. kr. af 1983-bevillingen under forbehold af, at instituttets bevilling forlænges.

Følgende nøgletal fremgår af årsregnskabet for 1981:

Finansieringsafdelingen:	
Indgået statstilskud	kr. 4.000.000
Bevilget finansieringstilskud	kr. 4.000.000
Resultat, der overføres til kautionsafdelingen	kr. 0

Kautionsafdelingen:

Indtægter:

Medlemsbidrag	kr. 466.424
Renteindtægter	kr. 3.490.056
Kursgevinster (incl. udtrækningsavancer)	kr. 1.169.982
I alt	kr. 5.126.462

Udgifter:

Administrationsomkostninger	kr. 131.661
Afdelingens resultat	kr. 4.994.801
som tillige med overførsel fra fmansieringsafdelingen	kr. 0
er henlagt til afdelingens egenkapital	kr. 4.994.801

Instituttets egenkapital var ved udgangen af 1981 vokset til 28,5 mio. kr., som sammen med statens garanti på 30 mio. kr. indebærer, at instituttets ansvarlige kapital ialt var på 58,5 mio. kr.

Instituttets kautionskapacitet, som udgøres af 7 x egenkapital ved årets begyndelse + statsgarantien, var således i 1982 på ca. 410 mio. kr. Kautionen for et enkelt dagblad må ifølge vedtægterne ikke overstige 1/4 af egenkapital + statsgaranti, svarende til et maksimum på 14,6 mio. kr.

Det samlede kautionstilsagn udgjorde ved udgangen af 1981 19,1 mio. kr. Det betyder, at kautionskapaciteten langt fra er udnyttet, samt at statsgarantien ikke for nærværende er aktuel.

6.2.2 Momsfritagelse for bladenes indtægter ved bladsalget

Dagblade

Salget af aviser er fritaget for merværdiafgift, den såkaldte 'moms'.

Under folketingets udvalgsbehandling i marts 1967 af lovforslaget om den almindelige merværdiafgift opnåedes enighed om at gøre salget af aviser afgiftsfrit. Beslutningen herom blev motiveret dels med dagspressens økonomiske vanskeligheder, dels med ønsket om at undgå beskatning af 'det frie ord'. Dagbladenes annonceomsætning blev derimod gjort afgiftspligtig.

Begrebet *aviser* blev ikke defineret nærmere i momsloven, ud over den præcisering der ligger i, at bestemmelsen kun omfatter 'salg af aviser, *som normalt udkommer med mindst ét nummer ugentlig'.* Det var herefter op til momsnævnet, som har den endelige, administrative afgørelse i sådanne sager, nærmere at fastlægge begrebet *avis.*

Som vejledning havde man her fritagelsesbestemmelsen for aviser i omsloven af 1962, hvor *avis* blev defineret som en publikation, der har dagbladskarakter, og som normalt udkommer med mindst ét nummer ugentligt.

Ved sin afgørelse af, om en publikation er en avis i momslovens forstand, har momsnævnet lagt vægt på:

1) om publikationen primært læses på grund af sit indhold af aktuelt nyhedsstof,
2) om den henvender sig til en videre (almen) kreds af læsere, og
3) om den behandler et bredt emneområde.

I modsætning til postlovgivningens dagbladsbegreb er der her tale om et vist skønsmæssigt element, og momsnævnet har da også overvejet, dels om det var muligt at undgå det skønsmæssige element, og dels om det var muligt at opstille andre kriterier. Dette stødte imidlertid på betydelige vanskeligheder, og de nævnte kriterier blev da også accepteret af såvel Folketingets ombudsmand som af Folketingets skatte- og afgiftsudvalg.

Bestemmelsen blev i øvrigt ændret i 1981, hvorefter kriteriet 'mindst ét nummer ugentlig' blev udvidet til 'mindst ét nummer månedligt'. Baggrunden for bestemmelsen, som var et lovforslag fremsat af SF, var et ønske om at lette starten for en ny avis, der starter som et månedsblad og derefter 'arbejder sig frem' til et ugentligt dagblad.

Denne ændring gjorde det imidlertid helt nødvendigt for momsnævnet at uddybe aviskriteriet, og momsnævnet har nu besluttet at lægge vægt på følgende forudsætninger ved afgørelse af, om en avis skal være afgiftspligtig:

1. Om publikationen primært læses på grund af sit indhold af aktuelt nyhedsstof. For publikationer, som på grund af udgivelseshyppigheden ikke kan bringe dagsaktuelt nyhedsstof, er det en betingelse, at indholdet kommenterer eller uddyber emner, der har været aktuelle siden sidste udgivelse,

2. om den henvender sig til en videre (almen) kreds af læsere, og
3. om den behandler et bredt emneområde.

Der kan herudover - i forbindelse med en helhedsvurdering af publikationen - tages hensyn f.eks. **til:**

- om den må anses for at fremtræde som avislignende i teknisk og typografisk henseende (papirkvalitet, tryk, layout etc.),
- om den sælges i løssalg eller kun til abonnenter (foreningsmedlemmer),
- oplagets størrelse, og
- om redaktionen er godkendt til at uddanne journalister.

En oversigt oversigt over momsnævnets avisafgørelser vedr. danske publikationer er optaget som bilag 14 til betænkningen.

Distriktsblade

For så vidt angår distriktsblade indeholder lovgivningen ingen særlige bestemmelser. Men allerede i forbindelse med omslovens gennemførelse meddelte tolddepartementet i sin vejledning til virksomhederne, at 'distriktsblade, som udkommer med mindst ét nummer ugentlig, og som er bestemt for en lokal læserkeds, er anset undtaget fra afgiftspligten efter denne bestemmelse. Dette gælder, selv om indholdet i det væsentlige eller udelukkende er annoncer'.

Momsnævnet har strammet denne bestemmelse lidt, således at det efter momsloven kun er salget af distriktsblade, som har mindst 15% redaktionel stof, der er fritaget for moms.

Fagblade

I henhold til en direkte bestemmelse i omsloven var faglige tidsskrifter fritaget for oms i lighed med aviserne. Derimod findes ikke en tilsvarende bestemmelse i momsloven, og den under dagbladene omtalte fritagelsesbestemmelse antages ikke at omfatte fagblade.

Derimod har skatteministeriet i henhold til den generelle dispensationsbestemmelse i momsloven ved bekendtgørelse nr. 307 af 26. maj 1978 om fritagelse for at svare afgift i henhold til merværdiafgiftsloven i 4 bestemt, at 'foreninger er fritaget for at svare afgift af udgivelsen af foreningsblade, fagblade og lign., når de ikke indeholder annoncer og afsættes til en pris, der ikke overstiger omkostningerne ved fremstillingen'.

Magasiner og ugeblade

Som det fremgår af momsnævnets afgørelser, er salget af magasiner og ugeblade ikke fritaget for moms. Dette gælder såvel mere underholdnings- og familieprægede ugeblade som *Hjemmet* og *Familie-Journalen,* som mere nyheds- og aktualitetsprægede magasiner som *NB* og *Måneds-Børsen.* Det gælder også radio- og billedugebladene som *Billed-Bladet* og *Se og Hør.* Derimod er udenlandske tidsskrifter som *Time* og *Der Spiegel* undtaget for moms, såfremt der er tale om postomdelt abonnement.

6.2.3 Posttaksterne

For hele den trykte presse har det i hvert fald siden 1964 været et særkende, at postbesørgelsen af blade har været begunstiget i form af en takstpolitik, som har indebåret, at portoen ikke er blevet forøget i samme omfang som de øvrige postakster.

Dagbladene

For så vidt angår dagbladene har spørgsmålet været behandlet såvel i betænkningen Dagspressen og samfundet (nr. 536/1969) som i den særlige betænkning om dagspressens distributionsforhold (nr. 911/1980). I begge betænkninger anbefales opretholdt en ordning med moderate posttakster.

I 1969-betænkningen var anbefalingen begrundet med, at dagbladene har særligt økonomisk belastende distributionsvilkår, nemlig den daglige omdeling af den enkelte avis til spredte husstande, mens man i 1980-betænkningen herudover pegede på, at ordningen var af livsvigtig betydning for en række dagblade. Det blev anset for givet, at selv en beskeden forøgelse af posttaksterne ville være ødelæggende for de dagblade, der var mest afhængige af postbesørgelsen.

I 1980-betænkningen anbefaledes det i øvrigt at fastfryse den gældende situation vedr. dagbladsportoen, ved at fremtidige portoforhøjelser skete med en procentsats, svarende til den procentuelle stigning i postvæsenets omkostninger.

Siden 1978 har dagbladsportoen været forøget med samme procentsats som taksterne for øvrige forsendelsesarter. Dog blev bladportoen ikke forhøjet ved den generelle portoforhøjelse pr. 2. januar 1981.

Den øvrige trykte presse

For så vidt angår portoen for den øvrige trykte presse, er der også her tale om et betydeligt underskud for postvæsenet på udbringningen af disse blade, omend taksterne dels er fastsat efter et andet takstsystem og dels givet et større omkostningsbidrag end dagbladstaksterne.

Siden 1978 har det samme princip, som anvendes ved dagbladene, nemlig at bladportoen, skulle forøges med samme procent som taksterne for de øvrige forsendelsesarter, været fulgt. Dette er i øvrigt sket uden, at disse blades problemer har været behandlet i de to nævnte betænkninger- Der er således her et fortsat betydeligt indirekte tilskud også til denne bladbesørgelse.

Beregningsmetoder

Under de forhandlinger, der i 1970erne har fundet sted mellem postvæsenet og den trykte presses organisationer, har der hele tiden været en vis uenighed om størrelsen af underskuddet på bladbesørgelsen. Dette skyldes, at der ikke foreligger objektive metoder til beregning af underskuddets størrelse, da bladbesørgelsen indgår som en integreret del af den samlede postbetjening. Postvæsenet har på denne baggrund hidtil beregnet underskuddet efter det såkaldte delomkostningsprincip, hvorefter også postvæsenets fællesomkostninger som f.eks. den centrale administration, fordeles på de enkelte postforsendelsestyper. Presseorganisationerne, der har erkendt, at der er tale om et underskud, har derimod ønsket underskuddet beregnet efter det såkaldte bortfaldsprincip, hvorefter kun de indtægter og udgifter, der ville forsvinde, såfremt bladbesørgelsen faldt bort, indgår i beregningsgrundlaget.

Denne uenighed skulle nu kunne ophøre, idet postvæsenet ved den rentabilitetsundersøgelse, der er i gang, til samtlige tjenester, bortset fra den almindelige brevombæring, kun vil henregne de *de direkte henførbare omkostninger*. Et regnskabsprincip, der ligger væsentlig nærmere bortfaldsprincippet end delomkostningsprincippet. Det kan således nævnes, at underskuddet for 1981 efter delomkostningsprincippet er beregnet til 317 mio.kr., og efter bortfaldsprincippet til 142 mio.kr. Efter direkte henførbarhedsprincippet er underskuddet beregnet til ca. 205,6 mio. kr.

Bladdefinitioner

Som nævnt sondres der i takstpolitikken mellem dagblade og andre blade, det vil navnlig sige uge- og månedsblade. Et dagblad defineres i postlovgivningen, som ethvert blad eller enhver publikation, der udkommer mindst 5 på hinanden følgende gange om ugen. Denne definition på et dagblad er ikke sammenfaldende, hverken med den almindelige definition på et dagblad, jfr. side 00, eller med den definition, der anvendes i momslovgivningen. Det betyder f.eks., at *Erhvervsbladet* af postvæsenet betragtes som et dagblad, mens omvendt *Berlingske Weekend* betragtes som et ugeblad.

6.2.4 Den offentlige annoncering i den trykte presse

Gennem annoncering af enhver art i de trykte medier bidrager det offentlige til at øge mediernes indtægter. Kun i det omfang den enkelte annonces indrykning ikke kan siges at være velbegrundet ud fra et informationsmæssigt synspunkt, kan der tales om, at den offentlige annoncering indeholder et element af pressestøtte.

Sikring af information til borgerne

Udgangspunktet for overvejelserne om den statslige informationsvirksomhed har derfor heller ikke været et spørgsmål om støtte til den trykte presse, men mere generelt at sikre den nødvendige og tilstrækkelige information af borgerne gennem medierne, de trykte som de elektroniske. Dette er f.eks. præciseret af det folketingsudvalg, som forud for nedsættelsen af Udvalget vedr. statslig information om love m.v. præciserede, at 'annoncering i dagblade eller andre medier samt anvendelse af tryksager. . . . .alene (skal) afgøres ud fra ønsket om at sikre den bedst mulige information.'

Det nævnte udvalg afgav i 1977 betænkningen 'Udvidet Statslig information om love m.v.', som indeholdt en række forslag til ændringer af den hidtidige informationsaktivitet.

Eksisterende ordninger

Betænkningens forslag er blevet fulgt på stort set alle punkter, således at den statslige informationsvirksomhed i dag kort kan karakteriseres ved følgende forhold:

Pressekontakten er blevet forbedret. Der afholdes nu bl.a. kurser i pressekontakt for offentlige ansatte.

Siden 1977 har Danmarks Radio haft et program i tv og radio til formidling af samfundsinformation kaldet *OBS* (Orientering-Borger-Samfund). Statens Informationstjeneste producerede i 1981 for statslige myndigheder 35 tv-spots og 23 radio-spots til dette program.

Der gennemføres en række *landsdækkende annonceringer* om nye love, administrative regler m.m., og der udgives en lang række *brochurer* om de samme emner. I 1981 har Statens Informationstjeneste medvirket til produktion af 28 brochurer. Der gennemføres flere store *landsdækkende informationskampagner* , f.eks. på energispare- og færdselssikkerhedsområdet.

Statens Informationstjeneste har oprette en *telefonoplysning* , der hjælper med at finde ud af, hvilken statslig institution eller myndighed der kan besvare et bestemt spørgsmål. I 1981 har oplysningen besvaret ca. 14.000 henvendelser, og antallet af henvendelser stiger.

Der arbejdes meget på at forbedre *sproget og den grafiske udformning* af det statslige informationsmateriale. Statens Informationstjeneste yder hvert år sproglig og grafisk bistand til en lang række ministerier og styrelser.

Statens Informationstjeneste vil fra foråret 1983 udgive et *tillæg til Statstidende*. Tillægget skal give et overblik over det skriftlige materiale, der fremkommer i forbindelse med centraladministrationens lovforberedende arbejde, Folketingets lovgivning, centraladministrationens gennemførelse af lovgivningen med udstedelse af bekendtgørelser og cirkulærer. Hertil kommer årsberetninger og publikationer fra centraladministrationen.

Statens Informationstjeneste har ikke en fuldstændig oversigt over, hvor meget der bruges til statslig information om året. Informationskampagner, OBS-indslag og annoncering gennemføres altid i samarbejde med informationstjenesten, mens der laves en del brochurer og en del andet trykt informationsmateriale, som Statens Informationstjeneste ikke har kendskab til.

Statens Informationstjenestes omsætning i finansåret 1981 fordeler sig således:

Annoncer om love m.v.	8,0 mio. kr.
Brochurer	2,8 mio. kr.
tv- og radio-spots	1,9 mio. kr.
Kampagner for Energi-Spareudvalget, Boligministeriet m.m.	12,0 mio. kr.

Det skal tilføjes, at der blev gennemført annoncering om administrative forhold (stillingsopslag, licitationer, køb og salg af fast ejendom m.m.) for 25,8 mio. kr. i 1981. *Den samlede statslige annoncering* i dagblade og andre blade var således i alt 33,8 mio. kr.

Med hensyn til kommunernes og amtskommunernes informationsvirksomhed er tilsvarende oplysninger ikke umiddelbart tilgængelige. Da kommissionen har besluttet at udskyde den offentlige informationsvirksomhed til senere behandling, har man ikke i denne sammenhæng søgt at indsamle data til belysning af kommunernes annoncering i den trykte presse.

6.2.5 Værdien af de eksisterende danske ordninger

Værdien for dagspressen af statens årlige bidrag på 4 mio.kr. til Dagspressens Finansieringsinstitut kan umiddelbart opgøres svarende til tilskuddets størrelse. Det samme gælder ikke uden videre for de andre støtteformers vedkommende.

Provenutab

Fælles for momsfritagelsen og den lave bladporto er, at der er tale om ordninger, hvor staten giver afkald på en indtægt. Umiddelbart kan der for begge ordningers vedkommende beregnes et beløb som viser statens indtægtstab. For momsens vedkommende er beløbet 22% af bladsalgsindtægten hos momsfritagne blade, og for bladportoen er beløbet postvæsenets underskud på bladbesørgelsen. For 1980 gælder, at momsbeløbet er ca. 330 mio.kr. Postvæsenets underskud på bladdistributionen i 1981 var efter det direkte henførbarhedsprincip på 205,6 mio.kr., fordelt med ca. 100 mio. kr. på dagbladene og resten på de øvrige subsidierede bladgrupper.

Korrigeret provenutab

Beregningen er imidlertid ikke et udtryk for det *faktiske* provenuetab, idet den bygger på

den urealistiske forudsætning, at ændringer af ordningerne *ikke* påvirker bladsalget. Der vil finde en påvirkning sted, og det må naturligsvis med i en vurdering af de her gengivne tal.

For momsens vedkommende må et mere korrekt udtryk for værdien af ordningen være det momsprovenu, som staten ville opnå, såfremt bladsalget blev momsbelagt. Dette tal afhænger af prisfølsomheden og af, om dagbladene vælger at lade momsen slå fuldt igennem på prisen.

Men selv et korrigeret tal for momsprovenuet er set fra bladenes side *ikke* det korrekte udtryk for værdien af ordningen, idet den korrekte værdi for bladene må være forskellen i bruttoindtjeningen i den nuværende situation uden moms på bladsalget og den tilsvarende hypotetiske situation med moms.

Forudsætter man, at bladene vælger at forhøje priserne med den fulde momssats, afhænger resultatet set fra statens side af prisfølsomheden på bladsalget. Der er kun gennemført analyser af ganske få blades såkaldte priselasticiteter, som er et udtryk for den procentvise ændring i salget i forhold til den procentvise ændring af prisen. Analyserne tyder på priselasticiteter på relativt kort sigt på mellem -1 og -2. Ved en priselasticitet på - 1 betyder en 22% prisstigning (momsforhøjelsen), at oplaget falder med 22%. Dette resultat fører til samme totalomsætning, men en del af omsætningen skal nu indbetales til staten.

Et regneeksempel

11980 var den samlede bladsalgsindtægt inden moms ca. 1,5 mia. kr., og 22% heraf udgør 330 mio. kr.

Efter moms er omsætningen stadig 1,5 mia.kr., men af dette beløb er ca. 270 mio.kr. moms. De 270 mio.kr. svarer altså til det merprovenu, som under de givne forudsætninger ville blive resultatet af at lægge moms på bladsalget.

Set fra bladenes side er dette imidlertid ikke det korrekte beløb. Til eksemplets 270 mio.kr. skal lægges de omkostningsbesparelser som følger af fremstillingen af et 22% lavere oplag. Men samtidig skal der fratrækkes det indtægtstab på annonceområdet, som vil være en følge af, at bladene på grund af et lavere oplag bliver mindre annonceattraktive.

Dertil kommer det synspunkt, at momsstøtten også kan betragtes som en støtte til læserne. Dels får de læsere, som er villige til at betale 22% mere , avisen til en lavere pris, dels køber nogle af de læsere, som ikke ville betale den højere pris, avisen til den lave pris.

Konklusionen er, at momsstøtten er væsentligt lavere end eksemplets 330 mio.kr., og at ordningens værdi for bladene ikke kan beregnes nøjagtigt.

De øvrige særordninger

Med hensyn til bladportoen kan tilsvarende synspunkter gøres gældende. Postvæsenets nuværende underskud kan reduceres gennem portoforhøjelser, mens statens merindtægter afhænger af, i hvor stor udstrækning, portoforhøjelsen overvæltes på priserne og af prisfølsomheden. Tilsvarende gælder, at værdien for bladene principielt bør måles svarende til ændringerne i deres bruttoindtjening.

For den offentlige annoncerings vedkommende er det som nævnt uklart, om man i det hele taget kan tale om en egentlig pressestøtteordning. Som det fremgår af afsnit 6.2.4, udgjorde værdien af den samlede statslige annoncering i den trykte presse i 1981 33,8 mio. kr. Dertil skal lægges et beløb svarende til kommunernes og amtskommunernes annonceringsvirksomhed.

Kapitel 7: Kommissionens overvejelser

Kommissionens drøftelse af de trykte mediers økonomiske og beskæftigelsesmæssige forhold har haft både et konkret og et mere principielt udgangspunkt. Det har været bestemmende for de spørgsmål, der er er taget op i denne delbetænkning, og for de synsvinkler, der i debatten er anlagt på spørgsmålene. De følgende sider gengiver hovedpunkterne i denne debat og er at opfatte som et katalog over de synspunkter, der er fremført i kommissionen.

7.1 Behovet for en pressepolitik

Som nævnt i indledningen til betænkningen (s. 5) har Mediekommissionen fremlagt sine synspunkter på pressens økonomiske problemer på indeværende tidspunkt, fordi ganske bestemte spørgsmål trænger sig på. De har været baggrunden for de overvejelser, der har fundet sted i Presseudvalget og derefter i kommissionen som helhed.

Kommissionen har med dette udgangspunkt drøftet de pressepolitiske problemer, der er knyttet til en overvejelse af de trykte mediers økonomiske situation. Der har været bred enighed om, at det principielt naturligvis er mest hensigtsmæssigt at overveje konkrete mediespørgsmål ud fra overordnede mediepolitiske synspunkter. Det er ikke tilfredsstillende og giver ikke den fulde belysning af emnerne, når man kun kan behandle et udsnit af de spørgsmål, der tilsammen udgør mediepolitikkens felt.

På den anden side har kommissionen fundet, at man af praktiske grunde må tage problemerne i en vis rækkefølge og prioritere behandlingen af dem, bl.a. ud fra et hensyn til, hvad der har størst hast. Det afskærer ikke en behandling, der kan tage sit udgangspunkt i mere overordnede mediepolitiske synspunkter.

Kommissionen har erkendt, at de økonomiske problemer for de trykte mediers vedkommende trænger sig så stærkt på, at det vil være rimeligt at tage stilling til dem snarest muligt. Det udelukker ikke, at kommissionen også får lejlighed til at tage presseproblemerne op som dele af en større mediepolitisk sammenhæng. Et sådant arbejde er sat i gang i kommissionens Perspektivudvalg, og med udgangspunkt heri vil pressepolitiske synspunkter og konkrete spørgsmål i forbindelse med de trykte medier, som kommissionen senere tager op, kunne sættes ind i en mediepolitisk helhed.

Det har desuden været kommissionens opfattelse, at de økonomiske og beskæftigelsesmæssige problemer, der behandles i denne betænkning, er af en så konkret og akut karakter, at man kan tage stilling til en stor del af dem også uden i detailler at have afklaret en overordnet presse- og mediepolitik. I stærk forenkling kan man sige, at sikringen af de trykte mediers fortsatte eksistens er en første forudsætning for, at det overhovedet er meningsfuldt at tale om pressepolitiske målsætninger. Det er dette økonomiske eksistensproblem, kommissionen i første linie har beskæftiget sig med i denne betænkning.

Kommissionen har følgelig kun i begrænset omfang direkte drøftet synspunkter på den samlede mediepolitik. Der er enighed om behovet for en sådan sammenhængende betragtning af medieområdet, selv om man i denne første omgang har fundet det nødvendigt at koncentrere sig om en stillingtagen til basale økonomiske problemer for den trykte presse.

Dog er det fra enkelte medlemmer fremhævet, at den valgte fremgangsmåde virker uden perspektiv i en samlet mediepolitisk overvejelse. Mulighederne for at udvikle det nuancerede mediemønster, som befolkningen - læserne - har brug for, er forbigået. Informationsmængden i samfundet er så omfattende og så

hastig, at flere medietyper sideløbende må udvikles for at informationsbehovet kan dækkes, og dette aspekt har ikke i tilstrækkeligt omfang kunnet tilgodeses.

Kommissionens flertal her imidlertid ment, at målsætningen for delbetænkningen var rimelig og har fundet det hensigtsmæssigt at gå ud fra en bred og formentlig alment accepteret opfattelse af, at et moderne, folkestyret samfund som det danske må have et alsidigt netværk af kvalificerede medier, hvis funktion er en vigtig forudsætning for politiske, faglige, kulturelle og mange andre aktiviteter i samfundet. De trykte medier har sammen med de øvrige medier opgaver, hvis løsning er en forudsætning for, at samfundet kan bestå og udvikle sig.

En pressepolitik må følgelig være rettet mod at sikre sådanne vilkår i samfundet, at de trykte medier har mulighed for at eksistere og varetage deres del af de opgaver, vi forventer, at medierne løser i samfundet. Der er naturligvis i kommissionen forskellige opfattelser af, hvordan et sådant, meget alment formuleret mål, i praksis kan nås. Der vil desuden være forskelle i den vægt, man, set i en samfundsmæssig sammenhæng, tillægger de enkelte trykte medier, som kommissionen arbejder med.

Det har også været klart for kommissionen, at et snævert pressepolitisk udgangspunkt ikke i alle henseender afdækker de problemer, de trykte medier står over for. Forholdet mellem dem og udviklingen af de elektroniske medier har spillet en rolle for den situation, de befinder sig i, og vil i stigende grad blive et afgørende vilkår for den trykte presses virksomhed. Omvendt kan det spille en rolle for størrelsen af de beløb, samfundet og den enkelte forbruger kan og vil ofre på de elektroniske medier, hvor meget de trykte medier koster, og i hvilket omfang de støttes af det offentlige.

Disse aspekter kræver imidlertid en mere omfattende analyse, som først meningsfuldt kan foretages, når kommissionens behandling af radio/tv-problemerne er nået et skridt videre. Det vil da være muligt at tage mediernes indbyrdes forhold mere indgående op i sammenhæng.

I det hele taget gælder, at mediepolitikken ikke eksisterer frigjort fra den øvrige samfundspolitik. Økonomiske vilkår i samfundet, arbejdsmarkedsforhold, lovgivning på det sociale, det uddannelsesmæssige og på en lang række andre områder influerer naturligvis på mediernes virksomhed. Kommissionen har imidlertid foreløbig valgt ikke at gå i dybden med en afgrænsning af pressepolitikken over for disse sammenhænge.

Man har heller ikke i enkeltheder drøftet de principielle forskelle i opfattelsen af pressepolitikken, der er blevet markeret under kommissionens arbejde med den trykte presse økonomiske problemer. Vægten er lagt på at drøfte sig frem til de forslag om bedring af vilkårene for de trykte medier, som med rimelighed kan bringes frem allerede i forbindelse med behandlingen af lovgivningen om Dagspressens Finansieringsinstitut.

De mere principielle forskelle i medlemmernes opfattelse af presse- og andre mediepolitiske opfattelser vil kunne spores både i den diskussion, der refereres i det følgende, og i de særudtalelser, der ledsager nogle af anbefalingerne i kapitel 8.

7.2 De trykte mediers økonomi

Kommissionen har punkt for punkt gennemgået det materiale, der danner grundlaget for kapitlerne 2-6 i denne betænkning. På denne baggrund har kommissionen drøftet de tendenser og de problemer, der tydeligt træder frem af disse kapitler.

Kommissionen ønsker at understrege den særdeles vanskelige økonomiske situation, den trykte presse befinder sig i. Vanskelighederne gør sig gældende for alle bladtyper.

Da distriktspressens økonomi alene baseres på annonceindtægter, er den særdeles konjunkturfølsom. Branchen selv forudser i bedste fald stagnation i de kommende år.

Dagspressen, magasinpressen og også fagpressen har vanskelige og voksende problemer at kæmpe med. Gennem den sidste halve snes år har det vist sig sværere og sværere at tilpasse omkostningerne til indtægter, der har været relativt faldende bl.a. på grund af et vigende annoncemarked.

Drøftelserne i kommissionen har i en vis udstrækning koncentreret sig om dags- og magasinpressen, mens fagpressen navnlig er inddraget i overvejelserne om distributionsproblemerne. Udgangspunktet for overvejelserne har

i betydelig udstrækning været dagspressens situation, fordi det givne materiale her er mest detailleret og giver den bedste indgang til at vurdere de faktorer, der kan have ført de trykte medier frem til den alvorlige økonomiske situation, flere af mediegrupperne befinder sig i.

Den arbejdsgruppe, der har bearbejdet problemerne omkring de trykte mediers økonomi og beskæftigelse, har, som det fremgår af navnlig kapitel 5, analyseret den økonomiske udvikling for dagbladene over perioden 1970-80. Hensigten med denne analyse var at undersøge, om der kunne udpeges en enkelt eller flere faktorer, der hver for sig eller i et samspil kunne forklare udviklingen. Hvis dét var tilfældet, ville man have haft et godt udgangspunkt for at drøfte, hvilke foranstaltninger der med rimelig stor sikkerhed kunne antages at styrke pressens økonomi.

Arbejdsgruppen nåede imidlertid det resultat, at der ikke umiddelbart lader sig opstille enkle eller entydige forklaringer på udviklingens forløb. Ingen af de faktorer, man søgte at isolere, kunne give grundlag for en forklaring af den ugunstige økonomiske udvikling. Kommissionen har derfor ud fra det fremlagte materiale og ud fra medlemmernes almindelige indsigt i udviklingen drøftet, hvad der er årsagen til pressens nuværende situation. Diskussionen er gennemført for at etablere en argumenteret baggrund dels for de synspunkter, kommissionen i afsnit 7.3 anlægger på den fremtidige politik, for så vidt angår de trykte mediers økonomi, dels for kommissionens anbefalinger i kapitel 8.

Hovedpunkter af drøftelsen gengives i det følgende. For overskuelighedens skyld er gennemgangen af drøftelsen delt op i to dele. Kommissionens vurderinger tager sigte på dels

1) de ydre betingelser
2) dels de indre muligheder.

Med de ydre betingelser sigtes til vilkår i det ydre samfund af betydning for dagbladsøkonomien. De indre muligheder dækker de områder, hvor beslutninger eller mangel på beslutninger i branchen selv kan tænkes at have haft indflydelse på udviklingen.

7.2.1 Ydre betingelser

Det er kommissionens opfattelse, at en række faktorer i det omgivende samfund har haft betydelig indflydelse på udviklingen i de trykte mediers økonomi. Det er vilkår, som brancherne ikke selv har kunnet influere på.

Først og fremmest spiller naturligvis den almindelige afmatning i samfundsøkonomien i 70erne med en faldende udviklingstakt en rolle. Erfaringen viser, at en afdæmpet eller faldende aktivitet i erhvervslivet hurtigt sætter sig spor i en nedgang i annonceringen.

Averteringen

Navnlig dags- og magasinpressen er meget udsatte på indtægtssiden, når ændringer i samfundsøkonomien medfører begrænsninger i averteringen. Det samme gælder dele af fagpressen og naturligvis distriktspressen. Dertil kommer så, at samfundsudviklingen har medført ændringer i annoncemarkedets struktur med konsekvenser for de trykte medier.

Blandt tekstannoncerne er der færre lanceringer af nye produkter, og meget tydeligt har det været, at blandt rubrikannoncerne har udbudet af stillinger, biler og ejendomme været stærkt faldende. Desuden har ændringen af strukturen i detailhandelen op gennem 70'erne øvet en mærkbar indflydelse på annonceringen og dens fordeling til ugunst for dagblads- og ugebladsannonceringen, men til gunst for distriktspressen og andre reklameformer, specielt de husstandsomdelte tryksagsreklamer. Den grafiske branches prognoseudvalg har opstillet de faser i strukturforandringen i detailhandelen, som har begunstiget distriktspressen, men svækket indtægtsgrundlaget for dags- og ugepressen.

Hvor mærkevarer tidligere blev markedsført på landsbasis og i overvejende grad gennem dagblade, har tilkomsten af supermarkeder og store kæder ændret dette. De nye butiksformer har overtaget og dermed ændret markedsføringen. De nye butikstyper anvender markedsføringsmidlerne dels til priskonkurrence (f.eks. rabatpolitik) og dels til egne tilbudsaviser og snævrere lokalt orienterede medier end dagbladene. Naturligvis er dagbladene ikke ude af billedet i denne sammenhæng, men deres traditionelt givne rolle er stærkt reduceret i kraft af denne ændring i detailhandelsstrukturen.

Det er en medvirkende faktor i udviklingen, at annoncørerne har fået mulighed for at defi-

nere deres målgrupper mere nøjagtigt og tillige fået større muligheder for at sammenholde definerede målgrupper med de forskellige blades læserkreds. Ved medieplanlægning, dvs. valg af reklamemidler, udregnes meget ofte en såkaldt *kontaktpris.* Denne pris udregnes for hvert enkelt blad og angiver, hvor meget det koster at komme i kontakt med 1.000 personer inden for den udvalgte målgruppe.

Ved udregning af kontaktpriser på de definerede målgrupper hører det til sjældenhederne, nemlig i forbindelse med meget specielle målgrupper, at dagbladene kan tilbyde en lavere kontaktpris end ugebladene. Sammenligninger med distriktspressen og tryksager kan ikke foregå på helt samme måde, men det er annoncørernes opfattelse, at også disse to mediegrupper kan tilbyde lavere kontaktpriser end dagbladene.

Med andre ord har annoncefordelingen ændret sig til ugunst for dags- og magasinpressen. Det fremgår af tabel 5 (s. 42), at i perioden fra 1973 til 1978 er dagspressens andel af de samlede reklamekroner faldet fra 32,8% til 32%. Ud fra dagbladenes annoncestatistikker er der god grund til at formode, at de efterfølgende to år yderligere har forringet situationen.

Til gengæld har, som tabellen viser, distriktspressen udvidet sin andel af reklamepengene meget betydeligt, nemlig fra 9,7% til 14%. 11980 var andelen formentlig stabiliseret omkring 14%. Af tabellen fremgår endvidere, at tryksagsreklamen ikke er vokset i analyseperioden. Mængden af tryksagsreklame var stigende indtil 1978/79. Siden da har den været vigende.

Der er i kommissionen enighed om, at faldet i annonceindtægter - både som følge af den økonomiske afmatning og som følge af de strukturelle ændringer i reklamemarkedet - er en af de væsentligste årsager til navnlig dagspressen økonomiske vanskeligheder. Magasinpressen har bedre kunnet fastholde reklameomsætningen og har under uændrede vilkår for de reklamebærende medier regnet med at kunne øge annonceomsætningen med omkring 9% årligt. Det er imidlertid af branchen oplyst, at der i 1982 mængdemæssigt er tabt en betydelig del (25%) af markedet. Desuden vil ændringen i husstandstyperne naturligvis også påvirke magasinpressens annoncesalg i de kommende år (jfr. s. 21).

Den klare sammenhæng mellem dagspressens økonomiske krise og nedgangen i annonceindtægterne har ført til, at der i kommissionen er fremlagt forslag om at støtte dagspressen gennem en supplering af annonceindtægterne med offentlige tilskud. Forslaget og drøftelsen af det er omtalt nedenfor under 7.3 og i 8.3.1.

Oplagsudviklingen

For dagbladene gælder, at den samlede oplagsudvikling i 1970'erne har været kendetegnet af stabilitet. Det ses, når man beregner dagbladenes daglige oplag pr. 1.000 indbyggere. I 1970 var dette tal 365, og i 1980 var det 366. Måler man, som det ofte er tilfældet, avistætheden i den del af befolkningen, der er over 20 år, får man tal, der ligger ca. 200 over de nævnte for avisdækningen pr. 1.000 indbyggere. Men stabiliteten gennem ti-året er den samme.

Tager man udgangspunkt i denne stabilitet, kan man sige, at dagbladene for så vidt har haft held med deres hovedaktivitet i en periode, hvor de fleste andre markeder har været vigende. Alligevel har dagbladene økonomiske vanskeligheder. Det kan have flere forklaringer, og det er vigtigt at have klart for sig, at den samlede stabilitet i oplaget skjuler ganske store udsving.

Nøgleordet for dagspressens samlede oplag er derfor nok snarere stagnation end stabilitet. Dagbladenes totaloplag er i virkeligheden procentvis kun øget med omkring halvdelen af befolkningstilvæksten i den ti-års-periode, kommissionen har undersøgt. Desuden er der tale om betydelige forskelle i de enkelte bladtypers udvikling.

I en lidt grov sammenfatning kan man sige, at de to københavnske formiddagsblade har haft en betydelig vækst i oplaget, mens de to store københavnske morgenblade er gået tilbage. De øvrige landsdækkende dagblade er gået frem, og de egentlige lokalaviser har ligget på grænsen mellem stagnation og svag fremgang.

Det dominerende indtryk er dog, at danskeren er et avislæsende menneske. Medieanalyserne viste i slutningen af 60'erne, at op mod 90% af befolkningen over 15 år havde læst en avis i går. Dette tal er imidlertid langsomt faldende, og i 1981 var det 83%.

Umiddelbart betragtet skulle det støt stigende uddannelsesniveau i samfundet have været til gunst for avismarkedet. Væksten i uddannelse kan måles på så iøjnefaldende fænomener som den udvidede undervisningspligt, den stærke vækst i antallet af unge med studentereksamen samt den omfattende efteruddannelse og voksenuddannelse både på privat- og erhvervsbasis.

Denne tendens burde stimulere salget af aviser, der er et medium, hvor overblik og indsigt kan dyrkes samtidigt. Der kan også stadigvæk påvises en klar sammenhæng mellem uddannelse og avislæsning, men det er samtidig tydeligt, at navnlig abonnementsaviserne har haft svært ved at nå det unge publikum. Det fremgår af tallene, når man sætter antallet af solgte aviser i forhold til antallet af husstande.

Avisernes husstandsdækning (antal solgte aviser divideret med antal husstande) har været svagt faldende. I disse år er der tale om et svagt faldende befolkningstal, men stadig en beskeden vækst i antallet af husstande. Den gennemsnitlige husstandsstørrelse er således faldende, hvilket bl.a. hænger sammen med, at de unge tidligere flytter hjemmefra. Samtidig kan det konstateres, at pensionister i stigende udstrækning føler, at de ikke har råd til at holde avis (jfr. s. 26).

Magasinpressens oplag har bevæget sig op og ned i løbet af 70erne (se fig. 8, s. 20). Men ser man oplaget pr. husstand tegner der sig et billede, som også kendes fra dagspressen.

Mens op til 75% af husstandene købte et ugeblad i begyndelsen af 5o'erne, er salget i 1981 faldet til 41%. Billedugebladenes oplag steg stærkt til 1973, hvor det omfattede ca. en trediedel af husstandene, men i 1982 ligger det kun lidt over niveauet fra 5o'erne med ca. en fjerdedel af husstandene som købere. Kvindeugebladene har totalt set opretholdt oplagstallene, men gennemsnittet dækker over, at de kvindeblade, der lægger hovedvægten på håndarbejdstof, har haft stigende oplag, mens de modeprægede magasiner har måttet konstatere faldende oplag (jfr. s. 21).

Den tekniske udvikling

For dagspressen har den teknologiske udvikling haft både positive og negative effekter. Det positive er, at der er udbudt en teknik, der repræsenterer betydelige rationaliseringsmuligheder inden for tekstbehandling og formfremstilling. Det negative er, at der er tale om en udviklingstakt, der er hæsblæsende og gør det vanskeligt at undgå den teknologiske forældelse. Hertil kan føjes, at produktionsudstyret i mange tilfælde ikke er udviklet til fuld perfektion og derfor medfører lange, vanskelige indkøringsperioder.

Under drøftelserne af dette problem har der i kommissionen været divergerende opfattelser af, om investeringerne i den ny teknik i alle tilfælde er gennemført på et tilstrækkeligt velbegrundet grundlag. Der har dog været enighed om, at investeringerne ofte har været både teknisk og økonomisk ønskelige.

Men det er samtidig nævnt, at den ny teknologi i flere tilfælde er indført i et for hurtigt tempo og uden, at det har været tilstrækkeligt velbegrundet. Heri og i det faktum, at indkøringen har været vanskelig, kan man, kombineret med den hurtige forældelse af udstyret, søge en del af forklaringen på, at investeringerne har givet så ringe udbytte.

Det er desuden i kommissionen påpeget, at der må skelnes mellem fordelene ved og udbyttet af investeringer i henholdsvis formfremstilling og trykkeudstyr. På formsiden er fordelene lette at få øje på.

Imidlertid har mange dagbladsvirksomheder i den analyserede periode også været nødt til at udskifte det meget kostbare produktionsudstyr til trykning af aviser. Udskiftningen har medført overgang fra højtryksteknik til fladtryksteknik, den såkaldte offset-teknik. Denne teknik rummer farvemuligheder, men det giver ikke i synderlig grad dagbladshusene markedsmæssige gevinster på hovedaktiviteten, dvs. på dagbladsudgivelsen.

Dette kostbare produktionsudstyr rummer således så godt som ingen muligheder for rationaliseringsgevinster for dagbladene. I hvert fald er mulighederne vanskelige at udnytte, og der opbygges let en overkapacitet på dette udstyr. Tilmed indbygges et fremtidigt alvorligt problem i dagbladsøkonomien, fordi de nye presser har en langt kortere levetid (10-15 år) end de ældre rotationsmaskiner.

Den ny teknik giver derimod ugebladene nye muligheder. Bl.a. vil en kortere produktionstid virke stimulerende på annoncesalget.

Teknikken har desuden fremmet udviklingen af en bedre tryk- og farveteknik, som for ugebladenes vedkommende kan være af betydelig markedsmæssig værdi.

Distributionen

I kommissionens overvejelser er distributionsomkostningerne også henregnet til de ydre faktorer, der påvirker bladvirksomhederne. Distributionsudgifternes størrelse hænger sammen med abonnementssystemet, husstandsomdelingen helt frem til abonnentens brevsprække, opretholdelsen af en vis selvstændighed med hensyn til trykketider og udgivelsestider etc. Det er en bredt accepteret opfattelse i kommissionen, at netop abonnementssystemet og husstandsomdelingen er så centrale for opretholdelsen af væsentlige dele af det danske avismønster, at man må acceptere det apparat, systemet forudsætter, som et nødvendigt led i bladenes udgiftsbudgetter. Det giver en stivhed på omkostningssiden, som virksomhederne kun i begrænset omfang kan påvirke.

Distributionsudgifterne har været stærkt stigende i de senere år. Navnlig er dagbladenes egendistribution blevet dyrere i absolutte tal med det resultat, at distributionsudgifterne fortsat belaster bladenes udgiftsbudgetter med en høj andel. Hele spørgsmålet om posttakster er behandlet indgående i kapitel 6.2.3 (s. 76), hvortil der kan henvises.

Det er en udbredt opfattelse blandt dagbladene, og denne opfattelse er også fremført i Mediekommissionen, at postvæsenets serviceniveau er for lavt og vigende. Bl.a. har det betydet tab af abonnenter, at postudbringningen ofte har været uregelmæssig, og at posten udbringes så sent, at postomdelingen ikke bliver attraktiv nok for morgenbladene.

Postvæsenet er, siges det fra dagbladene, ikke indrettet på at opfylde de krav, som bladene ønsker opfyldt med hensyn til distributionen. Skulle disse krav imødekommes, viser erfaringen, at distribution via postvæsenet bliver lige så dyr som den distribution, bladene selv kan organisere, f.eks. gennem Bladkompagniet.

I betænkning 911 om Dagspressens Distributionsforhold afviser postvæsenets repræsentanter dagbladenes påstande om, at postvæsenets serviceniveau skulle være afgørende forringet. Hertil skal lægges, at et stort antal dagblade faktisk ser deres fordel ved at benytte postvæsenet som distributør, og flere blade er i de senere år gået over til i stigende omfang at bruge postvæsenet og dets billige takster.

Fagpressen har i kommissionen givet udtryk for, at den i et vist omfang føler sig svigtet af postvæsenet. De fleste fagblade omdeles via postvæsenet, og det kan betyde forsinkelser i distributionen. Postvæsenets fællesregler for 'Omdeling af uge- og månedsblade' siger, at fagblade ikke udbringes på lørdage og højst må ligge i to dage. Disse regler efterleves ifølge postvæsenets oplysninger, men det kan efter fagpressens mening give vanskeligheder for udbringning på både fredage og lørdage.

Magasinpressen peger på, at den ligesom fagpressen diskrimineres i forhold til dagspressen med den ovenfor nævnte beregning af porto for ikke-dagblade. Det er særlig specialmagasiner, som sælges i abonnement, der rammes. Stykprisen for distributionen af de forskellige bladtyper fremgår af bilag 15, og det viser efter både fagpressens og magasinpressens opfattelse, at der er tale om en betydelig og kritisabel prisforskel.

En tilsvarende kritik er i kommissionen refereret fra dagbladslignende publikationer, der også finder, at forsinkelser i postdistributionen generer deres virksomhed. De mener på linie med fagpressen, at de diskrimineres i forhold til de oftere udkommende blade, idet de pr. styk betaler mindst tre gange så meget som dagbladene for at blive distribueret med postvæsenet. Alligevel kan de efter de gældende regler ikke altid være sikre på at blive bragt ud til abonnenterne på udgivelsesdagen. De er imidlertid henvist til at fastholde postvæsenets som hoveddistributør, fordi de ikke selv er i stand til at stille alternativer på benene.

Der har i kommissionen været enighed om at pege på distributionsomkostningerne som et af de alvorligste økonomiske problemer for de trykte medier. Især har man hæftet sig ved den risiko for abonnementssystemet, som de stigende omkostninger til distributionen medfører. Desuden har man i debatten fremhævet, at forskellene mellem mediegrupperne øges dels på grund af forskellen i omkostningerne ved egendistribution og postdistribution, dels ved den forskellige takstpolitik over for henholdsvis dagblade og uge- og fagblade.

7.2.2 Indre betingelser

De vilkår, der er gennemgået hidtil, er sat af omgivelserne, og de har skabt vanskeligheder for de trykte medier. Det er dog kommissionens opfattelse, at de ikke alene har været bestemmende for den utilfredsstillende økonomiske udvikling for navnlig dagbladenes og for en del også ugebladenes vedkommende.

Kommissionen finder, at bladene inden for de givne betingelser har haft en vis handlefrihed, men at manøvreevnen generelt må siges at have været svækket. Man har i kommissionen drøftet en række af de forhold, som må formodes at have bidraget til at begrænse manøvrefriheden i forbindelse med en tilpasning til ændrede økonomiske og tekniske vilkår. I den forbindelse har man anlagt synspunkter, som inddrager både medarbejdere og ledelser som medansvarlige for, at problemerne - som det fremgår af tallene i de foregående kapitler - ikke er løst godt nok.

Der har ikke været enighed om vægtningen af de ydre vilkår og de indre betingelser som faktorer af betydning for forklaringen af udviklingen. Bag en række af synspunkterne i det følgende ligger den opfattelse, at både organisatoriske og ledelsesmæssige forhold i branchen bærer en del af ansvaret for de vanskeligheder, som de trykte medier oplever.

Andre i kommissionen har derimod ment, at de ydre faktorer må tillægges den afgørende vægt. De indre betingelser har ikke spillet nær den rolle, de af nogle tillægges, og det er fremhævet, at det især er de ydre og ikke de indre betingelser, som har bestemt udviklingen.

Produktiviteten

Man har behandlet årsagerne til, at produktionsøkonomien i den behandlede periode ikke er forbedret i nævneværdig grad, snarere tværtimod. Den udeblevne forbedring af produktiviteten skal ses på baggrund af, at den analyserede periode har været præget af en omfattende investeringsaktivitet, navnlig i formfremstilling og i trykning. Desuden burde de større enheder, der har udviklet sig, have givet en større produktivitetsfremgang.

Det er fra flere sider i kommissionen anført, at en væsentlig årsag skal søges i de meget store vanskeligheder, der har været med at træffe aftaler mellem de implicerede parter om bemanding og produktivitet, målt i forhold til, hvad udstyret er konstrueret til at præstere, og hvad der økonomisk set er behov for i bladhusene. Det er understreget, at avisproduktionen er en løntung og konfliktfølsom proces og derfor får særligt store omstillingsproblemer.

Sammenhængende hermed er peget på de vanskeligheder, der har været forbundet med at få koordineret kræfterne til at løse de problemer, som den tekniske integration medfører. Den avancerede elektroniske produktionsteknologi tenderer mod at nedbryde eksisterende faggrænser mellem administration, redaktion og produktion. I kommissionen har det synspunkt været fremført, at trægheden ved gennemførelsen af den bemandingsmæssige tilpasning til denne tekniske udvikling bærer en del af skylden for den utilfredsstillende økonomi.

Modsætninger omkring bemanding og faggrænser er efter denne opfattelse kommet tydeligt til udtryk i forbindelse med tilpasningen. Samtidig er der peget på, at tilpasningsproblemerne ikke udelukkende kan tilskrives den ny teknik. Vanskelighederne kendes også fra tidligere faser af udviklingen og har været fremdraget i alle analyser af denne udvikling i efterkrigstiden.

Hertil lægges, at det tilsyneladende har været vanskeligt at etablere en fælles målopfattelse hos de mange grupper, der er involveret i bladproduktionen. Forskellen i målopfattelser hos de forskellige grupper i bladvirksomhederne har efter dette synspunkt givet alvorlige styringsmæssige problemer. Det er sammenhængende hermed anført, at medarbejdergrupperinger og de bagved stående organisationer har haft en indflydelse, der hidtil har virket som en bremse på tilpasningen. Det er herunder nævnt, at denne indflydelse tilsyneladende har været større end i andre dele af erhvervslivet.

Disse synspunkter er blevet stærkt imødegået ud fra en anden bedømmelse af udviklingen. Det er påpeget, at det utilstrækkelige udbytte af investeringerne skyldes, at der ikke har været en klar målsætning fra ledelsernes side ved indførelsen af den ny teknik. Det 'nødvendige' i investeringerne har været defineret for snævert, og man har ikke i detailler gjort sig hensigten med de tekniske ændringer

klar. Løshed i ledelsen, udviklet på tidligere tidspunkter, har spillet en rolle.

Det er yderligere fremhævet, at ny teknik ikke udelukkende skal ses som et middel til øget produktivitet. For medarbejdergrupperne har den ny teknik først og fremmest skullet bruges til at skabe bedre kvalitet og dermed skabe mulighed for produktudvikling. Disse krav til teknikken opfattes af de nævnte medlemmer som de væsentligste i forbindelse med indførelsen af ny teknik.

I den forstand er det også forkert, at der ikke har været tale om en fælles målsætning i bladproduktionen. Siden 1977 har medarbejdernes organisationer været enige om en målsætning og om arbejdsfordelingen. Det er bl.a. demonstreret gennem grænseaftaler de berøite forbund imellem. Det har derfor været arbejdsgiverne, der har hindret dette i at slå igennem i en målsætning, fælles for alle de implicerede i bladdriften.

Fleksibilitetsaftaler med tilhørende uddannelsesaftaler peger i samme retning. Men manglende opbakning fra de bevilgende myndigheders side af de tekniske uddannelser og store reduktioner i planlagte efteruddannelses- og omskolingsaktiviteter har bremset udviklingen. Hertil føjedes, at de stive faggrænser gjorde fleksibilitetsaftalerne nødvendige. I øvrigt blev det i den forbindelse fundet uhensigtsmæssigt, at dagbladene var koblet så tæt til den civile del af branchen uden for dagbladsområdet *). Det tvinger til deltagelse i uddannelsessystemer, som ikke er 'skåret **til**' efter avisernes behov.

Med hensyn til målsætningen tilføjedes den betragtning, at den fælles målopfattelse hos medarbejderne skal ses på forskellig baggrund for de forskellige medarbejdergrupper. Der er et fælles mål for, hvad man vil med avisen, men der er forskel på jobområderne. F.eks. vil der formentlig være en større grad af identifikation med avisen hos de journalistiske medarbejdere.

Hertil føjedes desuden, at arbejdet med at opnå integration af arbejdsområderne ikke er uden vanskeligheder. Det har at gøre med manglende klarhed i overenskomsterne. Fortolkningsmulighederne er mange, og udslaget gøres af de implicerede organisationers forskellige styrke.

Sammenfattende understregedes, at Danmark er et af de mest avancerede lande med hensyn til det aftalemæssige grundlag for indførelsen af ny teknologi. Den danske presse har haft langt bedre muligheder for at gennemføre omstillingen til ny teknik end f.eks. Norge og Sverige.

Samtidig blev det dog i drøftelsen nævnt, at tilpasningsprocessen tilsyneladende har været vanskeligere at gennemføre i dagspressen end i den øvrige grafiske branche. Her har man ikke haft de samme problemer, og der har været større spillerum for ledelsen i grafiske virksomheder uden for dagbladsområdet. Der har været tale om en forskellig produktivitetsudvikling i dagspressen på den ene side og civiltrykkerierne og magasinpressen på den anden.

Det blev under denne del af debatten fremhævet, at strukturudviklingen i den grafiske branche tilsyneladende har været betydeligt mere kompliceret end i andre erhvervsgrene. Årsagen hertil er søgt i det grafiske områdes meget effektive tryghedsaftaler. Sammenfattende blev det sagt, at der var tale om en overbemanding ved fremstilling af dagblade, også udover den overbemanding, som organisationen af den tekniske proces altid vil forudsætte.

Påstanden om overbemanding blev imødegået med henvisning til, at der løbende er sket en tilpasning af bemandingen, og at overbemanding i hvert fald ikke forekommer mere. Det afvistes også, at tryghedsaftalerne skulle have hæmmet en tilpasning af bemandingen, og i stedet henvistes til det aftalesæt, det har været muligt at etablere omkring brugen af skærmterminaler.

I denne sammenhæng har Mediekommissionen med tilfredshed bemærket, at der i efteråret 1982 er indgået de nævnte aftaler mellem bladledelser, journalister, typografer og funktionærer om skærmterminaler med det udtrykkelige mål at sikre, at denne nye teknik bruges til at forbedre bladenes overlevelsesmuligheder.

Markedsforhold

I kommissionen har man drøftet de problemer, der kan være knyttet til, at avisproduktion i sig

*) Civiltryk er den traditionelle betegnelse for alt andet tryk end dagbladsproduktion. Den del af en dagbladstrykvirksomhed, som bruges til andet end fremstilling af dagblade, omfattes også af betegnelsen *civiltryk.*

selv har en tendens til at samle kræfterne om de mere kortsigtede problemer. Udgangspunktet for drøftelsen var det ofte gentagne synspunkt, at det er dagbladenes vigtigste opgave at udkomme til tiden.

Det er en ambition med et etisk sigte som indebærer store fordele for samfundet, men det er også en ambition med reelle økonomiske konsekvenser. Under diskussionen af dette spørgsmål blev det stærkt fremhævet, at det er dyrt ikke at udkomme. Det betyder tabte indtægter, og det betyder tabte læsere, som er svære og dyre at vinde tilbage, og som måske slet ikke vender tilbage. Fra magasinpressen blev det nævnt, at 10% af køberne ikke er vendt tilbage efter den sidste konflikt.

Det blev tilføjet, at konflikter i dag i sine længere rækkende konsekvenser er så dyre for pressen, at de ikke er en farbar vej til at fremme strukturrationalisering. Dog blev det samtidig nævnt, at kravet om kontinuerlig udgivelse på længere sigt kan give negative økonomiske konsekvenser.

Der har i kommissionen ikke været tvivl om, at bladvirksomhederne har vist en særdeles god evne til at klare den daglige drifts ofte vanskelige problemer: at udkomme og udkomme til tiden. Men denne koncentration af kræfterne på den løbende drift kan have spærret for initiativer til mere langsigtede ændringer på forskellige fronter.

Hermed sigtes til, at produktudvikling og markedstilpasning i et vist omfang er blevet forsømt. Problemet formuleredes som et spørgsmål om, hvorvidt bladvirksomhederne har været tilstrækkeligt markedsorienterede.

For magasinpressen gælder, at den har vist betydelig evne til omstilling og produktudvikling. De stærkt svingende oplagstal for de enkelte magasiner er udtryk for, at bladene ofte foretager omlægninger, der har karakter af relanceringer. Hertil kommer, at nye magasintyper er dukket op med henblik på at nå særligt udvalgte grupper.

Dagbladenes markedsmæssige ståsted er salget af aviser. De tilgængelige mediedata beretter imidlertid om vanskelighederne med at tiltrække og fastholde unge læsere, når der ses bort fra formiddagsbladene. Nogle har søgt årsagen hertil i, at dagbladsredaktionerne har valgt at fastholde en traditionel animositet mod markedsdata.

Hertil er anført, at den nævnte undtagelse for formiddagsbladenes vedkommende viser, at der med hensyn til markedstilpasningen har været en markant forskel mellem de forskellige avistyper. De store landsdækkende abonnementsdagblade, de mindre landsdækkende dagblade og formiddagsbladene har reageret meget forskelligt på ændringer og muligheder i avismarkedet.

Desuden påpegedes, at der ikke kan sættes lighedstegn mellem produktudvikling og markedstilpasning. For pressen som produkt gælder, at markedstilpasningen ikke kan ske på bekostning af pressens egentlige opgave: inden for den givne, ofte historisk bestemte ramme, at levere det bedste produkt.

Der ytredes tvivl om, hvorvidt det er rigtigt, at redaktionerne reagerer mod markedsdata. Disse data bruges blot ikke til en automatisk tilpasning, men som en vejledning for den type overvejelser, som må ligge bag et dagblads produktudvikling. Denne produktudvikling er det primære. Produktet skal kunne dække markedet gennem den rette præsentation af den information og de synspunkter og holdninger, avisen står for.

Dualistisk ledelse

Sammenhængende med diskussionen om markedsføring drøftedes bladenes ledelsesstruktur. I magasinpressen er der ikke tvivl om, at afgørende ledelsesfunktioner udføres af den administrative del af ledelsen. De redaktionelle overvejelser er i betydeligt omfang underordnet administrative og markedsføringsmæssige hensyn. Under alle omstændigheder holdes de journalistiske ideer normalt op mod markedsføringsmulighederne.

Det synspunkt blev fremført, at de mere komplicerede forhold på dette område i dagspressen var en af årsagerne til de svage driftsresultater. Praksis på dagbladene har oftest været en dualistisk ledelse med to topchefer, en chefredaktør og en direktør, der er ligestillede, men ikke har sammenfaldende kompetenceområder. Den ene har ansvaret for produktet, den anden for økonomien. Hvor den øverste ledelse af de to funktioner samles hos én person er det reglen, at det sker hos den journalistiske chef.

Under kommissionens overvejelser blev det

påpeget, at en sådan opdeling kan stride mod almindelig erhvervsmæssig praksis. Der kan i dette system ligge kimen til modsætningsfyldte beslutningsprocesser, og det anførtes, at modsætningerne faktisk har præget miljøet i flere dagbladshuse, og at det har vanskeliggjort ændrings- og udviklingsprocesser.

Det har ført til, at journalistiske ideer ikke altid er blevet vejet tilstrækkeligt præcist i forhold til økonomiske og markedsmæssige muligheder. Den journalistiske ledelse har været tilbøjelig til at gå videre end disse muligheder tilsiger, og den dualistiske ledelse har derved fået økonomiske og omkostningsrnæssige konsekvenser.

Over for disse vurderinger er gjort gældende, at det er en for firkantet betragtning, der for unuanceret er orienteret mod det markedsføringsmæssige. Et dagblad er et kreativt produkt, der fremstilles under industrielle vilkår. De krav, som stilles til ledelsen, kan ikke uden videre sammenlignes med kravene i andre industrigrene.

Desuden gjordes den opfattelse gældende, at de påståede modsætninger ikke har kunnet påvises i nævneværdigt omfang, og at de derfor ikke kan bruges til forklaring af den skete udvikling. Hvis den dualistiske ledelsesform efter den traditionelle model har skabt problemer nogle steder, ligger det efter denne opfattelse tilbage i tiden. Den eksisterer ikke mere i sin stive form, idet bladene har udviklet smidigere og i praksis mere effektive ledelsesformer.

Biaktiviteter

I kommissionens overvejelser har spørgsmålet om bladenes ikke ubetydelige engagement i biaktiviteter spillet en væsentlig rolle. En spredning på flere aktivitetsområder, d.v.s. produktmæssig diversifikation, kan være sund ledelsestænkning. Men grænsen for den positive effekt nås, når hovedaktiviteten, udgivelsen af dagbladet, derved tappes for ressourcer.

Der har i kommissionen været bred tilslutning til den opfattelse, at engagementet i biaktiviteter ikke uden videre har været gavnligt for dagbladsvirksomhederne. En følge af opbygningen af virksomheder, der kan magte biaktiviteterne, har været en nødvendig udskiftning af de kostbare rotationspresser. En dimensionering af produktionsapparatet til kun at løse hovedaktiviteten giver i sig selv teknisk overkapacitet, fordi trykningen af f.eks. et dagblad kun belaster udstyret en begrænset del af døgnets timer.

Den samlede overkapacitet er imidlertid øget gennem omfattende investeringer i ekstra teknisk kapacitet, som man har villet udbyde på det frie marked for at tjene penge til virksomheden og dermed til hovedaktiviteten. Når gevinsterne ved dette ikke er realiseret i fuldt omfang, skyldes det, at man på dette marked dels møder konkurrenter uden for dagbladsverdenen med andre bemandings- og produktivitetsforhold, dels møder de mange andre dagbladsvirksomheder med nøjagtig samme økonomiske målsætning.

Det blev ved drøftelsen af dette problem nævnt, at der i Skandinavien er opbygget en overkapacitet på mellem 30 og 40% i den grafiske industri. Med en sådan overkapacitet i et vigende marked, og med en stærkt stigende rente bliver de store investeringer i biaktiviteterne naturligvis til en belastning for virksomheden og udgør dermed en fare for hovedaktiviteten.

Ved denne udvidelse af den tekniske kapacitet har dagbladsvirksomhederne ikke været særlig aktive i retning af at søge produktionssamarbejde. Bestræbelser i den retning er reelt kun dyrket i særdeles begrænset omfang.

Kommissionen har diskuteret, hvad der er baggrunden for denne politik. Bladenes opfattelse af uafhængigheden som konkurrencefaktor er nævnt som én af årsagerne. Som en anden er anført, at bindingen til en streng opfattelse af pressefriheden kan føre til en afvisning af alle former for afhængighed. Hertil kan dog føjes, at trykketidspunkter og geografiske forhold også sætter visse grænser for teknisk samarbejde. Resultatet er blevet, at næsten alle dagbladsvirksomheder har ønsket at kunne alt - på alle områder.

Det er kommissionens opfattelse, at der faktisk i 70'erne har været væsentlige muligheder for at etablere frugtbart samarbejde på det administrative og det produktionsmæssige område. Disse muligheder for samarbejde har eksisteret uafhængigt af den ny teknik, men er i et vist omfang fremmet yderligere af denne. Der tænkes på muligheder fra kontorfællesskab på lokalredaktioner over akkvisitionssamarbejde til udnyttelse af avanceret teknik til arkiver, databanker og edb-samarbejde på

det administrative og det redaktionelle område.

Ved papirindkøb og ved fotosamarbejde er vist eksempler på et sådant samarbejde, og en begyndende rationalisering via samarbejde kan anes også på andre områder. Men mulighederne er hidtil ikke udnyttet særlig intensivt.

Set over ti-året fra 1970 til 1980 kunne en sådan rationalisering med fordel have været igangsat med udgangspunkt i de svigtende økonomiske resultater. Den kunne formentlig have afbødet nogle af de virkninger, der er blevet resultatet: Økonomisk afhængighed, som nu er et hverdagsbillede i mange virksomheder; slagsmål omkring den aktuelle likviditet, som tager kræfterne fra det påtrængende udviklingsarbejde.

7.3 Overvejelser om den fremtidige pressepolitik

Gennemgangen af regnskabs- og beskæftigelsesmæssige data for de trykte medier gav ikke entydige svar på spørgsmålene om, hvad der har ført til de trykte mediers svækkede økonomi. Heller ikke diskussionen i kommissionen af årsagerne til udviklingens forløb resulterede i en enig vurdering af dette forløb.

Men debatten afdækkede en række problemområder, der må inddrages i en overvejelse af de faktorer, der i et samspil har bestemt udviklingen. Med udgangspunkt i denne afgrænsning af felter, der har betydning for vilkårene for de trykte mediers virksomhed, har kommissionen overvejet, hvilke foranstaltninger, der kan anbefales for at forbedre disse vilkår.

Overvejelserne er foretaget som led i den debat, der i det foregående er refereret om årsagerne til udviklingen. I det følgende er betragtningerne om fremtiden søgt samlet som et oplæg til anbefalingerne i kapitel 8.

Det må i denne forbindelse understreges endnu en gang, at det her foreliggende pressepolitiske udspil med hensigt er begrænset, og at en række problemer er udskudt til senere behandling. Nogle af dem skitseres kort i afsnit 7.4.

7.3.1 Den pressepolitiske ramme

Inden for de nævnte begrænsninger i betænkningens sigte har kommissionen overvejet en række almene pressepolitiske forhold som grundlag for drøftelsen af udspillet om de trykte mediers økonomi. Det skal understreges, at nogle medlemmer har fundet det pressepolitiske perspektiv for drøftelserne for snævert og for ensidigt samlet om dagbladspolitiske synspunkter. De finder generelt, at kommissionens analyser er blevet en katalogisering af kendte synspunkter og overvejelser, primært vedrørende dagspressen.

Et gennemgående tema bag den debat, der refereres i det følgende, har været den opfattelse, at en permanent økonomisk krise for de trykte medier kan betyde en begrænsning af den trykte presses muligheder for at opfylde sine samfundsmæssige opgaver. Konkret kan udviklingen betyde, at en række mindre blade, som i dag udgør alternativer både til de store landsdækkende dagblade og til de lokale dagblade, kommer i fare.

Koncentrationstendensen kan ventes at ville fortsætte med en yderligere begrænsning i den pressemæssige mangfoldighed som et uundgåeligt resultat. Desuden kan udviklingen let gå i retning af en udtynding af kvaliteten, en trivialisering af en presse, der tvinges til popularisering og sensationsjag.

Derved kan der udvikles træk i pressen og i pressemønsteret, som samfundet ikke er tjent med. De prioriteringer på medieområdet, som samfundet af hensyn til det politiske systems funktion må ønske fastholdt, kan ikke opretholdes. Derfor er det efter kommissionens mening ikke blot ønskeligt, men også nødvendigt at interessere sig for muligheder for at lette de økonomiske vilkår for de trykte medier.

Efter kommissionens opfattelse er den trykte presse i så henseende i en anden situation end andre erhverv. De samfundsmæssige behov, de særlige krav til pressen, de vilkår, der produceres under, ønsket om alsighed i pressemønstret og om uafhængighed for det enkelte blad gør det rimeligt at diskutere veje til at styrke de trykte mediers økonomi.

Under drøftelserne har der været udbredt enighed om at understrege det ønskværdige i, at en pressepolitik fastholder og helst også øger mangfoldigheden i den trykte presse. Med mangfoldigheden tænkes både på antallet af oplysningskanaler og på alsidigheden i meninger.

Der er peget på, at det i særlig grad gælder

om at sikre mangfoldigheden i den trykte presse, fordi andre medieformer ikke på samme måde kan garantere denne mangfoldighed i kanaler og synspunkter. Samtidig gælder, at både den økonomiske og den tekniske udvikling truer mangfoldigheden og alsidigheden.

Det er under debatten fra flere sider understreget, at det især er pressens politiske funktioner, der gør overvejelsen af økonomiske særforanstaltninger nødvendige. Det er på grund af sin betydning for folkestyret, at pressen som den eneste erhvervsgren er nævnt i grundloven, og dé trykte medier, der ikke direkte udfylder en samfundsfunktion ved at medvirke i den politiske proces, har derfor ikke samme krav på aktiv interesse som dagspressen. En pressepolitik bør efter dette synspunkt i særlig grad beskæftige sig med befolkningens muligheder for at benytte og vælge mellem flere forskellige aviser, der fremskaffer og bearbejder løbende informationer om aktuelle, internationale, danske og lokale samfundsspørgsmål samt befordrer kommentarer og debat om disse emner.

Hertil er bemærket, at et sådant pressepolitisk udgangspunkt i de politiske funktioner er skævt i forhold til modtagernes, dvs. læsernes situation og behov. En pressepolitik på disse præmisser vil støtte de i forvejen kommunikationsstærke på bekostning af de kommunikationssvage. Ordet asocial er brugt i den forbindelse med henvisning til den brede befolknings behov også for anden trykt information end den, der i snæver forstand har at gøre med rollen som aktiv samfundsborger.

Enkelte medlemmer har taget anstand over for denne understregning af de politiske funktioner som grundlag for behandlingen af presseproblemerne. De er principielt enige i de synspunkter, der er fremført om dagspressens store betydning for vort samfund. Men de mener samtidig, at disse synspunkter og holdninger i betydeligt omfang bruges til at retfærdiggøre en ensidig udbygning af dagspressens særordninger.

Det har været en udbredt opfattelse i kommissionen, at en pressepolitik først og fremmest må sigte mod pressestrukturen, dvs. mod avisbestandens størrelse, sammensætning (alsidighed under forskellige synsvinkler) og karakter. Dog er det blevet nævnt, at de indsatser, der kan tænkes gjort for at fastholde en alsidig pressestruktur, næppe vil kunne nå deres mål. Derfor må andre strategier i retning af at sikre alsidigheden og udtryksmulighederne på ukonventionelle måder udvikles.

Der har ikke, som det vil fremgå af det følgende, været enighed om, hvor langt man kan og bør gå med hensyn til støtte til pressen, og hvilke af de trykte medier der bør omfattes af eventuelle foranstaltninger, der kan lette pressens økonomi. Nogle medlemmer er principielt rede til at gå ganske langt i retning af at reducere eller modvirke markedskræfternes, specielt annoncemængdernes, indflydelse på pressens økonomiske vilkår. Andre mener, at hensynet til pressens frihed sætter grænser i så henseende og peger på, at publikums eget valg som en mekanisme, der bestemmer, hvilke aviser der skal være plads til, ikke må sættes ud af kraft.

Men der har været udbredt tilslutning til, at kommissionens overvejelser - trods de forskellige holdninger - burde gennemføres med tanke på at skabe så bred tilslutning som muligt bag en række anbefalinger, der samlet kunne imødekomme behovet for en lettelse af pressens økonomiske vilkår.

7.3.2 Direkte driftsstøtte

Den analyse, der er fremlagt i denne betænkning, viser, at betydelige dele af den trykte presse befinder sig i en alvorlig økonomisk situation. Det kan ikke overraske, at det i kommissionen har ført til, at spørgsmålet er rejst, om det ikke ville være hensigtsmæssigt at foreslå et system med direkte driftssøtte til de truede dagblade. I den forbindelse har navnlig været talt om paralleller til den norske og svenske pressestøtte, der er gennemgået i kapitlet om de udenlandske ordninger med pressestøtte (kapitel 6).

I forvejen eksisterer en række former for indirekte støtte til de danske dagblade (se kapitel 6.2, s. 73ff). Overgangen mellem indirekte pressestøtte og former for direkte driftsstøtte er for så vidt glidende. I alle tilfælde er der tale om, at der af det offentlige stilles midler til rådighed til særordninger for pressen. Kommissionen har imidlertid fundet det hensigtsmæssigt i diskussionen af særordninger for pressen at skelne mellem direkte eller egentlig

driftsstøtte i form af en udbetaling fra statskassen til det enkelte blad og andre særordninger - indirekte støtteformer - hvor sammenhængen mellem tilskuddets størrelse og det enkelte blads driftsresultat er mindre åbenbar.

Et betydeligt antal af kommissionens medlemmer er betænkelige ved eller afvisende over for direkte driftsstøtte efter den norske, svenske eller lignende modeller. Man finder, at tidspunktet i bedste fald er forpasset, samt at en direkte driftsstøtte har så mange og utilsigtede virkninger ved siden af hovedhensigten, at en sådan ikke kan anbefales.

Da de norske og svenske ordninger gennemførtes, var der endnu i de to lande et differentieret pressemønster, som der kunne være mening i at søge opretholdt. Den situation eksisterer ikke i dag i Danmark med det pressemønster, der har udviklet sig - i hvert fald uden for København.

I hovedstaden har man stadig et mere alsidigt pressemønster, og en del af de mindre blade, der er med til at skabe det, er dem, der er mest i farezonen. Alligevel viger en del af kommissionens medlemmer tilbage for at foreslå direkte driftsstøtte, fordi denne fremgangsmåde i mange henseender er uhensigtsmæssig.

Det blev i den forbindelse fremhævet, at enhver særordning ud over de tilsigtede virkninger kan have forskellige indirekte virkninger. De kan være både positive og negative, men det er afgørende, at sådanne utilsigtede virkninger tages med ved en vurdering af konkrete forslag.

Det nævntes, at en generel driftsstøtte til f.eks. alle dagblade kan medføre, at de enkelte blade delvis benytter støtten til at udvide deres markedsføring. Derved opnås en intensivering af den indbyrdes konkurrence, uden at de svagest stillede reelt hjælpes. Det kan også tænkes, at medarbejdergrupper vil benytte bladenes forbedrede økonomiske situation til at stille ekstra krav, og derved kan støtten delvis manifestere sig i øgede lønninger.

Over for dette fremførtes et modsat rettet synspunkt. Det anførtes, at en støtte ikke automatisk ville omsætte sig i lønkrav, men også kunne resultere i krav om udvidelse af bemandingen med henblik på en forbedring af produktets kvalitet.

Ulempen vil efter kritikernes opfattelse være større ved generelle end ved selektive ordninger. Men også ved selektive ordninger må der regnes med utilsigtede virkninger. Det vil være uundgåeligt ved enhver objektivt formuleret, selektiv støtteordning, at de enkelte blade vil undersøge, hvordan en sådan ordning kan bruges til egen fordel. Det er for så vidt også hensigten med ordningen, men den udløste økonomiske adfærd hos bladene kan let føre til andre resultater end de tilsigtede.

En hovedindvending mod en direkte driftsstøtte er derfor, at den let fastlåser et bestående pressemønster. Den gør det vanskeligt for pressemønsteret at udvikle sig og tilpasse sig den øvrige udvikling i samfundet. F.eks. kan den medføre, at et blad, der opnår støtte, undlader en tiltrængt, men vanskelig tilpasning gennem reduktion af medarbejderstaben, en nødvendig rationalisering etc. Hertil kommer, at det ser ud til, at vi står over for en periode, hvor den trykte presse også skal tilpasse sig de elektroniske medier. Derfor vil det være yderligere betænkeligt at fryse pressemønsteret fast.

Den her fremlagte betamkning tegner ikke uden videre et billede af en bladdrift, der hviler på et sundt økonomisk grundlag. Bag afvisningen af den direkte støtte ligger imidlertid en opfattelse af, at der i mange tilfælde er reserver i de eksisterende bladvirksomheder, som vil kunne mobiliseres. En direkte driftsstøtte vil tage incitamentet til en sådan mobilisering og til en tilpasning til de økonomiske vilkår ud af systemet.

Desuden vil man ved at suspendere de økonomiske markedskræfter på presseområdet sætte publikums ret til at vælge avis ud af spillet. Det vil i sidste instans blive partipolitiske hensyn og bevillinger, der afgør, hvilke aviser vi skal have, og hvor store de skal være.

Kritikerne af direkte pressestøtte efter svensk og norsk model er opmærksomme på, at en række små blade, specielt landsdækkende abonnementsaviser, ikke kan siges hver for sig at have de ekstra reserver, som branchen som helhed må antages at rumme. I visse indirekte støtteformer ligger imidlertid muligheder, som især kan komme disse blade til gode.

Denne betænkning viser også, at ikke alle årsager til det ringe økonomiske resultat skal søges uden for bladene selv, men skyldes forhold i branchen. Når det er tilfældet, forekommer det kritikerne af direkte pressestøtte be-

tænkeligt at gå ind for støtteordninger, som både vil hæmme en korrektion af den kurs, der er ført, og begrænse de initiativer til at gå nye veje, der er på vej. Fra flere sider er det i den sammenhæng påpeget, at en tilpasningsproces allerede er under udvikling.

Erfaringerne fra de norske og svenske ordninger er ikke entydigt positive. Under alle omstændigheder viser erfaringerne fra disse lande, at ordningerne kræver fortsatte og stærkt stigende offentlige tilskud. Derfor er det efter modstandernes synspunkt umuligt i det lange løb - også henset til den tilpasning, der må forventes til de elektroniske medier - at forestille sig, at det kan undgås, at pressestøtten bliver et partipolitisk kontroversielt spørgsmål. Det vil blive en politisk afgørelse, hvis pressemønsteret skal ændres.

Det må i denne forbindelse stærkt understreges, at drøftelsen af disse problemer er foregået under den udtrykkelige forudsætning, at de basale markedsvilkår, navnlig for annonceringen, er uforandrede for dags- og ugepressen. Det vil sige, at der ikke sker afgørende ændringer i de typer af reklamebærende medier, der eksisterer, f.eks. ved at der indføres reklame-tv. En beslutning herom forudses af mange afgørende at kunne forrykke det økonomiske grundlag for de trykte medier.

Mediekommissionen har under sit Perspektivudvalg en tværgående analyse af reklameproblemerne i gang. Bl.a. vil man forsøge at belyse de mulige konsekvenser af indførelsen af reklame i radio- og tv.

Magasinpressen har allerede på nuværende tidspunkt i kommissionen gjort opmærksom på, at efter dens opfattelse vil en indførelse af reklamer i dansk tv have katastrofale følger for denne presse. Branchen selv forudser et oplagsfald på 10% og et fald i annoncesalget på 50%, hvis der indføres reklamer i fjernsynet. Repræsentanter for dagbladene udtrykker også betænkelighed ved konsekvensen af reklamer i tv, og en beslutning herom vil under alle omstændigheder nødvendiggøre en ny vurdering af udsigterne for pressens økonomi og af de problemer, en sådan ny vurdering måtte afdække.

Andre medlemmer af kommissionen deler ikke de synspunkter, der i diskussionen er anført mod den direkte pressestøtte. De peger på, at grænsen mellem en direkte driftsstøtte og de allerede eksisterende former for indirekte støtte er glidende, og at direkte støtte derfor ikke vil være et principielt særligt afgørende skridt. Også former for indirekte støtte kræver politiske beslutninger og kan følgelig vise sig følsomme for partipolitiske indgreb. F.eks. hviler systemet med de reducerede portotakster på en politisk beslutning og kan ændres eller ophæves af folketinget.

Afgørende for den argumentation, der er formuleret af tilhængerne af en direkte pressestøtte, er to forhold. For det første fremhæves, at en sådan støtte skal gives efter objektive kriterier, og at den skal gives selektivt. Det vil sikre, dels at støtten ikke bliver et anliggende, der kan blive genstand for politisk vilkårlighed, dels at støtten kanaliseres derhen, hvor den får den ønskede, støttende effekt. De fremførte bekymringer om statsstyring og konkurrenceforvridning vil på den måde kunne imødegås.

Til støtte for argumentationen peges på, at man i den solide danske tradition for tilskud til høj- og friskoler har et godt eksempel på, at en støttelovgivning kan baseres på objektive kriterier og løftes ud af partipolitiske kontroverser. Denne lovgivning kan naturligvis ikke umiddelbart bruges som forbillede for den praktiske udformning af en lovgivning om særordninger for pressen, men den er et eksempel på, at en støtteordning kan lægges til rette uden de konsekvenser, kritikerne har peget på.

For det andet henviser tilhængerne af disse synspunkter til det særlige danske pressemønster, specielt de små landsdækkende dagblade, og de peger på det ønskelige i at sikre dette systems overlevelse. Også af hensyn til provinspressen bør man operere med mulighederne for direkte pressestøtte. Derved vil man kunne hindre en udvidelse af de nuværende monopoler til at blive endnu større.

Hovedsigtet med økonomiske særordninger skal dog naturligvis ikke alene være at bevare det nuværende pressesystem, men at øge mulighederne for, at det eksisterende pressemønster kan blive mere mangfoldigt. En direkte pressestøtte er efter dette synspunkt det bedste middel til at fastholde og udbygge den mangfoldighed, der trods alt er til stede i den eksisterende danske presse. Det kendte mønster fungerer godt og er et vigtigt grundlag for den

samfundsdebat og -orientering, vi kender og kan vurdere nytten af.

Dette må prioriteres højere, end at en støtte, givet efter objektive kriterier, kan føre til, at blade, som godt kunne klare sig uden, også berettiges til støtte. Det er en omkostning, som må tages med, når man ønsker at tilrettelægge støtteordninger efter objektive kriterier. Man kan ikke se bort fra, at alle økonomiske særordninger indebærer en risiko for partipolitisk indblanding på pressens område. Denne risiko begrænses, hvis en pressestøtte konsekvent gives efter objektive kriterier, og derfor er de objektive kriterier en væsentlig betingelse for en pressestøtte, der skal holdes partipolitisk neutral.

7.3.3 Investeringsstøtte

Kommissionen har i sine drøftelser af konkrete muligheder for at stimulere de trykte mediers økonomi taget udgangspunkt i den investeringsstøtte, der efter de gældende regler står til rådighed for dagspressen. I fortsættelse heraf har man gennemgået en række yderligere foranstaltninger, som kan bedre pressens økonomiske vilkår.

Den investeringshjælp, dagblade hidtil har modtaget gennem Dagspressens Finansieringsinstitut, er givet enten som tilskud - først og fremmest til investeringsformål, men også til andre formål som f.eks. produktudvikling - eller som kautionsmuligheder (jfr. kap. 6.2.1). Disse kautionsmuligheder er dog kun udnyttet i begrænset omfang. Det hænger sammen med, at instituttet ved kaution stiller krav, der svarer til bankernes normale krav i lignende tilfælde.

Der er på dette område tale om en afgrænsning inden for den trykte presse, idet investeringerne kun vedrører dagspressen. Under drøftelser i kommissionen pegedes i den forbindelse på, at det ikke kan anses for utænkeligt, at magasin- og fagpressen kan få tilsvarende muligheder for investeringshjælp gennem andre erhvervsstøtteordninger.

Kommissionens drøftelser har vist en overvejende enighed om det hensigtsmæssige i, at Dagspressens Finansieringsinstitut fortsætter sin hidtidige virksomhed.

Dog er, som det vil fremgå af kapitel 8 (s. 112ff), også det synspunkt fremført, at hverken bevillingen til finansieringsinstituttet eller de andre eksisterende indirekte støtteordninger bør videreføres. Argumentet for denne holdning er, at de har en række negative konsekvenser, idet de fører til konkurrenceforvridning og en støt voksende: afhængighed af de statslige tilskud.

Dagspressens Finansieringsinstitut har over for kommissionen oplyst, at ansøgningspresset i 1982 har været stigende, både hvad angår kapitaltilskud og kautioner. Instituttet har allerede reserveret mere end halvdelen af sin 1983-bevilling til kapitaltilskud (jfr. kapitel 6, side 74f).

Kommissionen har under sine overvejelser tolket finansieringsinstituttets aktivitet som et udtryk både for behovet for og nødvendigheden af, at Dagspressens Finansieringsinstitut fortsætter sin virksomhed. Skal det kunne ske inden for de af den gældende lov fastsatte rammer, forudsætter det, at den tilskudsramme, der i 1975 blev fastlagt til 4 mio. kr. hæves til 7,6 mio. kr. om året.

Derved vil tilskuddets realværdi være bevaret. Men kommissionen har under sine overvejelser peget på foranstaltninger, som gør det ønskeligt at udvide beløbsrammen for Dagspressens Finansieringsinstitut yderligere. Disse betragtninger knytter sig til, hvad der foran er sagt om teknisk samarbejde og strukturrationalisering (s. 89f).

Det er kommissionens opfattelse, at der ligger betydelige økonomiske muligheder i teknisk samarbejde på flere niveauer, og at planer om at udvikle et sådant samarbejde og i det hele taget strukturforbedrende intiativer bør have speciel støtte og særligt gunstige lånevilkår. Der må derfor være mulighed for en mærkbar præmiering af sådanne initiativer. Det vil forudsætte en stigning i tilskudsbeløbet.

Behovet for at stimulere strukturforbedrende samarbejde vil efter kommissionens opfattelse få øget betydning i de kommende år. Investeringerne i ny teknik er meget dyr, og levetiden af teknikken som nævnt temmelig kort. En stor del af de danske bladhuse skal inden for det næste ti-år udskifte deres rotationsmaskiner. Med de priser, der opereres med, vil denne fornyelse være mere, end mange bladbudgetter kan bære.

Det vil derfor efter kommissionens opfattelse være en væsentlig hjælp for dagspressen,

hvis der kan ydes særlig støtte, når bladvirksomheder indgår samarbejde om anskaffelse og drift af større tekniske anlæg. Det kan være rotationssamarbejde, samarbejde om avanceret edb-teknik o.s.v. Er der her etableret støttemuligheder som et tilbud til pressen, kan man håbe at undgå en del af den overkapacitet, der vil være til stede, og som med den ny teknik vil vokse, hvis hvert bladhus fortsat anskaffer og driver sine egne tekniske anlæg.

Man fandt, at en forøgelse af finansieringsinstituttets bevillingsramme med 3 mio.kr. årligt ville give den ønskede mulighed for at fremme initiativer i retning af strukturrationalisering.

Det er under drøftelsen af dette spørgsmål nævnt, at erfaringerne viser, at det ikke altid er muligt for navnlig mindre blade at finde en samarbejdspartner, selv om de gerne vil undgå at anskaffe egen teknik. Det må derfor også indbygges i præmieringen, at den kan udløses, når man derved kan skaffe andre, eventuelt nystartede blade, produktionsmuligheder gennem samarbejde med en anden virksomhed. Samtidig bør det være muligt at inddrage andre trykte medier end dagblade, f.eks. fagbladene og distriktsbladene, i planerne for en sådan strukturrationalisering.

Under drøftelsen af disse problemer har man overvejet de muligheder, der er for at give støtte via finansieringsinstituttet til andre end de dagblade, der i dag udgør medlemskredsen. De eksisterende regler giver muligheder for at yde støtte til blade, der ikke er medlemmer, og der har under kommissionens overvejelser været udtalt sympati for, at støttemulighederne udvides til dagbladslignende publikationer, der ikke opfylder alle de kriterier, som er indeholdt i DDFs definition på et dagblad (s. 109). Navnlig er der peget på, at det ville være hensigtsmæssigt, om kravet om udgivelseshyppighed reduceres, så der bliver mulighed for, at nye typer afblade, som indholdsmæssigt er at ligne ved de traditionelle dagblade ville kunne få støtte.

Medlemskab af finansieringsinstituttet er en forudsætning for at kunne nyde godt af instituttets kautionsmuligheder. Det hænger sammen med, at kautionsmidlerne delvis er tilvejebragt gennem bladenes egne indbetalinger.

Under kommissionens drøftelser blev spørgsmålet rejst, om andre end de egentlige dagblade, f.eks. nye blade (se ndf. s. 98ff) og dagbladslignende publikationer kunne optages som medlemmer. Det er oplyst, at medlemskab i princippet forudsætter indbetaling af bidrag tilbage til 1970, men at instituttet anvender en lempelig praksis. Det årlige medlemsbidrag for et middelstort dagblad (en såkaldt gruppe-III-avis) er ca. 8.000 kr.

Det nævntes i kommissionen, at muligheden for medlemskab kunne indbygges i den etableringsstøtte, som også indgår i Mediekommissionens overvejelser og forslag (se ndf. s. 98 og s. 110f). Endelig pegedes på, at kautionsproblemet kunne løses ved, at kaution til ikke-medlemmer af finansieringsinstitutet kunne ydes på basis af den del af kautionsmidlerne, der er tilvejebragt via statens garanti.

Kommissionen har i denne sammenhæng holdt sig til at drøfte dagbladslignende publikationer i forbindelse med Dagspressens Finansieringsintitut. Magasinpressen og distriktsbladene vil antagelig til tekniske investeringer kunne få finansieringsstøtte ad andre kanaler, der står åbne for håndværk og industri.

Det er klart, at en særlig støtte til strukturrationaliserende foranstaltninger ikke kan ydes automatisk. Den forudsætter en granskning og vurdering af de planlagte initiativer. Støtten skal tilrettelægges og bruges som et redskab til at stimulere interessen for frivilligt at foretage den strukturrationalisering og gennemføre de former for teknisk samarbejde, som kommissionen har efterlyst. Det forudsætter en ekspertise og en sekretariatsmæssig kompetence, som Dagspressens Finansieringsinstitut efter kommissionens opfattelse er i besiddelse af.

7.3.4 Nødhjælpsordning

Mediekommissionen har ved gennemgangen af de trykte mediers økonomiske problemer drøftet den situation, som allerede er set, og som kan frygtes at dukke op hyppigere i fremtiden: At en række bladvirksomheder tvinges til at lukke på grund af akutte likviditetsvanskeligheder, eller fordi kreditorerne føler sig tvunget til at indgive konkursbegæring.

Undertiden vil en sådan lukning formentlig kunne undgås, hvis der kunne gives støtte eller garantier for en kort periode, så virksomheden får tid til at færdiggøre en reorganiseringsplan og undersøge mulighederne for en gældssane-

ring. Hjælpen skal hindre lukninger, som kunne have være undgået, hvis der havde kunnet skaffes økonomisk sikkerhed for en tidsfrist.

Hermed har kommissionen ikke tænkt på, at der skulle ydes hjælp, som blot betyder en udsættelse af en uundgåelig lukning. Der skal ikke sættes penge i virksomheder, hvis situation er håbløs. Hensigten er en hjælp af forbigående karakter. Der skal kunne frigøres midler, så et blad far en tidsfrist, hvor bl.a. lønninger kan sikres udbetalt, med henblik på at søge planer om en videreførelse gennemført.

Man har drøftet, på hvilket tidspunkt og i hvor lang en periode en sådan nødhjælp skal sættes ind. Det er nævnt, at hjælpen skal ydes, når en betalingsstandsningssituation opstår. I så fald vil den ydede støtte høre til blandt de såkaldte 'sekundære massekrav' og have en højt placeret sikkerhed ved en eventuel senere likvidation, trods nødhjælpen. Betalingsstandsningsinstituttet har netop til formål at skaffe et pusterum i indtil 5 måneder plus evt. yderligere 3 uger.

Hertil er sagt, at nødhjælpen netop skulle medvirke til at forhindre en situation med betalingsstandsning. Indsatsen må derfor komme før. Det blev også anført, at de ca. 6 måneder, der gælder ved betalingsstandsning var en hensigtsmæssig periode for nødhjælpen. Andre mente, at denne periode var for kort og burde være væsentlig længere.

Under drøftelserne er nævnt, at det ikke er rimeligt, at en nødhjælpsordning stiller dagbladenes kreditorer bedre end det er tilfældet for kreditorer i andre virksomheder, der kommer i vanskeligheder. Betalingsstandsning og videreførelse efter en reorganisering kan også være en mulighed for et dagblads fortsættelse på nye vilkår.

Hertil er sagt, at meningen med nødhjælpen først og fremmest er at sikre, at en ikke nødvendig definitiv lukning udløses. Balancen mellem betalingsstandsning, tilførsel af midler under en nødhjælpsordning m.v. må vurderes i hvert enkelt tilfælde, hvor en truende situation foreligger, med henblik på at afgøre, om og i givet fald hvordan en lukning kan undgås og en reorganisering gennemføres.

Samtidig drøftedes, om en nødhjælpsordning skulle omfatte både små og store blade. Det bemærkedes, at det ikke ville være muligt at udsondre og afskære blade fra hjælp, som selvforskyldt var kommet i vanskeligheder. Men den mulighed nævntes, at støtten blev forbeholdt små og mellemstore blade op til et oplag på omkring 50.000. De største blade burde efter denne betragtning ikke med under en nødhjælpsordning. Deres økonomi og størrelsen af et eventuelt engagement gør dette uhensigtsmæssigt.

Der har i kommissionen være udbredt sympati for tanken om en nødhjælpsordning. Der er dog under drøftelserne peget på, at en sådan speciel kriseordning for pressen kan udløse tilsvarende ønsker fra andre erhvervsgrene. Dette kan ikke afvises, men hvis man vil acceptere, at dagspressen spiller en særlig, uundværlig rolle i samfundet, er der her en vej til at hjælpe den til overlevelse, som ikke er permanent, og som ikke kræver meget store beløb.

Et vigtigt moment i denne forbindelse er, at det ikke vil være rimeligt ved en nødhjælpsordning at støtte et dagblads civiltrykkeri. Blandingen af hoved- og biaktiviteter vil her skabe vanskeligheder, og den nedenfor nævnte regnskabsindsigt (s. 97) vil være en forudsætning for, at civiltrykket kan isoleres, og at det kan sikres, at hjælpen virkelig gives alene til hovedaktivitetens chance for overlevelse.

Det er dog tilføjet, at en skarp afgrænsning mellem bladtryk og andre trykopgaver ikke vil være mulig, når et blad skal vurderes i forbindelse med støtte til nødhjælp. Den økonomiske forbindelse mellem indtægter fra blad- og trykvirksomheden vil gøre det nødvendigt at medtage begge funktioner i beregningerne. Men hensigten med nødhjælpen skal under alle omstændigheder være at bidrage til en sikring af bladudgivelsen og ikke på længere sigt at styrke virksomhedens konkurrenceevne på andre trykområder.

Det er ved kommissionens behandling af sagen fremhævet, at en 'katastrofefond', som den er kaldt i drøftelserne, ikke må få en form, så støtte fra den uden videre kan påregnes. Man må ikke kunne indregne forventet støtte i de overvejelser og dispositioner, som ligger forud for, at et bladhus kommer i krise med trussel om lukning.

I den forbindelse har der været udtrykt bekymring for, at selve tilstedeværelsen af muligheden for nødhjælp alligevel ikke kan undgå at påvirke de økonomiske dispositioner på bla-

dene og hos deres långivere. Det blev sagt på den måde, at en nødhjælp ikke ville blive en støtte til bladvirksomhederne, men til deres bankforbindelser.

Dette opfattedes af andre som en mere formel betragtning, og det tilføjedes, at netop denne tankegang kune tale for en nødhjælpsordning. Mange pengeinstitutter behandler og har gennem de senere år behandlet dagblade langt mere lempeligt end andre kunder. Det sker netop for at hindre bladlukninger, skønt almindelige, økonomiske hensyn ville tale for en sådan lukning.

Det blev tilføjet, at dermed løber en i den sammenhæng tilfældig kreds af mennesker en betydelig risiko ved at løse et problem, som i virkeligheden ud fra en pressepolitisk overvejelse er et samfundsanliggende. Derfor vil det være helt rimeligt, at der tilrettelægges en særordning med den skitserede nødhjælp gennem lovgivningen.

En eventuel krisestøtte kan kun gives efter granskning af hvert enkelt tilfælde og kun for en begrænset periode. Der kan ikke vaere tale om automatisk udløsning af støtten, og der skal ikke ydes bidrag til virisomheder, hvis situation er håbløs. Derfor forudsætter den også fuld regnskabsindsigt over for det truede blad.

Der har været en del diskussion i kommissionen af, hvor store midler det vil være nødvendigt at reservere til en sådan nødhjælpsordning. Der er peget på, at der kan blive tale om endog meget store beløb, mens andre har ment, at beløbsrammen vil være til at overskue. En begrænsning til blade med et oplag ikke over 50.000 og kravet om, at nødhjælpen kun kan udløses af en realistisk overlevelsesplan, vil sætte en grænse for de nødvendige beløb.

Der er henvist til, at der allerede i Dagspressens Finansieringsinstitut findes midler, som ville kunne anvendes til formålet. Der er i instituttet opsamlet en egenkapital på ca. 30 mio. kr. Renterne af denne kapital kunne tænkes delt, så de 2/3 afsattes til en særlig fond til driftskreditter af nødhjælpskarakter.

Den konkrete vurdering af de enkelte ansøgninger forudsætter et sagkyndigt skøn, og der vil ved nødhjælpsordningen være tale om egentlig driftsstøtte til et bestemt blad. Kritikerne af den direkte pressestøtte i kommissionen har dog fundet en sådan ordning acceptabel, fordi den er af begrænset varighed og har det klare formål at hindre en bladlukning, som efter en almindelig forretningsmæssig vurdering kunne undgås. Desuden er peget på, at en nødhjælp som den foreslåede bygger på den tanke, at man vil sikre en udnyttelse af allerede foretagne omfattende investeringer, som ellers vil være tabt og med dem et dagblad.

Vurderingen kræver som nævnt en betydelig indsigt. Der har i kommissionen været udtrykt tillid til, at en sådan sagkundskab findes eller vil kunne etableres i Dagspressens Finansieringsinstitut. Dette er væsentligt, fordi det må forudses, at der kan blive tale om pålæg og krav til de blade, der skal modtage nødhjælp. I instituttet er der også oparbejdet rutiner med hensyn til en effektiv sagsbehandling, som vil kunne udnyttes ved tildelingen af nødhjælpsmidler.

I denne sammenhæng er det i kommissionen nævnt, at når det offentlige på denne måde skal træde **til,** må det medføre, at regnskabsindsigten ikke bare åbnes for det organ, der skal tage stilling til støtten, men at den bliver offentlig. Flere medlemmer af kommissionen har den principielle opfattelse, at dagbladsregnskaber og oplysninger om ejerforhold, ledelsesforhold m.v. principielt bør være offentligt tilgængelige under hensyn til dagspressens offentlige betydning og i lyset af de indirekte statstilskud, pressen modtager. Det har været en udbredt opfattelse i kommissionen, at en forudsætning for, at blade kan modtage støtte som præmiering for strukturrationalisering (se ovf.) og katastrofehjælp, er, at oplysninger om regnskaber og ejerforhold bliver offentligt tilgængelige.

Flere har talt om, at det principielt er væsentligt under alle omstændigheder at sikre grundig indsigt i dagbladenes regnskaber og deres ejer- og ledelsesforhold. Det følger alene som en rimelig konsekvens af de betydelige indirekte tilskud, der allerede i dag tilføres pressen. Danmark er, sammenlignet med mange fremmede lande, ikke særlig langt fremme på dette område.

Det nævntes, at der naturligvis i dette spørgsmål er en sammenhæng med aktieselskabsloven. Men den mulige indsigt ad den vej er vanskelig og ufyldestgørende. Derfor bør den lettes.

Flere medlemmer ytrede dog det synspunkt,

at den indsigt, der allerede gennem aktieselskabs- og anpartsregistre er til stede, er fuldt tilstrækkelig. Desuden er den åbenhed, der har udviklet sig omkring de fleste dagblades regnskaber så omfattende, at indsigten er tilstrækkelig og næppe ved lovgivningsinitiativer vil kunne øges væsentligt. Det nævntes også, at krav om øget indsigt næppe i praksis ville gavne ret meget ud over den indsigt, der allerede er til stede, fordi regnskabsoplysninger altid vil kunne gives en vis uigennemsigtig karakter netop på områder, hvor detailindsigt efterstræbes.

Desuden fandt flere medlemmer det betænkeligt at give dagbladsvirksomhederne en ugunstigere retsstilling end den, andre virksomheder har i medfør af lovgivningen om aktieselskaber og anpartsselskaber. Andre virksomheder, der søger offentlig støtte, bliver ikke af den grund udsat for krav om en vidtrækkende indsigt for offentligheden, og oplysninger til offentlige myndigheder om regnskabs- og eventuelt budgetoplysninger vil normalt være undtaget fra retten til aktindsigt efter loven om offentlighed i forvaltningen.

Endvidere henvistes til hovedprincipperne i presselovgivningen, som sikrer omverdenen adgang til at få oplysning om, hvem der er redaktør af et periodisk skrift samt om trykkerens navn eller firma og trykkestedet. Blade, som opfylder disse 'ordensforskrifter', kan til gengæld i meget vidt omfang udnytte anonymitetsretten, da redaktøren er den ansvarlige for skriftets indhold, mens udgiveren (ejeren, aktionærerne) er ansvarsfri og som en følge heraf kan optræde anonymt over for offentligheden. Det vil være et brud på dette mere end 100-årige retsprincip, hvis denne del af anonymitetsprincippet ophæves.

Flere medlemmer lægger desuden vægt på den nære sammenhæng mellem presseloven og grundlovens bestemmelser om ytringsfrihed. Det anførtes, at detaljerede regnskaber kan indeholde oplysninger om kilder, som ellers har ret til at være anonyme, og om grundlaget for offentliggjorte eller planlagte artikler (artikelserier, kampagner m.v.), som den pågældende bladvirksomhed i medfør af den grundlovshjemlede ytringsfrihed og det presseretlige ansvarssystem har ret til at hemmeligholde over for omverdenen.

7.3.5 Planlægning og etablering af nye blade

Kommissionen har gennemgået de forsøg, der over en årrække har været gjort for at starte nye blade. Resultatet af kommissionens undersøgelse er gengivet i kapitel 4.

Erfaringerne fra forsøgene er ikke entydigt positive. Tværtimod vidner den undersøgelse, som er foretaget, om meget store vanskeligheder både i planlægnings- og etableringsfasen og under den derpå følgende drift.

Der er i kommissionen konstateret en betydelig interesse for at lette oprettelsen af nye blade. Det er en af vejene til at gøre bladmønsteret mere alsidigt og skaffe nye stemmer i pressekoret. For mange i kommissionen har der været en erkendt sammenhæng mellem dette spørgsmål og tanken om en nødhjælpsordning for den etablerede presse. Det ene initiativ stiler mod at stabilisere det eksisterende bladmønster, det andet mod at øge dets alsidighed.

Naturligvis smitter de generelt vanskelige vilkår, som også den mere etablerede del af pressen har været udsat for, af på overlevelsesmulighederne for nye blade, men en del af årsagerne er knyttet til de nye blades særlige vilkår. Som gennemgående træk i de registrerede erfaringer kan nævnes, at planlægningen af udgivelsen af et nyt blad ikke synes at have været tilstrækkelig, at kapitalgrundlaget for iværksættelsen af bladprojekterne har været utilstrækkeligt, at lanceringen af projektet har været vanskeliggjort af en række årsager, hvoraf nogle naturligvis har rod i det manglende kapitalgrundlag. Dertil kommer, at for de dagbladslignende publikationers vedkommende har driften i vid udstrækning været baseret på ulønnet arbejdsindsats.

Den ny teknik skulle i princippet gøre det lettere og billigere at oprette nye blade. Men erfaringerne fra de forsøg, der er gjort, viser, at det ikke er tilstrækkeligt med de tekniske muligheder. Kommissionen har drøftet muligheden for støtte til igangsættelse af nye blade og har her ikke blot talt om dagblade, men også om blade af dagbladslignende karakter. I vore nordiske nabolande findes et stort antal aviser, som kun udkommer 2-3 eller 4 gange om ugen, mens vi her i landet normalt regner med, at et dagblad skal udkomme 3-5 gange om ugen.

Man kan forestille sig, at blade med en lavere udgivelsesfrekvens også kunne slå igen-

nem herhjemme. I forvejen er der eksempler på dagbladslignende publikationer, der udkommer en gang om ugen, hver anden uge eller en gang om måneden.

I kommissionen blev fremlagt et forslag om at anbefale, at der under visse betingelser gives offentlige tilskud til planlægnings- og etableringssøtte, men ikke til driftsstøtte til nye blade. Støtten skulle bl.a. kunne gives til konsulentbistand, og den skulle gives i en afgrænset, men tilstrækkelig lang periode til at være effektiv.

Det nævntes, at betingelserne for at få støtte til planlægning og igangsætning burde være

1) at bladene indholdsmæssigt må have en almen karakter, herunder eventuelt også fagblade med et alment indhold, samt at de skal sælges,
2) at de støttede projekter skal være uafhængige af de i forvejen eksisterende bladhuse,
3) at etableringsstøtte almindeligvis kun gives under forudsætning af, at der ikke investeres i ny trykteknik. Denne betingelse kan eventuelt udvides til at gælde andre tekniske faciliteter.

Det understregedes dog, at kravene om ikke at etablere egen teknik må administreres med en vis smidighed. Det kan ellers i visse tilfælde rejse urimelige hindringer for nye bladinitiativer.

Under drøftelsen nævntes, at konsulentbistand ved planlægningen af nye blade ville være en væsentlig ting at støtte. I en række tilfælde ville tilskud til finansieringen af en projektgruppe dog sikkert være en bedre vej at gå.

Under alle omstændigheder må man efter fleres opfattelse skelne mellem planlægnings- og etableringsfasen. Endelig kan det overvejes, om støtten i de to faser skal gives i form af lån, tilskud eller som garanti. Man kunne således tænke sig, at planlægningsstøtten blev givet som et egentligt tilskud, mens etableringsstøtte kunne gives i form af garantier eller lån, der tilbagebetales, hvis projekter lykkes.

Ikke alle kommissionsmedlemmer kunne støtte tanken om planlægnings- og etableringsstøtte. Det nævntes, at man kunne påføre lokale aviser en ubillig konkurrence og retablere den situation med to eller flere aviser i et lokalområde, som erfaringen havde vist er vejen til konkurrence og bladdød. Tanken blev karakteriseret som ressourcespild, baseret på forestillinger om et samfund, ikke mindst hvad angår løn og omkostningsniveau, som hører fortiden til. Hertil føjedes, at en planlægnings- og etableringsstøtte ville kræve, at der stilles endog meget store beløb til rådighed. Endelig udtryktes frygt for, at statens engagement ville være en risiko for en indblanding i, hvilke typer af blade der kunne sættes i gang.

Her over for anførtes, at der skulle være tale om hjælp til selvhjælp. Tanken er ikke at finansiere et hvilket som helst projekt, og der er heller ikke tale om fuld finansiering af projekterne. Staten skal ikke dække hele etableringen, men give tilskud i etableringsfasen.

Dertil kommer, at man må forudsætte en forretningsmæssig bedømmelse af projekterne, med hensyn til både omkostnings- og markedsmuligheder, målt på bladets målsætning. Desuden vil en bevillingsgrænse sætte en øvre grænse for det antal projekter, der kan støttes.

Man fandt det i den forbindelse rimeligt, at der afsattes 3 mio.kr. årligt til planlægningsstøtte og 4 mio.kr. til etableringsstøtte. Hertil burde føjes en garantikapital på 10 mio. kr.

Støttebeløbene er anslået ud fra den overvejelse, at der højst vil være tale om seks kvalificerede projekter, der årligt kan komme på tale til planlægningsstøtte. Det vil give et beløb på i hvert fald kr. 500.000 pr. støtteværdigt projekt.

Af disse seks projekter skønnes højst to at nå frem til etableringsfasen. Der vil da være 2 mio.kr. til hvert af projekterne. Det forudses, at der højst kan gives tilskud til 30% af de samlede etableringsudgifter.

Det fremhævedes, at hvis der ikke tages initiativer til at støtte etableringsforsøg for nye blade, sker der ingen ændring i retning af en større mangfoldighed i bladmønstereret. Denne mangfoldighed kan tænkes skabt både nationalt, lokalt og ideologisk/partipolitisk. F.eks. vil det ved en vurdering af et projekt være rimeligt at vurdere den lokale situation, evt. monopolsituation, et nyt blad skal fungere i. Men afgørende er, at et bladprojekt ikke sættes i gang, før planerne er godkendt, og bladet skønnes levedygtigt.

Der har i kommissionen været tilslutning til den tanke, at en planlægnings- og etableringsstøtte mest hensigtsmæssigt kan forvaltes af Dagspressens Finansieringsinstitut. Her har

man mulighed for at etablere de sekretariatsfunktioner, der vil være en forudsætning for en kvalificeret vurdering af nye bladprojekter.

Det påpegedes, at det måske ikke ville være hensigtsmæssigt at lade bestyrelsen for Dagspressens Finansieringsinstitut administrere en bevilling til etablering af nye blade. Det kunne tænkes at give interessekonflikter mellem repræsentanter for det bestående bladsystem og de ønsker, der rejses om nye bladinitiativer.

Derfor blev det foreslået, at disse midler skulle henlægges til en særlig afdeling af finansieringsinstituttet med en selvstændig bestyrelse, hvor der er samlet drifts- og bladøkonomisk, journalistisk, markedsmæssig og teknisk kompetence. Sekretariatsfunktionen kunne være fælles for de to afdelinger af finansieringsinstituttet og udnytte den ekspertise, der findes i Finansieringsinstituttet for Industri og Håndværk.

Med henvisning bl.a. til de regler, der gælder for administrationen af filmstøtten, udtryktes ønske om en rotationsordning for en uafhængig bestyrelse, der skulle administrere planlægnings- og etableringsstøtten. Det ansås for vigtigt, at kriterierne for støtte administreredes fleksibelt og ikke fastlåstes. Derfor burde medlemskab af bestyrelsen efter dette synspunkt være tidsbegrænset.

Andre har fundet det mindre hensigtsmæssigt med flere bestyrelser i finansieringsinstituttet. Man fandt, at en bestyrelse med den nuværende sammensætning fuldt ud vil være i stand også at varetage denne nye opgave. Ydermere vil det statslige tilsynsråd ved finansieringsinstituttet kunne bruges som appelinstans, hvis man skulle have formodning om, at interessekonflikter eller andre uvedkommende hensyn har påvirket beslutningerne.

7.3.6 Momsfritagelse

Kommissionens overvejelser over momsfritagelsens konsekvenser og omfang for den trykte presse har taget udgangspunkt i, at momsfritagelsen nu udgør et beløb på ca. 400 mio. kr. om året. Enten man betragter den som et indirekte tilskud til dagspressen eller som en støtte til dagbladslæserne, vil en ophævelse af ordningen være en katastrofe for dagspressen.

På den anden side er det klart, at ordningen i kraft af momsens størrelse har betydning for strukturen i den trykte presse. På dagbladssiden medfører den en fastlåsning, mens den kan opfordre magasinpressen til en omlægning. Eksempelvis kan billed-ugebladene, der bringer meget aktuelt stof og har korte produktionstider, blive tvunget til overvejelser over en lidt ændret redaktionel udformning, men navnlig et mere avislignende udseende for at undgå momsen.

Det er tydeligt, at Momsnævnets fortolkning af avisbegrebet er snævrere, end mange i Mediekommissionen finder rimeligt. Det er derfor et fra mange sider støttet ønske i kommissionen, at der skaffes større klarhed og entydighed i afgørelserne om momsfritagelse. Den ændring af forudsætningerne for momsfritagelse, som Momsnævnet har besluttet efter udvidelsen i 1981 af momslovens fritagelsesbestemmelse til at omfatte aviser, der normalt udkommer med mindst ét nummer månedligt, har dog klargjort avisbegrebet i forhold til fagpressen og uge- og magasinpressen.

Kommissionen har overvejet, om det bør anbefales, at andre publikationer end aviser fritages for moms. For distriktsbladene er en momsfritagelsen af begrænset værdi, fordi langt de fleste af disse blade uddeles gratis. For de tidsskrifter og fagblade, der uddeles gratis til organisationsmedlemmer, vil en momsfritagelse heller ikke betyde noget. Men for fagblade i abonnement vil det spille en rolle, og det må forudses, at et voksende antal fagblade vil blive nødt til at tage penge for bladene.

Magasinpressen vil, som den selv stærkt har understreget i kommissionen, gennem en momsfritagelse være bedre sikret over for konkurrencen fra udenlandske blade, der er helt eller delvis momsfritaget. Det er i den forbindelse påpeget, at det ikke er rimeligt, at den danske magasinpresse er momsbelagt, når man i andre EF-lande helt eller delvis fritager denne gruppe for moms. I dansk sammenhæng kan det ikke afvises, at der er tale om en negativ særbehandling af magasiner og den fagpresse, der sælges, at kun aviser er fritaget for moms.

Hertil føjedes under kommissionens overvejelser dog det synspunkt, at bøger ikke er fritaget for moms, og at licensen til Danmarks Radio er belagt med moms. Det blev derfor påpeget, at et forslag om en udvidelse af momsfritagelsen kunne udløse en ganske omfattende debat, og at et forslag herom i hvert fald måtte

ses i sammenhæng med bogmomsen og licensmomsen.

Endvidere nævntes EF's ønsker om harmonisering af momssatser. Det anførtes, at avisers fritagelse for moms derved kan trues, og man mente, at man lettere i den situation ville kunne fastholde momsfritagelse for aviser, hvis fritagelsen ikke udvidedes til andre publikationer.

Til disse overvejelser føjedes det synspunkt, at det måtte være principielle synspunkter om at støtte den ene eller den anden mediegruppe, og ikke paralleliseringer med bogmomsen, der skulle være afgørende for en momsfritagelse. Man kunne f.eks. støtte ting, der ikke ville udkomme af sig selv, gennem momsfritagelsen. Det er et synspunkt, der eksempelvis kan anlægges på fagblade, der bliver nødt til at opkræve betaling. Der udtryktes ønske om, at spørgsmålet om momsfritagelse som kultur- og mediepolitisk virkemiddel blev taget op til behandling på tværs af mediegrupperne.

7.3.7 Distribution

Der har i Mediekommissionen været enighed om at pege på distributionsomkostningerne som et af de trykte mediers alvorligste økonomiske problemer. Den fortsatte stigning i disse udgifter kan få meget alvorlige følger for en række dagblade. Navnlig fra magasin- og fagpressen er fremhævet, at de må ønske ligestilling for avisportoens vedkommende med dagspressen. Lignende synspunkter er fremført fra dagbladslignende publikationer.

Abonnementssystemet står og falder med, at distributionsudgifterne kan holdes i ave. De reducerede portotakster er en livsbetingelse for et betydeligt antal dagblade, både lokale dagblade og de mindre landsdækkende dagblade med abonnementer spredt over hele landet. Kommissionen har derfor i fuld enighed konstateret, at en ændring i portopolitikken vil være livstruende for store dele af pressen.

Yderligere ændringer i postvæsenets servicenuveau kan have de samme følger. F.eks. vil en afskaffelse af lørdagsomdelingen være katastrofal for en række blade. I det hele taget har det vakt bekymring i kommissionen, at de vitale distributionsproblemer i så vidt omfang er forbundet med udviklingen i postvæsenets service. Det er nævnt, at udviklingen af elektronisk post og navnlig et eventuelt bortfald af ekspeditionen af alle økonomiske transaktioner via postvæsenet kan ændre dettes arbejdsvilkår stærkt. I så fald vil alle trykte mediers situation blive stærkt forringet.

Kommissionen er opmærksom på, at postvæsenet af flere grunde ønsker balance i sine regnskaber og derfor gerne ser enten, at avisportoen ajourføres, eller at der på regnskabet figurerer et beløb til udligning af de reducerede portotakster. Disse regnskabstekniske aspekter er mere indgående omtalt ovenfor (s. 76f), og der har i kommissionen været enighed om at pege på de følger af en ajourføring af taksterne, som er nævnt ovenfor, og som er uddybet i betænkning 911 om Dagspressens Distributionsforhold.

Samtidig er det fra flere sider i kommissionen fremhævet, at den gamle strid om beregningsprincipperne for avisportoen vil ophøre med de nye regnskabsprincipper, der agtes indført.

Det understregedes i kommissionen, at spørgsmålet om posttaksterne også må ses i forhold til den fremtidige udvikling i bladmønsteret. Nye bladtyper, eventuelt sådanne som udvikles i kraft af den foreslåede støtte til planlægning og etablering (s. 98ff), bør også sikres mulighed for at nyde godt af de reducerede portotakster.

Det nævntes, at der måtte være sammenhæng i de pressepolitiske initiativer, så man ikke på den ene side med offentlige midler satte nye blade i gang og på den anden side undlod at sikre dem adgang til de eksisterende særordninger efter etableringen. Nye blade ville have brug for et ekstra lift efter etableringen.

Man foreslog derfor, at nye bladinitiativer fik samme favorable portovilkår som dagspressen, uanset udgivelseshyppigheden. Det nævntes, at reglen eventuelt kunne være den, at momsfritagne publikationer automatisk fik adgang til postdistribution til samme takst som dagbladene.

Et sådant kriterium ville være let at administrere og ville skabe lige vilkår for ensartede bladtyper. Det tilføjedes, at en sådan ordning økonomisk ville være overkommelig, eftersom antallet af momsfritagne skrifter er begrænset, og det må forudses, at antallet af nye bladinitiativer under alle omstændigheder vil blive meget beskedent.

Andre medlemmer af kommissionen vendte sig mod denne tankegang. De henviste til, at alle posttakster for trykte medier er reduceret i forhold til de almindelige portotakster, og at denne afstand allerede nu fastholdes. Deri ligger et indirekte tilskud til alle blade, gradueret efter deres udgivelseshyppighed, og heri afspejles de varierende omkostninger ved omdelingen af forskellige bladtyper. Dette må anses for en rimelig og let administrerbar ordning for den indirekte støtte via posttaksterne.

I betænkningen 'Dagspressen Distributionsforhold' fremsattes et forslag om via distributionsstøtte at styrke abonnementssystemet. Dette forslag er taget op i Mediekommissionen.

Der har i kommissionen været udbredt tilslutning til distributionsudvalgets konklusioner vedrørende distributionsudgifterne. Udvalget konkluderede, at tendensen til vækst i distributionsomkostningerne især rammer abonnementssystemet, og at udviklingen kan blive en risiko for opretholdelsen af dette system. Udbringningen af dagblade til læsernes bopæl anses for at være en nødvendig forudsætning for opretholdelsen af et stabilt salg af bladene.

Desuden pegede distributionsudvalget på, at de mindste dagblade har haft den procentvis stærkeste stigning i distributionensomkostningerne. Det fremhævedes, at specielt de små, landsdækkende dagblade med de lange distributionsveje var tynget af distributionsudgifterne og ville have svært ved at overleve stigninger i disse udgifter, som må ventes at blive sat yderligere i vejret af de almindelige omkostningsstigninger i postvæsenet.

På denne baggrund fandt mange medlemmer af kommissionen sympati for tanken om, at staten skulle stille penge til rådighed til kompensation for de stigende distributionsomkostninger. Adskillige mente, at det ville være nødvendigt at stille midler til rådighed både til en generel støtte til alle avisabonnementer og til en yderligere selektiv støtte til de små abonnementsblade med de lange distributionsveje.

Andre var bekymrede ved en generel støtte dels ud fra en kritisk stilling til generel pressestøtte i almindelighed, dels fordi en sådan ordning ville føre til, at aviser, som ikke havde behov herfor, fik tilført betydelige støttemidler. Desuden pegedes på, at en samlet generel og selektiv distributionsstøtte, hvis den skulle have effekt, ville forudsætte meget store støttebeløb. Et beløb på 36 mio. kr. nævntes, og mange fandt det betænkeligt, henset til den almindelige statsfinansielle situation at fremsætte et forslag af den karakter.

Modstandere af tanken om distributionsstøtte pegede på de nævnte, efter deres mening, ganske uacceptable følger af en generel støtteordning. Endvidere fandt de, at den specielle del af støtten kun ville komme et forholdsvis begrænset antal aviser til gode. Der ville ikke være nogen garanti for, at det netop var dem, der var særligt økonomisk effektive til at tilrettelægge deres distribution. En anden anke mod forslaget var, at det kunne påføre de lokale provinsaviser en øget konkurrence fra de landsdækkende aviser.

De medlemmer af kommissionen, der var positive over for en distributionsstøtte, fandt imidlertid, at der, i fortsættelse af distributionsudvalgets udredning, var behov for en sådan støtte. Der er og kan efter disse medlemmers opfattelse udvikle sig et yderligere behov for en generel støtte til abonnementssystemet. Dog fandt man, at de mest akutte problemer knyttede sig til de lange distributionsveje, og man mente, at det i hvert fald i første omgang ville være hensigtsmæssigt at anbefale foranstaltninger på dette område.

Man drøftede forskellige muligheder for at konstruere en sådan støtte., så den i videst muligt omfang byggede på kriterier, der både var objektive og sikrede, at hjælpen nåede de udsatte blade. Grænser for oplagstal og procenttal for spredning af fjernsalget viste sig at være uhensigtsmæssige mål at lægge til grund for en ordning. Derimod fandt man, at en støtte til abonnementer, spredt ud over et bestemt antal bladkredse, ville være en rimelig fremgangsmåde. Man fandt, at abonnementer spredt ud over de tre nærmeste bladkredse i forhold til udgivelsesstedet, d.v.s. udgivelseskredsen og yderligere to kredse, burde støttes.

Opmærksomheden henledtes på, at begrebet bladkredse kan have karakter af en vis tilfældighed, fordi det er bestemt af dagbladenes spredning. Man fandt dog, at bladkredsene var et brugbart grundlag at bygge en ordning på, og det understregedes, at det forslag, man opstillede (s. 112), nok skulle ses i relation til og dets praksis fastsættes ud fra de eksisterende

bladkredse (se bilag 16), men at det væsentlige var at fastlægge et rimeligt princip for støtte til de vidt spredte abonnementer.

Tilhængerne af en sådan ordning var enige om at anbefale, at administrationen af ordningen med fordel kunne henlægges til Dagspressens Finansieringsinstitut. Her findes den nødvendige sagkundskab, og man så ingen grund til at oprette yderligere administrative organer på området.

Under kommissionens drøftelse af distributionsproblemet fremhævedes, at distributionen aftrykte medier har et beskæftigelsesaspekt ud over beskæftigelsen i brancherne selv. Der refereres med dette til den ganske omfattende beskæftigelse af bude og bladhandlere, beskæftigelse i distributionscentraler, beskæftigelse i den grafiske industri med produktion af fagblade o.s.v. Væsentlige ændringer i mediemønsteret eller ændringer i distributionsvilkårene vil gribe stærkt ind i dette beskæftigelsesmønster.

Endelig har kommissionen i forbindelse med distributionsproblemerne berørt teletaksternes betydning for medierne. I udlandet findes eksempler på, at man har særlige, lave teletakster for medierne. I Danmark har der ikke været tradition herfor, men principielt kunne man udmærket tænke sig, at der gennem moderate teletakster gives medierne en indirekte støtte. Det ville svare til den støtte., der ydes over de moderate posttakster.

Bl.a. ville det være en økonomisk fordel, hvis Ritzaus Bureaus tjenester kunne distribueres via det offentlige telenet.

7.3.8 Annonceudligning

Som nævnt tidligere i betænkningen (s. 82f) spiller annonceindtægterne og bevægelsen i dem en helt afgørende rolle for dagspressens økonomi. En betydelig del af vanskelighederne stammer fra vigende annonceindtægter, og en del dagblade er desuden karakteriseret ved, at deres indtægter fra annoncesalg generelt er betydeligt lavere end gennemsnittet i dagspressen. Disse blade er naturligvis specielt økonomisk sårbare.

Med udgangspunkt i disse kendsgerninger er der i kommissionen fremlagt et konkret forslag til en selektiv, direkte pressestøtte i form af en supplering af annonceindtægter med offentlige tilskud. Ideen bag forslaget er, at annonceindtægterne plus en eventuel statsstøtte skal udgøre en vis procentdel af de samlede indtægter fra bladsalg og annoncesalg.

Der tages i forslaget ikke hensyn til indtægter fra biaktiviteter. Forholdene på dette område varierer så stærkt fra bladhus til bladhus, at det anses for ugørligt at indregne dette i et støtteforslag, der ikke får slagside. Der er heller ikke taget hensyn til, om bladet ejes af en koncern, der udgiver eller ejer andre medier. En støtteordning, der tog dette hensyn, ville kræve en omfattende regnskabsindsigt.

Udgangspunktet for beregningen er bladets indtægter fra salg af annoncer, abonnement og løssalg. Støtten beregnes i forhold til en procentsats, der fastsættes efter det foregående regnskabsårs gennemsnitsfordeling af annonceindtægten for samtlige dagblade, reduceret med 10%, for at støtte de blade, der ligger væsentligt under gennemsnittet.

Tager man som eksempel 1979, var gennemsnittet for annonceomsætningens andel af den samlede bladomsætning i dette år 50,4%. Den procentsats, der skulle have været anvendt til beregning af støtten i 1980 ville så være 50,4% - 10% = 40,4%. Der ville derved have været grundlag for at støtte blade med en annonceomsætning på under 40,4% af den samlede omsætning. Det offentlige tilskud skulle således sammen med annonceandelen udgøre 40,4% af de pågældende blades indtægter. Det ville i 1980 være sket for fem dagblades vedkommende, og det samlede tilskud ville have været 24 mio. kr.

Forslaget definerer de abonnementsaviser, der skal støttes, som aviser, hvoraf mindst 50% af oplaget sælges i abonnement. Derved udelukkes de store formiddagsblade, der sælges i løssalg, men som har forholdsvis lave annonceindtægter. Endvidere nævntes i debatten muligheden af at udvide forslaget til ud over de egentlige dagblade at omfatte publikationer af dagbladslignende karakter, men med en anden udgivelsesfrekvens end dagblade.

Et betydeligt antal medlemmer fandt, at forslaget om annoncekompensation krævede nøje overvejelser, før de kunne tage stilling til det. De mente, at det måtte ses sammen med en udredning af annonceproblematikken som helhed og i sammenhæng med en overordnet

betragtning af det samlede mediemønsters fremtidige udvikling.

Desuden rejstes bl.a. den indvending mod forslaget,at annonceindtægter ikke er nettoindtægter, men forudsætter en række udgifter. Det gør det vanskeligt at afgøre, om forslaget opfylder sit formål og ikke har uønskede bivirkninger. Det nævntes, at forslaget kan opfordre til at nedsætte annoncepriserne eller til at reducere investeringen i annoncetegning i bevidstheden om den støtte, der kan opnås. Derved svækkes bladenes incitament til en omkostningsbestemt drift.

Desuden pegedes på andre utilsigtede virkninger af forslaget, bl.a. at der ville opstå en konkurrenceforvridning, som også ville ramme fagblade, der i et vist omfang konkurrerer med de aviser, der kan udnytte den foreslåede støtte. Den usikkerhed, der ligger i, hvilke beløb der bliver tale om, påpegedes også. En anden anke var, at aviser med en god økonomi kunne få annoncekompensation, og at der ville være tale om en forholdsvis snæver kreds, som ad denne vej fik støtte.

Med et andet udgangspunkt anførtes, at annoncemængden ikke er et tilstrækkeligt mål på, om et blad er støtteværdigt. En støtteordning burde ikke baseres på et enkelt kriterium, og der syntes i det hele taget at ligge en statisk opfattelse af avisbegrebet bag forslaget. Efter manges vurdering vil fremtidens bladinitiativer få en 'niche-karakter'. De vil være karakteriseret ved en høj grad af målrettethed: Til et klart defineret geografisk område med deraf følgende mulighed for offentlig avertering, eller til en speciel interesse-, erhvervs- eller aldersgruppe. Også dette vil gøre avisen til et tiltrækkende annoncemedium - trods et beskedent oplag.

Disse blade vil følgelig blive holdt uden for den foreslåede støtte, selv om de er økonomisk trængende og støtteværdige, henset til deres indhold og målsætning. Det foresloges derfor, at der for nye aviser blev sat en væsentlig højere kompensationsgrænse. F.eks. kunne gennemsnitsgrænsen sættes 25% højere for nye blade med beskedent oplag, men forholdsvis høje annonceindtægter. Ved at lade kompensationsordningen opfange blade af den karakter gennem en særregel de første to eller tre år, ville de få en chance for at stabilisere sig.

Også visse praktisk betonede indvendinger fremførtes. Det blev anset for uhensigtsmæssigt at basere støttens størrelse på et kriterium, der hørte et tidligere års bladvirksomhed til, og som desuden som grundlag havde andre blades økonomi. Hertil føjedes, at det ville være vanskeligt at skaffe det tilstrækkeligt sikre statistiske materiale, fordi det hviler på Den grafiske Højskoles normtalsberegninger, som er frivillige. Bladhuse har fra tid til anden holdt sig ude af disse beregninger, og blot et enkelt stort bladhus undlader at deltage, er talmaterialet værdiløst til formålet. Det pointeredes, at forslaget derfor nødvendigvis måtte suppleres med et forslag, der gjorde det obligatorisk for virksomhederne at stille de nødvendige oplysninger til rådighed.

Hertil svaredes, at det var forholdsvis få informationer, der behøvedes, og de ville ikke være vanskelige at opnå. Det ville ikke forudsætte en mere omfattende regnskabsindsigt. I praksis ville det heller ikke betyde ret meget for resultatet, hvis et blad afviste at give oplysninger til opgørelsen af annonceprocenten.

Tilhængerne af forslaget pegede på, at det måtte anses for principielt uheldigt, hvis en avis, som i øvrigt har et trofast publikum af rimelig størrelse, må ophøre, fordi den ikke kan tiltrække annoncer. Forslaget har derfor sin styrke i, at det lægger afgørelsen af, om en avis skal overleve, hen til læserne og ikke til annoncørerne.

Det fremhævedes i den forbindelse, at en støtte byggende på annoncekompensation principielt måtte have til hensigt at styrke alsidigheden i pressemønstret. Decentraliseringen af avisfremstilling og distribution er i vor tid i defensiven, og det er den, der skal fremmes med forslaget.

Til støtte for forslaget pegedes yderligere på, at det er nemt at håndtere, og at det giver støtte til en række blade, der bidrager til alsidigheden i det samlede bladmønster. Ordningen er automatisk pristalsreguleret, idet støttebeløbene følger udviklingen i bladenes indkomster, og da der er tale om bruttotal, opfordrer forslaget bladene til at være omkostningsbevidste.

Udgangspunktet for beregningen er dagbladenes faktiske omsætning af annoncer i forhold til den samlede omsætning. Derved er der taget højde for en almindelig nedgang i branchens annonceunderlag, og det begrænser størrelsen af det offentlige tilskud. Prisforhøjelser

vil øge tilskuddet, mens prissænkninger vil reducere tilskudsbeløbet. Tilhængerne mener, at annoncernes læseværdi og den begrænsede gevinst derved vil modvirke en mulig tendens til at reducere indsatsen i annoncemarkedet eller undlade en rationalisering af annoncesalget. Forslaget opfattes derfor som et smidigt og til bladøkonomien vel tilpasset incitament til at fordele en pressestøtte.

7.3.9 Støtte til ekstraaviser

Under kommissionens drøftelse af den fremtidige pressepolitik blev fremlagt et forslag om at give støtte til at sikre en vis del af dagbladslæserne mulighed for at medsende nogle sider i et dagblad, styret af dem selv. Forslaget begrundes med, at en bedring af befolkningens informations- og ytringsmuligheder næppe for alvor kan opnås gennem statstilskud til bestemte grupper af nødstedte aviser eller ved andre udspil mod strukturudviklingen i dagspressen.

Stordriften, som udvikles i samfundet i øvrigt, vil også og bør af økonomiske grunde slå igennem i dagbladsbranchen, og derfor må der satses på at sikre, at synspunkter kan komme frem også i en struktur med få og store blade.

En defensiv strategi med at værne mindre aviser har efter dette synspunkt ikke udsigt til at lykkes i det moderne samfund. Nicher, hvorfra små grupper af borgere kan tale med hinanden, bør ikke være målet for pressepolitikken. I stedet skal der åbnes og holdes kanaler åbne i den presse, der til enhver tid kan eksistere på de givne økonomiske vilkår.

Man må derfor gå direkte til den kommunikation, folk får med aviserne. På linie med de senere årtiers udvikling i dansk journalistik hen imod større upartiskhed og åbenhed, kunne man på den måde sikre en vis større del af et dagbladspublikum adgang til selv at styre nogle af bladets sider. Forudsat at et rimeligt antal mennesker samles bag udgivelsen og yder en vis betaling for det, skulle staten træde til med et tilskud til at kompensere for afkaldet på annonceindtægter, der ville være en følge af arrangementet for det dagblad, som skulle stille sig til rådighed som 'bærer'.

Konkret indebærer forslaget: En tiendedel af et dagblads læsere skal kunne oprette en læserforening til at foranstalte og bestyre udsendelsen af en annonceløs ekstraavis, distribueret som et følgeblad til dagbladets læsere (eller en geografisk afgrænset del af disse). Læserforeningens styrelse ansætter en ansvarlig redaktør samt andet redaktions- og administrationspersonale til ekstraavisens drift og slutter kontrakt om dets tekniske fremstilling på almindelige betalingsvilkår i dagbladets trykkeri eller andetsteds. Driften finansieres ved, at foreningens medlemmer betaler en overpris på 50% af abonnementsafgiften til dagbladet og ved, at en statslig avisfond indskyder et tilsvarende beløb.

En økonomisk beregning af forslaget er særdeles vanskelig at gennemføre, fordi det er umuligt at overskue, i hvor stor udstrækning, læserne vil benytte sig af den foreslåede mulighed, og de offentlige tilskud vil være bestemt af denne interesse. Dog pointeres det ved fremlæggelsen af forslaget, at tilskuddet er begrænset til de 10% af en læserforening.

Ordningen tilstræber at styrke og udbygge dagspressen som redskab for dansk folkestyre uden at bringe dens hævdvundne frihed i fare. Forslaget indeholder følgende elementer:

1. Det vil give mulighed for at alle noget større menings- og interessegrupper igen kan få åbnet egen informationskanaler, hvormed de kan supplere og korrigere dagbladenes nyhedsformidling og ordskifte.
2. Kanalerne vil åbnes til et bredt og alment publikum - ikke bare til meningsfæller - så både afsendere og modtagere vil blive inddraget i en informations- og meningsudveksling.
3. Kanalen åbner sig kun for grupper af en vis størrelse Det indebærer en stærk spore til mindre grupper om at samle sig omkring visse hovedsynspunkter og ikke forfalde til sekterisk kværulanteri.
4. Bare det, at der gives en overkommelig mulighed for at tilvejebringe alternative kanaler vil medvirke til, at dagbladene vil undgå misbrug af deres 'gate-keeper'-stilling, men også at de mere frit vil kunne fremføre deres egne standpunkter.
5. Generelt vil de abonnerede dagblades interesse og tilslutning i publikum forøges, når flere mennesker inddrages gennem ekstraaviser - og det er vigtigt, fordi der i dag er umiskendelige tegn på, at dette forhold, der

har været en bærepille i dansk folkestyre, er på vej til at svækkes.

6. Ekstraaviserne vil ikke bare hermed kunne styrke aviserne som annoncemedier, men også i sig selv skaffe beskæftigelse blandt journalister og typografer - uden at forøge den eksisterende rigelige maskinkapacitet i de grafiske fag.

Forslaget kommenteredes med positiv interesse af flere kommissionsmedlemmer, men der anførtes også adskillige indvendinger imod det. Bl.a. påpegedes, at forslaget ikke opfangede det særkende, der i den trykte presse ligger i, at mangfoldighed ikke blot vedrører debat og ytringer, men i høj grad også har med den daglige løbende journalistiske reportage at gøre. Der kan let med de ekstra tillæg blive tale om interesseløse ghettoer, og alsidighedsforpligtelsen udhules.

Dette sidste hænger sammen med, at øges adgangen for læserne til selv at markedsføre deres synspunkter i tillæg svækkes det pågældendes blad eget incitament til bredde og alsidighed. Forslaget vil dermed udhule en af sine egne forudsætninger: den større åbenhed, der har udviklet sig i det sidste ti-år i pressen.

Sammenhængende hermed fremførtes betænkeligheder ved de økonomiske konsekvenser af forslaget. Det påpegedes, at man for at opnå ret til at udsende ekstra-aviser måtte abonnere på det dagblad, der skulle være bærer af tillægget, også selv om man ikke interesserede sig for at støtte dette blad. Hertil måtte lægges udgiften til et ekstra abonnement, og denne samlede udgift måtte forudses at bevirke, at kun begrænsede, økonomisk stærke grupper kunne udnytte ordningen.

En anden indvending gik på de vanskeligheder, der kunne opstå mellem redaktionen af hovedavisen og de ansvarlige for tillæggene. Både økonomisk og ansvarsmæssigt ville der blive kollisioner. Forslagets tendens til at undergrave den centrale redaktørmagt blev mødt med kritik og skepsis. Endelig nævntes, at man flere steder havde haft erfaringer med, at et nedlagt blad så at sige levede videre med spalter i det overlevende blad. Flere fandt i disse eksempler erfaringer, som ikke støttede det fremlagte forslag, mens andre mente, at der havde været både positive og negative erfaringer med disse ordninger.

7.4 Områder, der udskydes til senere behandling

Som fremhævet flere gange i denne betænkning er der tale om en bevidst afgrænsning af de problemer, man har taget op. Det betyder, at man har berørt spørgsmål, som man derefter har valgt at udskyde enten til behandling tværgående i kommissionen eller i en senere betænkning om andre presseemner.

Bl.a. ønskede et antal medlemmer at udskyde en behandling af spørgsmålet om annoncekompensation, (ss. 103ff og 116), og en samlet drøftelse af momsproblemerne tænkes også taget op i anden sammenhæng (s. 101).

Desuden er det klart, at alle problemer, der har med den mere omfattende sammenhæng og ændringer i mediemønstret at gøre, må trækkes ind i kommissionens videre arbejde. F.eks.er alle spørgsmål i relation til udviklingen i de elektroniske medier udskudt. Det samme gælder overvejelser over forskning og undervisning i relation til medierne.

Således har man kort behandlet spørgsmålet om en samling af kræfterne i medieforskningen, og man har berørt uddannelseproblemer. Det er klart, at staten gennem driften af Danmarks Journalisthøjskole og gennem de almindelige regler om efteruddannelse af personalegrupper indirekte yder støtte til medierne. Det er lige så klart, at man i Mediekommissionen må drøfte, om disse indsatser opfylder deres formål, og om man eventuelt ad den vej kan styrke pressen. Spørgsmålet om efteruddannelse af journalister må bl.a. overvejes i den sammenhæng, fordi der ikke her som for andre af dagspressens medarbejdergrupper findes efteruddannelsesordninger med offentlige tilskud.

Dette problemområde berører imidlertid ikke alene de trykte medier og vil derfor blive taget op til behandling på tværs af medierne. Det samme vil ske med spørgsmålet om den offentlige avertering.

Hensigten med de principper, der er lagt til grund for den offentlige avertering, er dels at forbedre det offentliges information ud til borgerne, dels at styrke pressen økonomisk. Der er i kommissionen antydet det synspunkt, at ingen af hensigterne nås i tilstrækkeligt omfang, men spørgsmålet herom kræver en mere indgående analyse og må tages op på tværs af medierne.

Det samme gælder spørgsmålene omkring administrative og andre hindringer for ytringsfriheden. Straffe- og retsplejelovgivningen og anvendelsen af retsreglerne har skabt problemer, som kommissionen finder det væsentligt at tage op.

Dette emnekatalog er ikke udtømmende, Det medtages her som afslutning på kapitlet om kommissionens overvejelser for at bebude, at Mediekommissionen har planlagt både at supplere denne betænkning om de trykte medier med yderligere synspunkter på disse mediers egne problemer og at give en mere samlet vurdering, hvor de trykte medier placeres i sammenhæng med de øvrige medier.

Kapitel 8: Kommissionens forslag

8.1. Indledning

Som det fremgår af de foregående kapitler har kommissionen konstateret, at de trykte medier befinder sig i en alvorlig økonomisk situation. En fortsættelse af den udvikling, der er konstateret, kan medføre, at de pressepolitiske målsætninger, kommissionen er gået ud fra (ss. 80f og 90f) ikke i fremtiden kan opfyldes. Der er også enighed om, at de trykte mediers uafhængighed, økonomisk og redaktionelt, er en grundlæggende forudsætning for deres virksomhed. Dette synspunkt ligger bag de anbefalinger, der gives i det følgende:

Et flertal af kommissionens medlemmer støtter en fortsættelse og på visse punkter en udbygning af de eksisterende, indirekte støtteordninger. Den gennemgang af de trykte mediers økonomi, som er foretaget i betænkningen, viser meget tydeligt, at de økonomiske problemer, som næsten samtlige de mediegrupper, der her er tale om, kæmper med, er så store, at en ophævelse af de eksisterende støtteformer vil medføre en ændring af det samlede danske pressemønster.

En sådan udvikling må under en samfundspolitisk synsvinkel anses for særdeles betænkelig.

Flertallets forslag er fremsat som en helhed bestående af en række enkeltforslag.

De medlemmer, som ikke kan tilslutte sig flertallets samlede forslag, har med forskellige begrundelser taget afstand fra forslaget eller støttet enkelte dele heraf.

Alle de nævnte anbefalinger er indeholdt i afsnit 8.2.

I afsnit 8.3. fremsættes en række supplerende forslag.

Et mindretal foreslår, at der etableres en særlig støtteordning til de annoncesvage abonnementsaviser.

Et forslag om at gøre pressens regnskabs- og driftsforhold samt oplysninger om ejerformer offentligt tilgængelige fremsættes af et mindretal.

Et mindretal anbefaler, at der etableres en særlig støtte til ekstraaviser.

8.2 Et samlet pressepolitisk udspil

Et flertal af kommissionens medlemmer, bestående af:

Laurits Bindsløv, Aase Boesen, HP. Clausen, Aage Deleuran, Ilse Dickmeiss, A. Ejbye-Ernst, Knud Aage Frøbert, Morten Giersing, Holger Hansen, Poul Hansen, Knud-E. Hauberg-Tychsen, Ida Heide-Jørgensen, Povl Hermansen, Peter Holst, Tove Hygum Jakobsen, A. Stendel l Jensen, Liselotte Knudsen, Torben Krogh, Gerda Louw Larsen, Hans Larsen, Fl. Leth-Larsen, Kr. Lindbo-Larsen, Olga Linné, Erik Lund, A. Lund-Sørensen, Thyge Madsen, Frands Mortensen, Karl Johan Mortensen, Bent Nebelong, Børge E. Nielsen, Hans Nielsen, Kirsten Nielsen, Ruth Nörthen, J. Nørup-Nielsen, Kaj Pedersen, Preben Sepstrup, Karen Siune, Henning Skaarup, Bo Smidt, Hans Strunge, HilmarSølund, W. Weincke og Birte Weiss

foreslår en fortsættelse og/eller udvidelse af de eksisterende støtteformer. Forslaget har følgende elementer:

1. Fortsat støtte til investeringsformål.
2. Støtte til etablering af en nødhjælpsordning.
3. Støtte til planlægning og etablering af nye blade.
4. Fortsat momsfritagelse for bladenes indtægter ved bladsalget.
5. Distributionsstøtte.
6. Sikring af den nødvendige strukturrationalisering.

Medens der for de 5 første deles vedkommende fremlægges egentlige løsningsforslag, er det 6. element af mere principiel karakter. Der fremsættes derfor ikke et selvstændigt forslag på dette område, men i stedet er hensynet til den nødvendige strukturtilpasning taget ved udformningen af de konkrete løsningsforslag til punkterne 1-3. Der er i flertallet enighed om at betragte udspillet som en helhed, hvor de enkelte dele kompletterer hinanden med den hensigt i et moderat, samlet forslag at sikre realiseringen af de pressepolitiske hovedhensyn, der er omtalt ovenfor (s. 90f).

For at fastholde enheden og sammenhængen i forslagene har medlemmer af flertallet, der på enkelte punkter har særstandpunkter, valgt at markere disse inden for rammen af det samlede forslag, som de i princippet tilslutter sig.

8.2.1 Investeringsstøtte

Det er flertallets opfattelse, at der er behov for en fortsættelse af de ordninger, som hidtil har været henlagt til Dagspressens Finansieringsinstitut, d.v.s. dels en kapitaltilskudsordning, dels en kautionsordning. Som nævnt (s. 94) finder kommissionen, at den praksis, som har udviklet sig i instituttet, i det store og hele har været hensigtsmæssig. Hovedspørgsmålet for flertallet er derfor ikke, om staten fortsat skal yde et årligt tilskud til og stille en garanti for Dagspressens Finansieringsinstitut, men som anført indledningsvis foreslår flertallet en udvidelse af de eksisterende støtteformer til også at omfatte en nødhjælpsordning samt etableringen af en planlægnings- og etableringsstøtte. Disse forslag vil blive nærmere beskrevet i afsnit 8.2.2 og 8.2.3.

Med hensyn til ansøgerkredsen til kapitaltilskud er denne i dag begrænset til dagbladene og disses fælles institutioner, men der forudsættes ikke direkte medlemskab i instituttet. Flertallet anbefaler, at modtagelse af investeringstilskud bør udvides til også at omfatte dagsbladslignende publikationer, som har en lavere udgivelsesfrekvens end 3 numre pr. uge. Ved dagbladslignende publikationer forstås blade, som sælges, og som henvender sig til en bred læserkreds, behandler et bredt emneområde, og som primært læses på grund af deres indhold af aktuelt nyhedsstof. Blade, som på grund af lavere udgivelseshyppighed, ikke kan indeholde dagsaktuelt nyhedsstof kan dog komme i betragtning, såfremt indholdet uddyber eller kommenterer emner, der har været aktuelle siden sidste udgivelse, og såfremt de opfylder de øvrige kriterier.

Det er desuden flertallets opfattelse, at der bør etableres en sammenhæng mellem den ordinære investeringsstøtte og den foreslåede planlægnings- og etableringsstøtte, jfr. afsnit 8.2.3, således at nystartede blade efter indkøringsfasen kan ansøge om ordinær investeringsstøtte på lige fod med andre.

Langt hovedparten af kautionsformuen er tilvejebragt gennem indbetaling af medlemsbidrag og forrentningen af disse indbetalinger. Flertallet finder det derfor naturligt, at kautionstilsagn fortsat kun ydes til medlemmer af instituttet. Dog er det flertallets opfattelse, at vilkårene for optagelse af nye medlemmer af instituttet fortsat bør være lempelige, hvad enten der er tale om nye dagblade eller dagbladslignende publikationer.

Det er flertallets opfattelse, at en strukturrationalisering bør fremmes gennem de muligheder for finansieringsstøtte, der stilles til rådighed gennem Dagspressens Finansieringsinstitut. Derfor bør der kunne ydes et forøget kapitaltilskud i de tilfælde, hvor det kan påvises, at der gennem investeringer sker en strukturrationalisering som f.eks. teknisk samarbejde på trykkeområdet eller andre former for samarbejde, der sænker omkostningerne for det eller de berørte blade. En sådan 'præmiering' forudsætter, hvis den skal være mærkbar, en stigning i tilskuddet til finansieringsinstituttet.

Hvis Dagspressens Finansieringsinstitut skal kunne fortsætte sin virksomhed efter de hidtidige retningslinier, er det efter flertallets opfattelse nødvendigt at øge den årlige bevilling, der fra 1975 har været 4 mio.kr. til 7,6 mio.kr. for at fastholde tilskudets realværdi. Hertil må, hvis tanken om særlig støtte til strukturrationalisering skal gennemføres, lægges et årligt beløb på ca. 3 mio. kr. til dette formål, så den samlede årlige bevilling til finansieringsinstituttet bliver 11 mio. kr.

Med hensyn til kautionsafdelingen er der i lyset af væksten i finansieringsinstituttets egenkapital efter flertallets opfattelse ikke behov for en forøgelse af statsgarantien på 30 mio. kr. Imidlertid kan anvendelsen af den

opsamlede formue og statsgarantien udvides, jfr. afsnit 8.2.2.

8.2.2 Etablering af en nødhjælpsordning (katastrofehjælp)

Efter flertallets opfattelse må det anses for sandsynligt, at en række dagblade i løbet af de nærmeste år vil komme i så alvorlige økonomiske vanskeligheder, at bladlukninger kan blive resultatet. Denne vurdering bygger på de foregående kapitlers analyse af dagbladenes økonomiske situation, og i konsekvens af den foreslås en midlertidig nødhjælpsordning.

Flertallet forestiller sig en ordning, hvorefter der i en tidsbegrænset periode, f.eks. på ikke over 6 måneder, kan stilles en garanti for det enkelte blad, i en situation, hvor de ordinære kreditmuligheder synes udtømte. Garantien udløses efter konkret ansøgning og kun under forudsætning af, at der kan opstilles en tilfredsstillende saneringsplan. Det er derved indbygget i ordningen, at der ikke automatisk vil kunne udløses den nødvendige garanti, idet beslutningen herom vil bero på en konkret vurdering ud fra et rent forretningsmæssigt udgangspunkt. Flertallet lægger afgørende vægt på, at ordningen ikke må bevirke en afsvækkelse af den tilpasningsproces, som saneringsplanen er udtryk for.

Det er indlysende, at kautionsengagementer efter disse retningslinier vil være behæftet med en betydelig risiko.

Det er flertallets opfattelse, at en nødhjælpsordnings administration bør varetages af Dagspressens Finansieringsinstitut. Instituttets bestyrelse og sekretariat vil have de nødvendige forudsætninger for at håndtere en nødhjælpsordning. Med hensyn til tilvejebringelsen af garantikapitalen er det flertallets indstilling, at institutets kautionsformue kan tages i anvendelse. Forslaget kræver således ikke øgede bevillinger, men en beslutning om udvidelse af Dagspressens Finansieringsinstituts støttemuligheder i kautionsafdelingen.

Hvad angår ansøgerkredsen er det flertallets opfattelse, at den bør være begrænset til medlemmerne af instituttet, idet en væsentlig del af garantikapitalen ifølge forslaget vil være tilvejebragt af medlemmerne selv. Ordningen vil på længere sigt også kunne gælde de dagbladslignende publikationer, som optages som medlemmer.

8.2.3 Planlægnings- og etableringsstøtte

Som det fremgår af kapitel 4, er erfaringerne fra de forsøg, der i 1970erne er gjort på at starte nye blade, hvadenten der er tale om egentlig dagblade eller dagbladslignende publikationer, stort set negative. Således vidner den undersøgelse, som er foretaget af en særlig arbejdsgruppe, om meget store vanskeligheder både i planlægnings- og etableringsfasen og med driften på længere sigt.

Det er imidlertid flertallets opfattelse, at der gennem en effektiv planlægnings- og etableringsindsats vil kunne skabes mulighed for at starte nye blade, såvel egentlige dagblade som dagbladslignende publikationer. Imidlertid vil kapitalkravene og hensynet til den nødvendige planlægning gøre det påkrævet med offentlig støtte til sådanne aktiviteter.

Flertallet finder det hensigtsmæssigt at sondre mellem planlægnings- og etableringsfasen.

En støtte i planlægningsfasen vil f.eks. kunne omfatte støtte til projektgrupper, herunder tilskud til konsulentbistand af teknisk, økonomisk og markedsmæssigt indhold. En støtte til etableringsfasen forudsætter, at der kan opstilles en rimelig fornuftig plan for projektets iværksættelse. Denne plan vil typisk være resultatet af en forudgående planlægningsfase.

Etableringsstøtten kan udmøntes på flere måder. Der kan dels være tale om tilskud til anskaffelse af fysiske aktiver, dels tilskud til selve indkøringsfasen. Desuden kan man forestille sig en garantiordning, som betyder, at tilvejebringelsen af det nødvendige kapitalgrundlag lettes væsentligt.

Der bør efter flertallets opfattelse opstilles en række kriterier, som skal være opfyldt, før planlægnings- og etableringsstøtte kan udløses.

Efter flertallets opfattelse bør den mediemæssige afgrænsning være dagblade og dagbladslignende publikationer, som sælges, jfr. i øvrigt afgrænsningen af begrebet dagbladslignende publikation (afsnit 8.2.1, side 109).. Dernæst bør der være tale om blade, som økonomisk er uafhængige af de eksisterende blade, d.v.s., at enheden er det enkelte bladhus. Endelig bør der ved den konkrete udmåling af etableringsstøtten tages hensyn til, om det teknisk er muligt at trække på eksisterende trykkapacitet og/eller udnytte andre samarbejds-

muligheder på det tekniske område. Sammenfattende er det flertallets opfattelse, at der er behov for en planlægnings- og etableringsstøtteordning, hvor planlægningsstøtten ydes i form af tilskud og etableringsstøtten i form af tilskud og/eller garantier.

Det understreges, at etableringsstøtten gives til etableringen af de pågældende bladprojekter, og at der i ordningen *ikke* er indbygget støtte til driften.

Med hensyn til bevillingsbehovet er det flertallets opfattelse, at der må være tale om et begrænset antal projekter pr. år. Dette betyder for planlægningsstøtten et årligt statstilskud på 3 mio. kr. For etableringsstøtten anbefales et årligt kapitaltilskud på 4 mio. kr. Den maksimale tilskudsprocent foreslås til 30% af etableringsomkostningerne. Da der er tale om en helt ny ordning, og da der er usikkerhed om støttebehovets fordeling over tid, skal flertallet anbefale, at uforbrugte tilskudsbevillinger overføres til ordningens garantikapital.

Med hensyn til ordningens administration tillægger flertallet det afgørende vægt, at der finder en forretningsmæssig bedømmelse sted af projektansøgningerne. Der er derfor enighed om at foreslå den kompetence, som findes i Finansieringsinstituttet for Industri og Håndværk, udnyttet. Der er imidlertid forskellige forslag til ordningens forvaltning.

Et flertal af flertallet, bestående af:

Laurits Bindsløv, A. Ejbye-Ernst, Morten Giersing, Povl Hermansen, Tove Hygum Jakobsen, Liselotte Knudsen, Torben Krogh, Hans Larsen, Kr. Lindbo-Larsen, Olga Linné, Erik Lund, Frands Mortensen, Kirsten Nielsen, Ruth Nörthen, J. Nørup-Nielsen, Kaj Pedersen, Preben Sepstrup, Karen Siune, Bo Smidt, Hans Strunge og Birte Weiss

mener, at forvaltningen af disse midler skal placeres i en særlig bestyrelse af sagkyndige, som højst kan sidde i bestyrelsen i tre år. Disse medlemmer finder denne ordning mest hensigtsmæssig, fordi den vil modvirke risici for favorisering af bestemte typer af bladprojekter over en længere periode, og fordi forvaltningen af ordningen klart bør adskilles fra Dagspressens Finansieringsinstituts øvrige økonomiske forvaltning. Af rent praktisk/administrative grunde kan den forberedende sagsbehandling imidlertid godt henlægges til instituttets sekretariat. Det eksisterende tilsynsråd for Dagspressens Finansieringsinstitut forudsættes at kunne øve tilsyn også med den nye bestyrelse.

Et mindretal af flertallet, bestående af:

H.P. Clausen, Aage Deleuran, Knud Aage Frøbert, Holger Hansen, Poul Hansen, Kund-E. Hauberg-Tychsen, Ida Heide-Jørgensen, Peter Holst, A. Stendell Jensen, Fl. Leth-Larsen, Gerda Louw Larsen, A. Lund-Sørensen, Thyge Madsen, Karl Johan Mortensen, Bent Nebelong, Børge E. Nielsen, Hans Nielsen og Hilmar Sølund

skal anbefale, at ordningen fuldt ud administreres af Dagspressens Finansieringsinstitut, hvis bestyrelse forvalter også disse midler. Denne gruppe medlemmer finder, at tilsynsrådet for Dagspressens Finansieringsinstitut vil kunne fungere som ankeinstans.

8.2.4 Fortsat momsfritagelse for bladenes indtægter ved bladsalget

Efter flertallets opfattelse udgør momsfritagelsen nu så stort et beløb, nemlig ca. 300 mio. kr. om året, at en ophævelse af ordningen, hvad enten man betragter den som et indirekte tilskud til dagspressen eller som en støtte til dagbladslæserne, vil få katastrofale følger for dagspressen. Flertallet er derfor enigt om at anbefale en fortsættelse af ordningen.

8.2.5 Distributionsstøtte

Det er flertallets opfattelse, at det indirekte tilskud gennem de moderate posttakster er af vital økonomisk betydning for den trykte presse, og at ordningen som følge heraf bør opretholdes. I de senere år er en række dagblade - uanset en senere udbringning end normalt for dagblade - bevidst gået over til udbringning gennem postvæsenet på grund af de økonomiske fordele ved den eksisterende ordning. For disse blade, men også for en lang række andre blade, vil en afskaffelse af ordningen få katastrofale konsekvenser.

Det er i øvrigt kommissionens opfattelse, at grundlaget for den debat, der hidtil har været ført om ordningens virkninger for dagspressen, ikke længere er til stede. Når der finder en særskilt kontering af tilskuddet sted, således at dette ikke belaster postvæsenets driftsresultat,

forsvinder grundlaget for uenigheden om støttens art og omfang.

Flertallet tilslutter sig konklusionen i betænkningen om Dagspressens Distributionsforhold (betænkning 911/1980), der gik ud på, at tendensen til vækst i distributionsomkostningerne især rammer abonnementsaviserne, og at udviklingen kan blive en risiko for opretholdelsen af abonnementssystemet. Flertallet finder, at opretholdelsen af abonnementssystemet er en nødvendig forudsætning for sikring af et stabilt salg af aviser. Hertil kommer, at en række mindre landsdækkende dagblade med lange distributionsveje har særlige vanskeligheder med at overleve selv beskedne stigninger i distributionsomkostningerne.

Flertallet kan derfor støtte forslaget om, at staten stiller midler til rådighed til kompensation for de stigende distributionsomkostninger, som er fremlagt i den nævnte betænkning (jfr. bet. 911/1980, s. 42). Man erkender, at der kan blive behov for en støtte til abonnementssystemet som sådant (jfr. s. 102), men finder det væsentligt først og fremmest at støtte den del af bladenes abonnement, som spredes ud over de tre nærmeste bladkredse.

Flertallet foreslår et årligt tilskud på kr. 50,- pr. personligt abonnement for den del af oplaget, der har de nævnte lange distributionsveje. Skønsmæssigt udgør det samlede fjernsalg i abonnement ca. 100.000 eksemplarer. Det vil sige, at det årlige støttebehov er på ca. 5 mio. kr.

Støtten reguleres i takt med omkostningsudviklingen for abonnementsdistributionen. Støtten ydes efter ansøgning og kan kun opnås mod fornøden dokumentation. Den foreslås administreret af Dagspressens Finansieringsinstitut.

Blandt flertallet anbefaler følgende medlemmer:

Laurits Bindsløv, Aase Boesen, H.P. Clausen, Aage Deleuran, Ilse Dickmeiss, A. Ejbye-Ernst, Knud Aage Frøbert, Morten Giersing, Holger Hansen, Knud-E. Hauberg-Tychsen, Povl Hermansen, Peter Holst, Tove Hygum Jakobsen, A. Stendel l Jensen, Liselotte Knudsen, Torben Krogh, Gerda Louw Larsen, Hans Larsen, Fl. Leth-Larsen, Kr. Lindbo-Larsen, Olga Linné, Erik Lund, Thyge Madsen, Frands Mortensen, Karl Johan Mortensen, Bent Nebelong, Børge E. Nielsen, Hans Nielsen, Kirsten Nielsen, Ruth Nörthen, J. Nørup-Nielsen, Kaj Pedersen, Preben Sepstrup, Karen Siune, Henning Skaarup, Bo Smidt, Hans Strunge, Hilmar Sølund, W. Weincke og Birte Weiss.

at postvæsenets takstpolitik indrettes sådan, at alle momsfritagne blade, der sælges i abonnement, får samme portomæssige behandling som dagbladene, selv om de ikke opfylder kravet om udgivelse i fem på hinanden følgende dage om ugen. Dette vil især have betydning for nyetablerede dagbladslignende publikationer.

8.2.6 Udtalelser fra medlemmer, som ikke kan støtte flertallets samlede forslag

Et mindretal, bestående **af:**

Sigurd Bennike, Bjarke Fog, Poul Holdt Hansen, Børge O. Madsen, Peter Müller, Arnold Nørregaard, E. Kjær Poulsen, Niels Thomsen, P. Toftdahl, J.M. Westergaard og Eivind Winsløw,

ønsker at udtale følgende:

Det fremgår af de foregående kapitler, at nogle trykte medier befinder sig i en alvorlig økonomisk situation. I øvrigt er situationen for tiden alvorlig i store dele af dansk erhvervsliv.

Den alvorlige situation er skabt dels af forhold, som ledelse og medarbejdere ikke har haft herredømme over, dels af forhold, som de netop har haft herredømme over, og hvor beslutninger eller mangel på beslutninger i den grafiske branche derfor har haft indflydelse på udviklingen.

Statsstøtte - hvad enten den er direkte eller indirekte - løser ikke et erhvervs problemer. Heller ikke de trykte mediers problemer. Statsstøtte fører ifølge sagens natur - og har faktisk ført til - konkurrenceforvridning og gør på sigt virksomhederne og dermed branchen mere og mere afhængig heraf. Statsstøtte kan bremse initiativ til mere rationelle driftsformer. Statsstøtte kan også bidrage til f.eks. en opdrift i lønomkostningerne og derved udgøre en trussel mod beskæftigelsen særlig i de importkonkurrerende virksomheder i den grafiske industri, der ikke modtager statsstøtte. Statsstøtte kan dernæst fortrænge det krav, der stilles til enhver branche i en krise: at søge produktivite-

ten fremmet og skabe baggrund for optimal udnyttelse af det tekniske udsstyr og til produktudvikling.

Det må derfor betragtes som et selvstændigt mål, at de økonomiske rammer, som statsmagten lægger omkring de grafiske virksomheders udvikling, i ringest mulig udstrækning indebærer systematisk forskelsbehandling mellem de forskellige produktionsgrene.

Hertil kommer, at netop forskelsbehandlingen for alvor rejser problemet om mediernes uafhængighed af statsmagten - et mål, der må have en helt overordnet prioritet i et folkestyret samfunds indretning. Da de udbetalte beløb og de nærmere regler for statens afgifter, takster og erhvervsstøttende foranstaltninger med nutidens prisudvikling rent faktisk vil være under løbende revision i folketinget og forvaltningen, er det i længden vanskeligt i et lille land at forhindre, at der skeles til reglernes virkninger for medievirksomheder alt efter deres forskellige politiske ståsted eller medgørlighed.

Ud fra disse hovedsynspunkter bør både nye og gamle dagblade, ganske som andre dele af pressen, stå og falde med deres egen evne til at samle et publikum og en kundekreds, der kan og vil dække omkostningerne, inclusive de nødvendige afskrivninger, risikovederlag m.v. Denne hovedregel, der ikke bare modvirker ressourcespild, men også i sig selv fremmer befolkningens mulighed for at indvirke på massemediernes indhold, bør kun fraviges under helt særlige betingelser: Hvor det konkret kan sandsynliggøres, at en speciel indsats - uden i øvrigt at true pressefriheden i den nævnte mening - vil kunne dække udtalte læserbehov og -ønsker, der ellers skuffes som konsekvens af specielle trægheder i produktions- og markedsforholdene, snarere end på grund af publikums svigtende motivation eller manglende størrelse.

Det før opstillede sekspunktprogram, der har været forelagt og forhandlet som en sammenhængende, uadskillelig løsning, giver imidlertid ikke forsvarlige og hensigtsmæssige svar på problemerne.

Forslaget har ikke større perspektiv i en *samlet* mediepolitisk overvejelse. I stedet for at tilvejebringe et grundlag for en nyvurdering af alle de trykte mediers rolle og samspillet imellem dem, er delbetænkningen blevet en katalogisering af forskellige synspunkter og overvejelser, primært vedrørende dagspressen. Det er i høj grad præget af øjeblikkelige forhold, og man må nære tvivl om, hvorledes det vil fungere under ændrede forhold i fremtiden. Der kan være mange grunde til, at et dagblad har vanskeligheder, men forslaget har kun øje for nogle få af dem. Det overser også, at både dagblade og dagbladslignende publikationer i øvrigt meget vel kan erstattes af andre trykte og elektroniske medier i helt centrale funktioner. Og det arbejder under alle forhold med så beskedne summer, at man ud fra erfaringer både her og andetsteds må betvivle, om det overhovedet kan føre til ændringer endsige forbedringer af dagbladsbestanden. I stedet må man frygte, at der bliver tale om principløse lapperier uden varig værdi.

Derfor må forslaget som helhed afvises. Dette udelukker dog ikke, at mindretallet eller enkelte af dets medlemmer vil kunne tilslutte sig dele af de opstillede punkter, som det vil fremgå af nedenstående betragtninger.

1. Det er ikke godtgjort, at dagblade har specielle vanskeligheder med at få finansieret rentable ændringer af produktionsanlæg eller markedsføring - ej heller at konkrete bladlukninger havde kunnet undgås, hvis en særlig fond havde kunnet lægge nye lån oven i fuldt udnyttede normale kreditmuligheder. Tværtimod har man næsten overalt umiddelbart kunnet se klare og uoprettelige svagheder i bladets konkurrencestilling, som ubesværet forklarer dets tilbagegang på markedet og de økonomiske vanskeligheder, der førte til dets fald. Sekspunktprogrammets første punkt kan derfor kun anbefales, hvis det understreges, at finansieringsinstituttet også fremtidigt skal virke inden for rammerne af normale sikkerhedskrav for udlånte midler. Heri ligger også, at krav om ændring af fondens ledelse må bortfalde.

2. Det er heller ikke på nogen måde påvist, at nye i øvrigt levedygtige dagblade (eller dagbladslignende publikationer) er kuldsejlet eller slet ikke søgt søsat på grund af manglende finansielle muligheder for at planlægge lanceringen eller kontakte markedet. Overalt skinner det igennem, at det er publikum, der ikke har kunnet interesseres for blade af den kvalitet, der måtte blive tale om - selv med tilskud af betydelig frivillig arbejdsindsats i startfasen.

Dette tyder på, at den opgave, som sekspunktprogrammet i så henseende vil pålægge finansieringsinstituttet, reelt bliver en simpel subventionering af ubetydelige småblade, hvis eksistens ikke blot vil indebære et sløseri med offentlige midler, men også savne berettigelse i den offentlige debat. Politiske og andre minoriteter har ikke blot juridisk fuld frihed til at fremsætte deres synspunkter på tryk, men i virkeligheden også i dag udmærkede økonomiske og tekniske muligheder for at gøre det, så længe man holder sig til tidsskrifter og pjecer. Da helhedsforslagets virkeliggørelse tillige nødvendigvis indebærer (og berettiger) en politisering af finansieringsinstituttets ledelse, må det afvises af principielle grunde, skønt man med det foreslåede beløb ikke for alvor kan påvirke avisbestandens størrelse.

3. Det er ikke formålstjenligt med udgangspunkt i særligt høje distributionsudgifter at subventionere et mindre antal landsdækkende aviser (hvoraf flere har ypperlige økonomiske muligheder), bl.a. fordi man herved ville skabe et kunstigt konkurrencepres mod lokale dagblade. Foruden denne betænkelige forskelsbehandling må man fastholde, at distributionsudvalgets betænkning har påpeget væsentlige muligheder for besparelser i den normale abonnementsomdelingsform, som gør det umuligt i dag at foreslå statsstøtte til dette formål, inden disse er realiseret.

Derimod kan man uden videre anbefale fortsat moderation af posttaksterne for bladomdeling. Men det må understreges, at denne lempelige adfærd ikke med rimelighed kan reserveres for dagblade og dagbladslignende publikationer: En meget stor og stigende del af den væsentlige samfundsinformation sker igennem fagblade, specialmagasiner og andre publikationer uden for dagspressen, og selv om deres økonomiske stilling i almindelighed er mindre anspændt, belastes deres økonomi og redaktionelle ydeevne selvsagt af distributionsomkostningerne - bl.a. en porto for postomdeling, der er flere gange større end dagbladenes.

4. Den under punkt 3 fremførte betragtning rejser også automatisk spørgsmålet om momsfritagelse for dagblade. Der er fuld enighed i mindretallet om, *at* denne fritagelse ved sin indførelse i 1967 skete temmelig tilfældigt og uovervejet, *at* den i og for sig indebærer en forskelsbehandling af andre periodika og andre skrifter, som ikke kan forsvares med henvisning til publikationernes forskellige værdi, *at* denne forskelsbehandling naturligvis er steget med momsprocenternes forhøjelse, *at* grænsedragningen mellem dagblade og ikke-dagblade, som den har udviklet sig gennem momsnævnets afgørelser, i stigende grad præges af tilfældige og vilkårlige kriterier, som gør forskelsbehandlingen endnu mere urimelig. Men der er også i almindelighed forståelse for den betragtning, at momsfritagelsen i dag ikke lader sig fjerne uden stor risiko for mange dagblades økonomiske balance og overlevelse - i hvert fald ikke, hvis ophævelsen sker på én gang.

Der er i mindretallet fuld enighed om at opfordre folketinget og forvaltningen til at tilvejebringe mindre angribelige regler til formindskelse af dette forskelsbehandlingsproblem, som med Momsnævnets ændrede praksis vil vokse i betydning, hvis de dagbladslignende publikationers antal forøges.

Principielt er den bedste løsning, at blade og tryksager af alle slags frigøres for moms, fordi man kun herved kan undgå stor vilkårlighed i grænsedragningen. Så længe dette forslag skønnes uigennemførligt af økonomiske grunde - omkostningerne vil være ca. 200 mio. kr. - findes der ingen virkelig rimelige løsninger, og de enkelte medlemmer har forskellige ideer om, hvorledes man da opnår det mindst dårlige resultat.

Blandt mindretallet mener følgende medlem:

J.M. Westergaard,

at momsfritagelsen for dagblade gradvist bør nedtrappes via en kompensationsfond, idet alt bladsalg gøres momspligtigt, mens de nu fritagne publikationer i en årrække modtager en efter deres oplag beregnet andel af et beløb, som i 1984 udgør 450 mio. kr., i 1985 400 mio. kr. osv.

Et andet medlem af mindretallet:

Niels Thomsen,

mener, at sondringens kriterier kan revideres, så at kun blade som væsentligst indeholder almen, ikke-lokal aktuel information fritages.

Et andet mindretal af kommissionens medlemmer, bestående af:

Johs. Christensen, Kate Galle, Ole Bernt Henriksen, Erik Knudsen, 1b Lønberg og Karl V. Thomsen,

anbefaler, at de eksisterende indirekte støtteordninger for pressen opretholdes. På den baggrund kan mindretallet tilslutte sig de dele af det samlede pressepolitiske udspil, der omfatter en fortsættelse af Dagspressens Finansieringsinstituts hidtidige aktiviteter (investeringsstøtten), en bibeholdelse af de hidtil gældende momsregler samt en fastholdelse af den eksisterende støtte til den trykte presse gennem den reducerede bladporto.

Et tredie mindretal af kommissionens medlemmer, bestående af:

F Reidar Jørgensen,

anfægter ikke, at der kan være behov for en omgående vurdering **af** arten og omfanget af den subvention, der ydes og muligvis i fremtiden bør ydes (navnlig dags-)pressen.

Ifølge den foreliggende betænknings egen formulering er det klart, at de fremlagte forslag ikke er behandlet i en bredere mediepolitisk sammenhæng, men udelukkende ud fra en vurdering af pressens forhold. Mediekommissionen er imidlertid sammensat netop med henblik på en vurdering af relationerne mellem de forskellige medier og den relative behandling af disse fra samfundets side, jfr. herved kommissoriets udsagn '.....at kommissionen inden for rammerne af en fælles mediepolitik bl.a. vil beskæftige sig med dagspressens forhold ....'. Dette fører mindretallet til den opfattelse, at det er uhensigtsmæssigt og kan virke vildledende at lade Mediekommissionen - eller i hvert fald den samlede kommission - afgive en indstilling om gennemførelse eller ikke-gennemførelse af aktuelle støtteforanstaltninger for pressen, når disse forslag netop ikke er anskuet i en bredere mediepolitisk sammenhæng. Man skal pege på den mulighed, at sagen alene var blevet behandlet i Presseudvalget, evt. i udvidet form, hvilket forum da også har været det reelt arbejdende i sagen.

Ud fra denne grundbetragtning, under hensyn til sagens stærkt politisk prægede natur og ud fra en vurdering af indholdet af og formålet med sit mandat finder mindretallet det rettest at afholde sig fra at stemme.

8.3 Supplerende forslag

8.3.1 Annoncekompensation for abonnementsaviser

Et mindretal af kommissionens medlemmer, bestående af:

Laurits Bindsløv, Morten Giersing, Povl Hermansen, Tove Hygum Jakobsen, Liselotte Knudsen, Torben Krogh, Hans Larsen, Olga Linné, Frands Mortensen, Kirsten Nielsen, Kaj Pedersen, Preben Sepstrup,Hans Strunge og Birte Weiss

anbefaler, at der etableres en driftsstøtteordning, hvorefter staten efter nærmere fastlagte kriterier yder et tilskud til de aviser (dvs. dagblade og dagbladslignende publikationer, der er momsfritagne), hvoraf mindst 50% af oplaget sælges i abonnement, og som har en relativ annonceindtægt lavere end et vist niveau. Hensigten er at yde støtte til de blade, hvis annonceindtægter ligger væsentligt under gennemsnittet. Det foreslås, at støtten begrænses til de abonnementsaviser, hvis annonceindtægter ligger mere end 10%-point under forrige års gennemsnitlige annonceindtægt, målt i forhold til summen af bladsalgs- og annonceindtægten. Gennemsnittet fastlægges af praktiske grunde ud fra de blade, der indgår i Den grafiske Højskoles bedriftssammenligninger.

Som eksempel er fremdraget tallene fra 1979, som kunne anvendes ved beregningen af støtten i 1980. I 1979 var annonceomsætningens andel 50,4% af den samlede bladomsætning. Grænseværdien bliver herefter 40,4% (50,4% - 10%).

Støtten til de pågældende blade beregnes efter følgende formel:

Annonceomsætning + støtte = 40,4% af annonce- + bladsalgsomsætningen.

Såfremt ordningen havde være gældende i 1980 ville 5 dagblade have kunnet opnå støtte. Det samlede støttebeløb for 1980 er beregnet til ca. 24 mio. kr.

Nye bladinitiativer, som på grund af speciel 'nichekarakter' har store annonceindtægter og beskedent oplag, skal også have del i annoncekompensationen. For disses vedkommende sættes kompensationsgrænsen 25% højere de første tre år, og de behandles derefter som øvrige dagbladslignende publikationer.

Et andet mindretal af kommissionens medlemmer bestående af:

Aase Boesen, H.P. Clausen, Aage Deleuran, Ilse Dickmeiss, A. Ejbye-Ernst, Knud Aage Frøbert, Holger Hansen, Knud-E. Hauberg-Tychsen, Ida Heide-Jørgensen, Peter Holst, A. Stendel l Jensen, Erik Knudsen, Gerda Louw Larsen, Fl. Leth-Larsen, Kr. Lindbo-Larsen, Erik Lund, A. Lund-Sørensen, Thyge Madsen, Karl Johan Mortensen, Bent Nebelong, Hans Nielsen, Ruth Nb'rthen, Karen Siune, Henning Skaarup, Karl V.Thomsen, Niels Thomsen og W. Weincke

ønsker på indeværende tidspunkt ikke at tage stilling til forslaget om annoncekompensation for abonnementsaviser. Mindretallet anbefaler med henvisning til afsnit 7.4, at spørgsmålet om annoncekompensation for abonnementsaviser tages op som led i kommissionens videre arbejde.

Et tredie mindretal af kommissionens medlemmer bestående af:

Johs. Christensen, Bjarke Fog, Kate Galle, Poul Holdt Hansen, Børge O. Madsen og Børge E. Nielsen

ønsker allerede på indeværende tidspunkt at tage afstand fra forslaget om annoncekompensation til abonnementsaviser.

8.3.2 Oplysningspligt for den trykte presse

Et mindretal af kommissionens medlemmer bestående af:

Laurits Bindsløv, Aase Boesen, H.P. Clausen, Ilse Dickmeiss, Morten Giersing, Povl Hermansen, Tove Hygum Jakobsen, A. Stendell Jensen, Liselotte Knudsen, Torben Krogh, Hans Larsen, Kr. Lindbo-Larsen, Olga Linné, Frands Mortensen, Børge E. Nielsen, Hans Nielsen, Kirsten Nielsen, Ruth Nörthen, J. Nørup-Nielsen, Kaj Pedersen, Preben Sepstrup, Karen Siune, Hans Strunge, Niels Thomsen og Birte Weiss

har den principielle opfattelse, at avisregnskaber og oplysninger om ejerforhold m.v. bør være offentligt tilgængelige under hensyn til pressens offentlige betydning og i lyset af de indirekte statstilskud, pressen modtager. Dette mindretal anbefaler derfor, at der igennem lovgivningen stilles krav om offentlige, detaljerede driftsregnskaber for hver enkelt publikation og bladhus samt om fuldstændige og korrekte oplysninger om ejerforhold og kreditarrangementer over en vis størrelse. Mindretallet mener ikke, at sådanne krav kun skal omfatte de publikationer, der måtte modtage forskellige former for direkte støtte.

8.3.3 Støtte til ekstra-aviser

Et mindretal af kommissionens medlemmer, bestående af:

Niels Thomsen

anbefaler, at der ydes tilskud til udgivelse af annonceløse ekstraaviser, distribueret som følgeblade til de pågældende dagblades læsere. Ordningen forudsætter dannelsen aflæserforeninger bestående af mindst 10% af et dagblads læsere. Læserforeningerne ansætter en ansvarlig redaktør samt andet nødvendigt personale og slutter kontrakt om trykningen af ekstraavisen. Ordningen finansieres gennem en 50% stigning i abonnementsudgiften for disse medlemmer og ved, at et statsligt avisfond indskyder et beløb, svarende til dette beløb.

Statstilskuddet kan maksimalt være abonnementsforhøjelsen for 10% af abonnenterne.

Det forudses, at ordningen pr. dagblad vil kunne finansiere et ugentligt tillæg til avisen på 4-6 sider.

Det statslige bevillingsbehov afhænger af antallet af læserforeninger, der oprettes.

Bilag 1: Oversigt over samtlige danske dagblade og deres oplag (1. halvår 1982)

1. Hverdage og søndage

		Betalt nettooplag	Gratis uddelte eksemplarer
A	Roskilde Tidende (Roskilde)	**10.554**	
	Aktuelt (København)	**58.943**	
	Aktuelt søndag (København)	**121.719**	
	Amtsavisen (Randers) m.flb.	35.094	
	Amtsavisen (Randers) u. flb.	26.393	
B	Berlingske Tidende (København)	**in.113**	
	Berlingske Tidende Søndag (København)	**194.097**	
	Boraholmeren (Rønne)	**6.904**	
	Bornholmms Tidende (Rønne)	**110.385**	
	B.T. (København)	**2114.761**	
	Børsen (København)	**34.776**	506
D	Dagbladet (Ringsted) m.flb.	**32.126**	
	Dagbladet - Folketidende, Ringsted, Sorø, Haslev (Ringsted) u. flb.	**10.414**	
	Dagbladet, Roskilde og omegn, Tåstrup, Køge Bugt (flb. af Dagbladet, Ringsted)	9.361	
	Dagbladet, Østsjællands Folkeblad (flb. af Dagbladet, Ringsted)	12.351	
	Djursland, Grenå (flb. af Amtsavisen, Randers)	8.701	
E	Ekstrabladet (København)	**249.069**	
	Erhvervsbladet (København)	**3.627**	84.011
F	Fjerritslev Avis (Fjerritslev)	**3.555**	
	Folkebladet, Dagblad for Vejen, Brørup, Holsted og Omegn - Sydjylland (flb. af Kolding Folkeblad - Sydjylland, Kolding)	1.976	
	Fredericia Dagblad (Fredericia)	**11.735**	
	Frederiksborg Amts Avis (Hillerød)	**39.544**	
	Frederiksborg Amts Avis søndag (Hillerød)	**52.575**	
	Frederikshavns Avis, Sæby Avis (Frederikshavn)	**6.627**	
	Fyens Stiftstidende (Odense) m. flb.	**68.946**	
	Fyens Stiftstidende (Odense) u. flb.	63.249	
	Fyns Amts Avis, Fåborg-Vestfyn (flb. af Fyns Amts Avis, Svendborg	3.816	
	Fyns Amts Avis, Langeland (flb. af Fyns Amts Avis, Svendborg)	4.257	
	Fyns Amts Avis, Nyborg-Østfyn (flb. af Fyns Amts Avis, Svendborg)	1.633	
	Fyns Amts Avis (Svendborg) m. flb.	**25.569**	
	Fyns Amts Avis, Svendborg-Midtfyn (Svendborg) u. flb.	14.134	
	Fyns Amts Avis, Ærø (flb. af Fyns Amts Avis, Svendborg)	1.729	
H	Helsingør Dagblad (Helsignør)	**6.715**	
	Herning Dagblad (flb. Holstebro Dagblad, Holstebro)	78	
	Herning Folkeblad (Herning)	**16.850**	
	Holbæk Amts Venstreblad (Holbæk)	**20.732**	
	Holstebro Dagblad (Holstebro) m. flb.	**14.691**	
	Holstebro Dagblad (Holstebro) u. flb.	11.317	
	Horsens Folkeblad (Horsens)	**22.391**	
I	Information (København)	**35.470**	293
	Jydske Tidende, Haderslev (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	10.690	
	Jydske Tidende Søndag, Haderslev (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	13.978	
	Jydske Tidende (Kolding) m. flb.	**38.836**	
	Jydske Tidende (Kolding) u. flb.	1.306	
	Jydske Tidende Søndag (Kolding) m. flb.	**154.623**	
	Jydske Tidende Søndag (Kolding) u. flb.	6.501	
	Jydske Tidende, Sønderborg (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	13.955	
	Jydske Tidende Søndag, Sønderborg (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	16.462	
	Jydske Tidende, Tønder (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	2.557	
	Jydske Tidende, Søndag, Tønder (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	5.158	
	Jydske Tidende, Åbenrå (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	10.326	
	Jydske Tidende Søndag, Abenrå (flb. af Jydske Tidende, Kolding)	12.524	
J	Morgenavisen Jyllands-Posten (Århus)	**101.682**	
	Morgenavisen Jyllands-Posten Søndag (Århus)	**213.740**	
K	Kalundborg Folkeblad (Kalundborg)	**11.214**	
	Kjerteminde Avis (Kerteminde)	**1.498**	

Bilag 1: (fortsat)

		Betalt nettooplag	Gratis uddelte eksemplarer
K	Kolding Folkeblad - Sydjylland (Kolding) m. flb.	**20.203**	
	Kolding Folkeblad - Sydjylland (Kolding) u. flb.	18.227	
	Kristeligt Dagblad (København)	**19.193**	
	København (København)	**7.215**	
L	Land og Folk (København)	**10.096**	
	Lemvig Folkeblad (flb. af Ringkjøbing Amts Dagblad, Ringkøbing)	5.058	
	Licitation (København)	**5.600**	**246**
	Lolland-Falsters Folketidende (Nykøbing Fl.)	**23.518**	
	Løgstør Avis (Løgstør)	**2.839**	
M	Middelfart Venstreblad (flb. af Fyens Stifsttidende, Odense)	5.697	
	Midtjyllands Avis (Silkeborg)	22.814	
	Morgenposten (Fyens Stiftstidende) (Odense)	**105.056**	
	Morsø Folkeblad (Nykøbing M.)	**6.417**	
	Møns Tidende (flb. af Næstved Tidende, Næstved)	2.497	
N	Ny Dag (Nakskov)	**13.389**	
	Næstved Tidende (Næstved) u. flb.	**25.474**	
	Næstved Tidende (Næstved) u. flb.	15.060	
	Politiken (København)	**141.268**	
	Politiken Søndag (København)	**213.765**	
	Politiken Weekly (København)	**5.346**	
	Præstø Avis (flb. af Næstved Tidende, Næstved)	1.686	
R	Ringkjøbing Amts Dagblad (Ringkøbing) m. flb.	**15.327**	
	Ringkjøbing Amts Dagblad (Ringkøbing) u. flb.	8.693	
S	Sjællands Tidende (Slagelse) m. flb.	**26.065**	
	Skagens Avis (Skagen)	**3.914**	
	Skive Folkeblad (Skive)	**13.885**	
	Skjern Dagblad (flb. af Ringkjøbing Amts Dagblad, Ringkøbing)	1.576	
	Socialistisk Dagblad (København) ophørt 29. maj 1982		
	Struer Dagblad (flb. af Holstebro Dagblad, Holstebro)	3.296	
T	Thisted Dagblad (Thisted)	**11.333**	
V	Weekendavisen (København)	**47.396**	
	Vejle Amts Folkeblad (Vejle)	**28.031**	
	Vendsyssel Tidende (Hjørring)	**27.366**	
	Vendsyssel Tidende Søndag (Hjørring)	**33.291**	
	Vestkysten (Esbjerg) m. flb.	**57.492**	
	Vestkysten, midt (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	24.999	
	Vestkysten, nord 4 (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	3.757	
	Vestkysten, nord 5 (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	6.995	
	Vestkysten, syd (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	2.640	
	Vestkysten, Sønderjylland (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	12.312	
	Vestkysten, øst 6 (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	2.282	
	Vestkysten, øst 7 (flb. af Vestkysten, Esbjerg)	3.907	
	Viborg Stifts Folkeblad (Viborg)	**13.784**	
	Vordingborg Dagblad (flb. af Næstved Tidende, Næstved)	4.836	
0	Østsjællands Tidende (flb. af Næstved Tidende, Næstved)	1.395	
Å	Aalborg Stiftstidende (Ålborg) m. flb.	**73.189**	
	Aalborg Stiftstidende Søndag (Ålborg) m. flb.	**99.648**	
	Aalborg Stiftstidende, Nordenfjords udgave (flb. af Aalborg Stiftstidende, Ålborg)	23.993	
	Aalborg Stiftstidende, Nordenfjords udgave Søndag (flb. Aalborg Stiftstidende)	27.425	
	excl. levering til abonnenter på Frederikshavns Avis	5.669	
	Aalborg Stiftstidende, Søndenfjords udgave (flb. af Aalborg Stiftstidende, Ålborg)	25.048	
	Aalborg Stiftstidende, Søndenfjords udgave Søndag (flb. af Aalborg Stiftstidende, Ålborg)	39.927	
	Aalborg Stiftstidende, Aalborg udgave (Ålborg) u. flb.	24.148	
	Aalborg Stiftstidende, Aalborg udgave, Søndag (Ålborg) u. flb.	32.296	
	Aarhuus Stiftstidende	**69.341**	
	Aarhuus Stiftstidende, Søndag	**91.363**	

Bilag 1: (fortsat)

2. Helligdage.

	Betalt nettooplag
Aktuelt	**102.671**
Berlingske Tidende	**154.763**
B.T., Påske	**376.978**
B.T., Pinse	**344.080**
Ekstrabladet, Påske	**369.435**
Ekstrabladet, Pinse	**383.544**
Frederiksborg Amts Avis	**50.201**
Jydske Tidende	**48.560**
Morgenavisen Jyllands-Posten	**186.744**
Politiken	**181.333**
Vendsyssel Tidende	**33.147**
Aalborg Stiftstidende	**95.530**
Aalborg Stiftstidende, Nordenfjords	26.784
excl. levering til abon. på Frederiksh.a.	5.627
Aalborg Stiftstidende, Søndenfjords	38.670
Aalborg Stiftstidende, Aalborg udgave	30.076
Aarhuus Stiftstidende	**87.960**

Kilde: Dansk Oplagskontrol

Bilag 2: Ændringer i bladsalgets fordeling 1968-1978
Tallene angiver nettooplag i tusinde eksemplarer i 1. halvår
Tallene i parantes angiver oplag pr. 1000 indb. fyldt 20 år

A fordeling		middags-blade	2 mor-genbl.	Jyll-P.	små landsav.	lokal-aviser	alle blade
Stor-København	1968	241(235)	245(239)	2 (2)	78(76)	13 (13)	581(566)
	1978	245(244)	195(194)	6 (6)	79(78)	12 (12)	537(535)
Nordøst-sjælland-	1968	24(116)	16 (77)	1 (3)	6(29)	65(320)	110(545)
	1978	40(142)	25 (87)	1 (3)	12(41)	66(235)	137(507)
Øvrige Sjælland	1968	20 (77)	11 (44)	1 (2)	3(13)	101(397)	137(533)
	1978	36(124)	12 (41)	1 (3)	10(34)	99(341)	158(543)
Lollend-Falster	1968	5 (58)	3 (38)	0 (1)	1(10)	36(408)	45(515)
	1978	8 (97)	3 (30)	0 (1)	2(17)	36(415)	49(560)
Born-holm	1968	1 (32)	1 (34)	0 (1)	0(12)	14(453)	17(532)
	1978	3 (87)	1 (27)	0 (1)	1(24)	15(458)	20(596)
Fyn med øerne	1968	12 (42)	7 (23)	4(14)	3(10)	122(418)	148(507)
	1978	21 (67)	5 (17)	5(16)	9(29)	105(329)	146(457)
Øst-jylland	1968	20 (42)	8 (17)	30(63)	6(12)	185(387)	248(519)
	1978	36 (66)	8 (14)	30(55)	19(34)	173(322)	265(492)
Nord-jylland	1968	10 (28)	3 (10)	12(34)	3 (8)	143(405)	171(485)
	1978	22 (56)	4 (9)	13(33)	9(23)	139(359)	186(480)
Vestlige-jylland	1968	11 (28)	4(11)	20(51)	4(11)	144(373)	184(475)
	1978	26 (59)	4 (10)	22(50)	12(27)	141(325)	204(470)
Sydlige-jylland	1968	6 (30)	3 (14)	7(32)	2(10)	81(394)	98(481)
	1978	12 (52)	2 (11)	7(30)	6(25)	78(341)	104(459)
I alt incl. strøoplag	1968	351(106)	307 (93)	77(23)	109(33)	923(278)	1757(532)
	1978	451(129)	262 (73)	85(23)	106(44)	880(244)	1837(509)

Kilder: Dansk Oplagskontrol »Oplagsbulletinen« 1968 ff
Danske Reklamebureauers Brancheforening: »Oplagstal og markedstal« for 1968 og 1978
Statistisk Årbog

Bilag 3: Oplagsudviklingen på bladtyper 1968-1979

Oplag i tusinde eks. 1. halvår

		B.T.	Ekst. Bla.	Berl. Tid.	Poli-tiken	Jyll. Posten	fem små	Aktuelt lands	Aktuelt lokal	Lok. avis.	Tilsam-men
	1968	186	165	167	139	77	70	39	61	861	1767(533)
	1969	190	186	164	135	79	68	38	60	867	1787(533)
	1970	195	200	158	135	81	63	36	61	874	1806(534)
B.	1971	209	215	151	130	82	60	30	49	881	1806(526)
Hver-	1972	227	234	147	126	82	62	57	-	881	1815(525)
dags-	1973	233	244	146	123	81	70	52	-	889	1838(527)
opla-	1974	244	238	142	117	74	72	54	-	877	1816(516)
get	1975	229	228	131	109	73	78	52	—	836	1737(491)
	1976	232	235	128	114	74	84	50	-	849	1767(497)
	1977	237	245	130	121	83	101	53	—	873	se anmærk.
	1978	200	250	126	135	85	99	60	—	880	1836(509)
	1979	222	250	122	138	88	103	61	-	896	1880(518)
C.											
Søndags-	1969			324	234	167	8	136		448	1318(393)
oplaget	1974	-	-	251	200	171	40	131		443	1237(352)
m. W.A.	1979	-	-	207	204	190	52	125	-	463	1241(342)

Anmærkning: 1977-tallene dækker p.gr.a. strejkerne for de fem største hovedstadsblade kun januar, for de øvrige blade halvårets fem måneder (minus april)

Bilag 4: Kombination af læsere af fire avisgrupper efter urbanisering

	Kun lokal-aviser (1)	Kun lands-dækk-omn. (2)	Kun for-mid-dag (3)	Kun lands-dækk. spec. aviser (4)	Lokal land (1 + 2)	Lokal form. (1 + 3)	Lokal spec. (1+4)	Land. omn./ form. (2 + 3)	Land. omn./ spec. 2 + 4)	Form/ spec, (3+4)	Antal personer
					— % –						- 1.000 -
Total	38	10	11	1	9	10	3	7	4	2	4.163
Hovedstads-området	1	28	30	3	2	2	1	15	**7**	4	1.153
Provinsbyer 50.000	44	4	4	2	16	15	**6**	6	**4**	2	465
Provinsbyer 10-50.000	46	5	4	1	14	18	**5**	5	3	2	786
Øvrige provinsbyer	51	4	5	1	13	13	**3**	4	2	1	568
Landdistrikter	59	3	4	0	9	10	**3**	2	1	1	**1.191**

Kilde: DMI 1980-1981, særkørsel

Bilag 5: Kombination af læsere af fire avisgrupper efter urbanisering

	Kun lokal-aviser (1)	Kun lands-dækk-omn. (2)	Kun for-mid-dag (3)	Kun lands-dækk. spec. aviser (4)	Lokal land (1+2)	Lokal form. (1+3)	Lokal spec. (1+4)	Land. omn./ form. (2+3)	Land. omn./ spec. 2+4)	Form/ spec. (3+4)	Antal personer
					— % —						- 1.000 -
Total	38	10	11	1	9	10	3	7	4	2	4.163
Køn											
Mænd	36	9	11	1	11	12	4	9	5	3	2.043
Kvinde	39	11	11	2	7	8	2	5	2	1	2.120
13-14 år	45	5	10	0	8	8	1	5	2	1	144
15-17 år	37	10	12	0	10	13	2	7	1	2	251
18-19 år	29	7	14	1	9	14	2	6	4	3	149
20-24 år	27	7	15	2	7	13	4	10	4	3	371
25-29 år	28	8	13	4	8	12	4	7	5	3	374
30-39 år	32	10	12	2	11	11	4	8	6	3	765
40-49 år	38	11	11	1	12	12	4	8	4	2	560
50-61 år	43	11	11	1	9	9	2	7	3	1	657
62-66 år	44	15	9	1	9	8	3	7	2	1	272
67 år eller derover	50	14	8	1	6	5	2	4	1	0	619

Kilde: DMI 1980-1981, særkørsel

Bilag 6: Kombination af læsere af fire avisgrupper efter erhverv

	Kun lokal-avi-ser (1)	Kun lands-dækk-omn. (2)	Kun for-mid-dag (3)	Kun lands-dækk. spec. aviser (4)	Lokal land (1+2)	Lokal form. (1+3)	Lokal spec. (1+4)	Land. omn./ form. (2+3)	Land. omn./ spec. 2+4)	Form/ spec. (3+4)	Antal personer
					— % —						- 1.000 -
Total	38	10	11	1	9	10	3	7	4	2	4.163
Eget erhverv:											
Arbejder, ufagl.	44	3	13	1	4	12	1	4	1	1	347
Arbejder, ufagl. spec.arb.	40	4	15	0	5	13	1	5	1	2	245
Arbejder, faglært	34	6	18	1	7	14	1	8	2	1	384
Funktionær, lavere	26	14	13	3	14	12	5	10	6	3	947
Funktionær, højere	13	25	5	4	19	9	10	16	19	8	161
Selvstændig landbruger	77	2	1	0	8	3	2	1	1	–	108
Selvst. detail/håndv.	42	7	8	1	17	16	3	6	3	3	54
Selvstændig i øvrigt	31	12	9	2	15	12	5	10	8	4	123
Lærling/ elev/stud.	33	10	10	2	9	12	3	8	4	3	584
Ude af erhverv/pens.	47	13	10	1	6	6	1	4	1	0	815
Gift uden selverhverv	46	11	10	0	8	8	2	4	2	1	302
Medhjælpende ægtefælle	66	4	2	0	11	7	3	4	2	2	94

Kilde: DMI: 1980-1981, særkørsel

Bilag 7: Kombination af læsere af fire avisgrupper efter skoleuddannelse

	Kun lokal-avi-ser (1)	Kun lands-dækk-omn. (2)	Kun for-mid-dag (3)	Kun lands-dækk. spec. aviser (4)	Lokal land (1+2)	Lokal form. (1+3)	Lokal spec. (1+4)	Land. omn./ form. (2+3)	Land. omn./ spec. 2+4)	Form/ spec. (3+4)	Antal personer
					— % —						- 1.000 -
Total	38	10	11	1	9	10	3	7	4	2	4.163
Folkeskole indtil 7 år	52	6	10	0	7	9	2	4	1	1	1.650
Folkeskole over 7 år	36	7	17	0	7	12	1	6	1	1	900
Mellemsk./ realsk.	28	14	12	2	13	12	4	10	5	4	1.105
Stud.eks.el.høj.	15	25	5	6	15	7	7	11	12	5	496
Vil ikke svare	25	13	13	3	–	12	–	4	8	5	13

Kilde: DMI 1980-1981, særkørsel

Bilag 8: Udsagn om læsning af de enkelte stofområder blandt kernelæserne Landsdækkende morgenaviser

	Det meste	noget	intet	ube-svaret
		— % —		
Udenrigsstof	41	51	7	1
Indenrigsstof	50	46	3	1
Lokalstof	35	32	29	3
Sport	22	23	53	2
Personalia	27	28	44	2
Radio og TV	63	26	9	1
Debatstof	50	39	10	1
Kulturstof	34	43	21	1
Erhvervsstof	33	38	28	1
Varer og deres anvendelse	26	45	27	2
Rubrikannoncer	14	29	55	2

Tabellen læses vandret

Kilde: DMK's redaktionelle undersøgelse 1978

Bilag 9: Udsagn om læsning af de enkelte stofområder blandt kernelæserne Landsdækkende løssalgsblade

	det meste	noget	intet	ube-svaret
		— % —		
Udenrigsstof	34	49	15	2
Indenrigsstof	47	44	7	2
Lokalstof	36	25	35	5
Sport	41	24	33	2
Personalia	10	18	69	4
Radio og TV	68	23	7	2
Debatstof	40	38	20	2
Kulturstof	17	38	43	2
Erhvervsstof	32	35	30	2
Varer og deres anv.	29	43	25	2
Rubrikannoncer	15	23	59	4

Tabellen læses vandret

Kilde: DMK's redaktionelle undersøgelse 1978

Bilag 10: Udsagn om læsning af de enkelte stofområder blandt kernelæserne Lokale dagblade

	det meste	noget	intet	ube-svaret
		— %		
Udenrigsstof	22	56	20	1
Indenrigsstof	35	55	9	2
Lokalstof	77	19	3	1
Sport	28	28	43	2
Personalia	48	26	25	1
Radio og TV	59	30	10	1
Debatstof	30	43	26	1
Kulturstof	13	38	48	1
Erhvervsstof	27	42	29	2
Varer og deres anvendelse	31	47	21	2
Rubrikannoncer	36	39	24	2

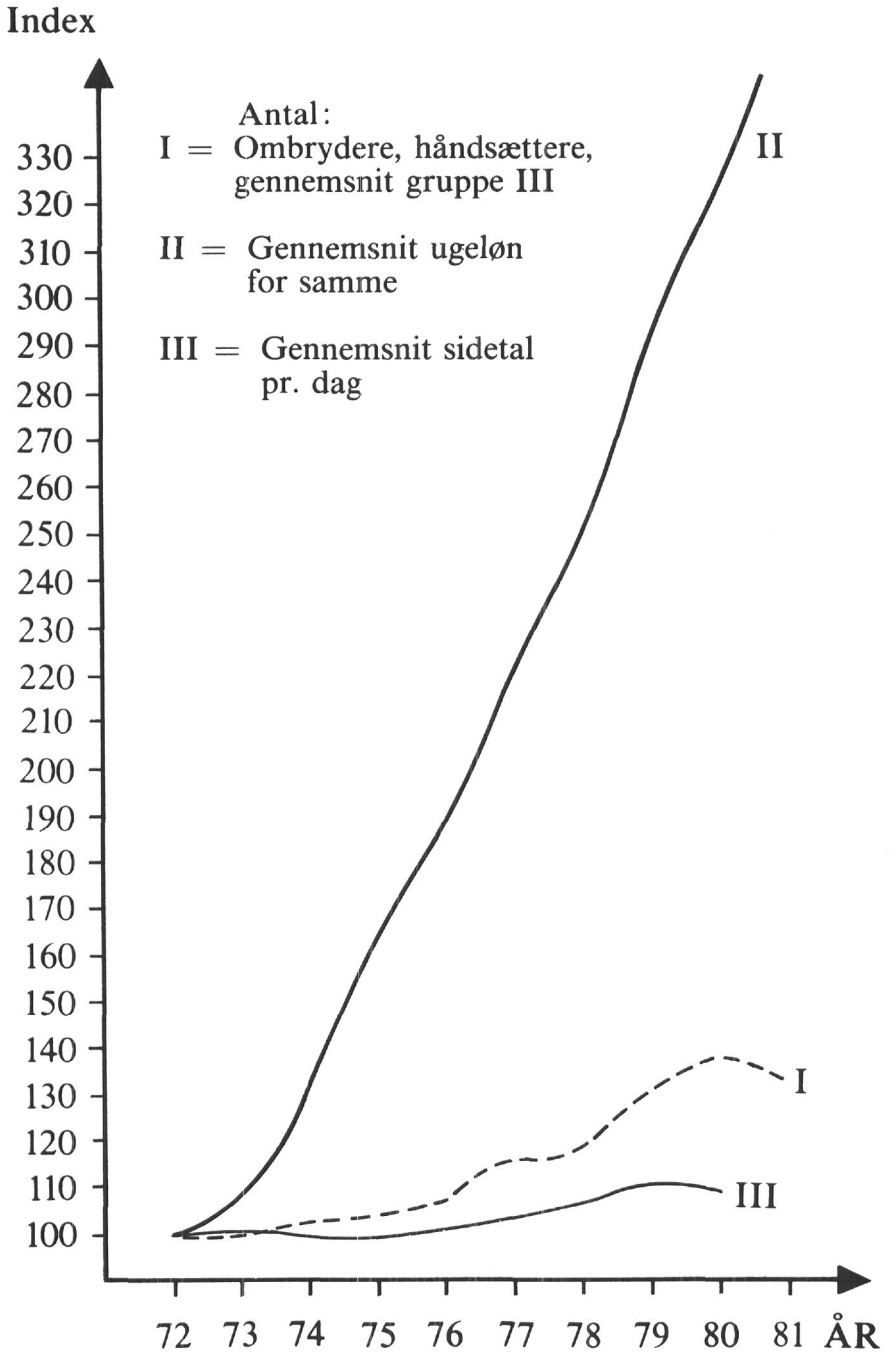
Tabellen læses vandret

Kilde: DMK's redaktionelle undersøgelse 1978

Bilag 11: Indtægts- og udgiftsstrukturens udvikling 1972–80 for 29 provinsdagblade og 7 landsdækkende dagblade

	29 provinsdagblade									7 landsdækkende	
	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1979	1980
					– % –					— % —	
Annoncer	47,5	47,0	43,4	41,8	45,6	44,7	44,0	43,2	41,1	37,9	36,4
Abonnement	31,9	29,9	30,6	30,8	30,2	28,2	29,6	29,8	30,7	18,2	19,4
Løssalg	5,4	5,0	5,2	5,4	5,1	5,4	5,5	5,5	5,6	25,6	27,0
Biaktiviteter m.v.	15,2	18,1	20,8	22,0	19,1	21,7	20,9	21,5	22,6	18,3	17,2
Indtægter i alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Materialer	9,9	9,0	9,5	10,0	10,0	9,3	8,9	8,4	8,5	10,9	11,4
Produktion	20,9	21,8	23,8	25,2	25,1	24,2	25,0	24,5	25,1	23,5	23,8
Redaktion	16,9	17,1	16,5	16,3	15,6	15,8	15,6	15,4	16,0	14,4	15,0
Distribution	9,1	9,1	9,0	8,7	8,9	8,7	9,0	9,1	9,6	13,3	13,3
Salg- adm. & fællesudgifter	25,2	26,1	25,3	24,3	24,3	25,8	25,9	25,3	26,0	27,2	26,6
Pr.udg. vedr. biaktiviteter	8,6	9,0	11,1	12,4	10,6	10,8	12,3	12,8	13,1	10,8	10,1
Årets rest til dækn. af afskrivn., renter og overskud	9,4	7,9	4,8	3,1	5,5	5,4	3,3	4,5	1,7	÷0,1	÷0,2
Inflationsrate	6,6	9,3	15,2	9,6	9,0	11,1	10,1	9,6	12,3	9,6	12,3

Bilag 12: Udviklingen i beskæftigelsen i formfremstillingen, gennemsnitlig ugeløn og sideproduktion, 1972-1980, for 10 udvalgte provinsdagblade.



Bilag 13: Oversigt over Dagspressens Finansieringsinstituts bevillinger (1970-30. **juni 1982)**

Antal sager	Navn	Bevilling Kaution	Bevilling Tilskud
		— 1.000 kr. —	
(2 sager)	Amts Avisen, Randers	3.300	770
(9 sager)	A/S A-pressen	800	2.100
(3 sager)	Bornholms Tidende A.m.b.A.	2.900	660
(3 sager)	Dagbladet A/S	9.000	1.950
(2 sager)	Dagbladet Vestkysten	0	686
(1 sag)	Dannevirke Hejmdal A/S	0	55
(2 sager)	Danske Dagblades Forening	0	627,5
(1 sag)	Den Grafiske Højskole	0	37,5
(3 sager)	Fjerritslev Avis	0	231
(1 sag)	Forlaget Børsen	0	0
(2 sager)	Frederikshavn Avis	200	111
(2 sager)	Fyens Stiftstidende A/S	5.000	1.750
(3 sager)	Helsingør Dagblad A/S	0	940
(2 sager)	Herning Folkeblad A/S	5.750	965
(3 sager)	H. Matzen-Dagbladenes Repro-Central	0	314
(5 sager)	Holbæk Amts Venstreblad A/S	2.160	433,5
(4 sager)	Horsens Folkeblad	0	1.296,2
(9 sager)	Information	1.151	644,7
(6 sager)	Kalundborg Folkeblad A/S	1.300	650
(1 sag)	Kjerteminde Avis	0	290
(5 sager)	Kristeligt Dagblad	1.092	323
(4 sager)	Land og Folk	0	91
(4 sager)	Lolland-Falsters Folketidende A/S	6.060	3.300
(2 sager)	Middelfart Venstreblad A/S	190	185
(7 sager)	Midtjyllands Avis, Silkeborg	1.500	822
(2 sager)	Morgenavisen Jyllandsposten	0	1.167,5
(7 sager)	Morsø Folkeblad A.m.b.A.	0	460,5
(5 sager)	Næstved Tidende	4.000	1.800
(4 sager)	Ritzaus Bureau I/S	0	600
(4 sager)	Roskilde Tidende A/S	0	257
(5 sager)	Sjællands Tidende A/S	0	1.170
(4 sager)	Skagens Avis	0	150
(4 sager)	Skive Folkeblad	1.800	607,5
(8 sager)	Socialistisk Dagblad	0	393
(3 sager)	A/S Svendborg Avis	2.200	708
(5 sager)	Vejle Amts Folkeblad	0	1.087
(3 sager)	Vendsyssel Tidende	0	1.090
(1 sag)	Aalborg Stiftstidende A/S	0	3.000
(3 sager)	Aarhuus Stiftstidende	0	1.080
	I alt	48.403	32.802,9

Pr. 1. november 1982 er der yderligere givet tilsagn om 2,7 mio. kr. i tilskud i 1983.

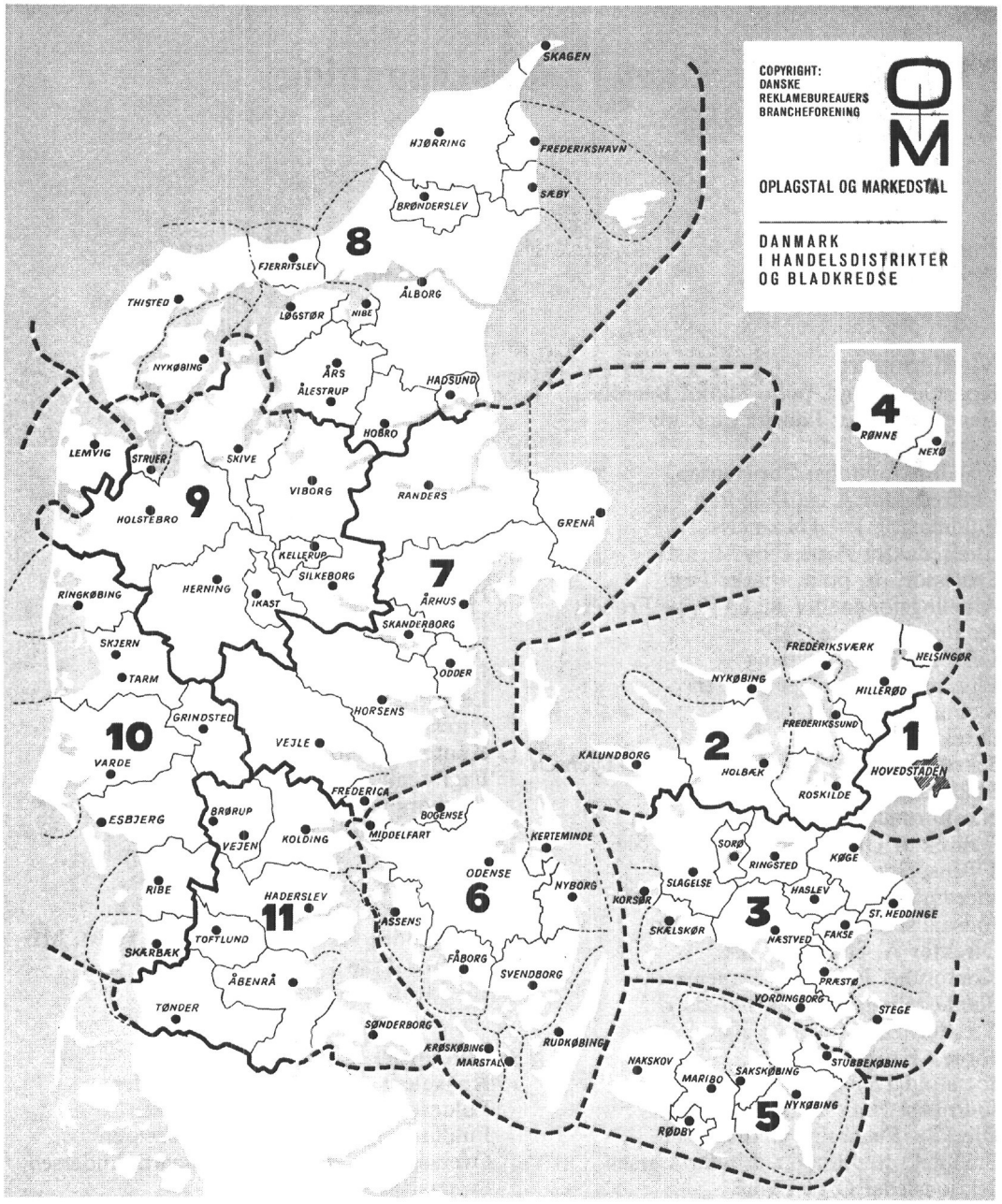
Bilag 14: Oversigt over Momsnævnets avisafgørelser vedrørende danske publikationer (Merværdiafgiftslovens §12, stk. 1, punkt h)

Nævnets j.nr.	Navn	Afgifts-pligtig	Afgifts-fri
148/1967	Landsbladet	×	
148/1967	Husmandshjemmet	×	
154/1967	Statstidende	×	
196/1967	Ingeniørens Ugeblad	×	
208/1967	Højskolebladet	×	
247/1967	SF–bladet	×	
248/1967 17/1978	Finanstidende	×	
269/1967	»Venstrebladet« i Kolding	×	
280/1967	Distriktsblade (min. 15 pct. redaktionsstof)		×
124/1968	Dansk Fiskeritidende	×	
210/1967 6/1969 23/1970	Tips–Bladet	×	
108/1970	Nyhedsmagasinet NB	×	
95/1971	Hovedbladet		×
15/1973	Anden	×	
289/1974	Det ny Notat		×
82/1975	Corsaren	×	
102/1975	Position–Maritim Bulletin	×	
107/1975	Danmarks Handels– & Søfarts Tidende		×
23/1976	Ugeavisen Minut		×
26/1976	Weekendavisen Berlingske Aften		×
41/1976	Erhvervs–Bladet		×
56/1976	Idé Politik		×
10/1979	Licitationen, Dagbladet for Bygge– og Anlægsvirksomhed	×	
75/1979	Arbejderavisen		×
126/1979	Klassekampen		×
15/1981	Samtid		×
18/1981	Fremskridt		×
59/1981	Københavnerbladet		×
62/1981	Måneds Børsen	×	
63/1981	Radikal Politik	×	
122/1981	Nyt fra Folkebevægelsen for frie Fagforeninger	×	
2/1982	Frit Danmark	×	
43/1982	Byens Fri blad		×
44/1982	Naturens Verden	×	
45/1982	SOC Arbejderbevægelsens Ungdomsblad	×	
46/1982	een for alle Børneavisen		×
49/1982	Politisk Revy		×
63/1982	Arbejderen		×

Bilag 15: Forskellige portotakster pr. 1.1.1983

Blade						Andre forsendelser		
Vægt gram	Dag-blade	Uge-blade	14-dages-blade	Måneds-blade	Kvartals-blade	Breve	Tryks.	Vægt gram
	— ører —					— ører —		
50-60	11,5/12,9	43	51	65	88	200	150	0–20
60-70	12,9/14,3	46	54	68	91	270	230	20–100
80-90	14,3/17,1	52	60	74	97			
90-100	17,1/18,5	55	63	77	100			
100–125	18,5/22,0	60	70	85	110	400	350	100-250
125-150	22,0/25,5	70	80	95	120			
150-200	25,5/32,5	85	95	110	135			

Bilag 16: Handelsdistrikter og bladkredse



Bilag 17:

Mediekommissionens sammensætning
1. december 1982

Formand:
Professor H. P. Clausen

Medlemmer:
Konsulent, cand. polit. Sigurd Bennike
Generaldirektør Laurits Bindsløv
Aase Boesen
Vicedirektør Johs. Christensen
Chefredaktør Aage Deleuran
Fuldmægtig Ilse Dickmeiss
Chefredaktør Arne Ejbye-Ernst
Professor, dr. polit. Bjarke Fog
Afdelingsforstander Knud Aage Frøbert
Kontorchef Kate Galle
Lektor Morten Giersing
Fhv. minister Holger Hansen
Kommitteret Poul Hansen
Direktør Poul Holdt Hansen
Sekretariatsleder Knud-E. Hauberg-Tychsen
Fuldmægtig Ida Heide-Jørgensen
Næstformanden for radiorådet,
direktør Ole Bernt Henriksen, MF
TV-inspektør Povl Hermansen
Viceamtsborgmester Peter Holst
Journalist Tove Hygum Jakobsen
Direktør A. Stendell Jensen
Kontorchef F. Reidar Jørgensen
Planlægningschef Erik Knudsen
Næstformand Liselotte Knudsen
Torben Krogh
Socialrådgiver Gerda Louw Larsen
Journalist Hans Larsen
Direktør Flemming Leth-Larsen
Biblioteksdirektør Kr. Lindbo-Larsen
Sektionsleder Olga Linné
Lektor Erik Lund
Konsulent A. Lund-Sørensen
Teledirektør 1b Lønberg
Direktør, lic. merc. Børge O. Madsen
Chefredaktør Thyge Madsen
Lektor Frands Mortensen
Borgmester Karl Johan Mortensen
Direktør Peter Müller
Borgmester Bent Nebelong
Forbundsformand Børge E. Nielsen
Hovedbestyrelsesmedlem Hans Nielsen
Civiløkonom Kirsten Nielsen
Direktør Arnold Nørregaard
Journalist Ruth Nörthen
Fuldmægtig J. Nørup-Nielsen
Forretningsfører Kaj Pedersen
Direktør E. Kjær Poulsen
Lektor Preben Sepstrup
Lektor Karen Siune
Direktør Henning Skaarup
Kontorchef Bo Smidt
Fagforeningsformand Hans Strunge
Viceborgmester Hilmar Sølund
Overbibliotekar Karl V. Thomsen
Professor, dr. phil. Niels Thomsen
Direktør P. Toftdahl
Kommitteret W. Weincke
Formanden for radiorådet, Birte Weiss, MF
Chefredaktør J. M. Westergaard
Civiløkonom Eivind Winsløw

Sekretariat:
Konsulent A. Lund-Sørensen (leder)
Fuldmægtig Jørgen Stig Andersen
Fuldmægtig Henning Lund-Sørensen
Overassistent Hanne Westergaard Andersen
Overassistent Lis Meyer
Overassistent Lizzie Skog