

Kortlægning af den offentlige mediestøtte i Danmark

**Udredning af den danske mediestøtte
Midtvejskonference d. 30. september 2008**

Sammenfattende præsentation af mediestøtte, 2007 (mio. kr.)

	Lovbunden støtte	Hævdvunden støtte	Moms støtte på	I alt
Elektroniske medier	3.894,2	10	949,5	4.853,7
Trykte medier	1.504,9	41,9	0	1.546,8
I alt	5.399,1	51,9	949,5	6.400,5

Mediestøtte 2007	Modtagere	Mio. kr.
Licens	Direkte støtte til elektroniske medier	3.268,1
Overskydende licensmidler fra 2005	Medielicenskampagner	7,6
Licens	Midler til sikring af PS -kontrakten	50,6
	DR i alt	3.326,4
Licens	TV2-regionerne	408,5
Licens	Mediesekretariatet	5,2
Licens	Mediestatistikprojekt	0,8
Licens	Udredning om fremtidig mediestøtte	1,0
Licens	Analogt stop, information mv. *	10,0
Licens	Stat ion Next	5,6
Overskydende licensmidler	Public Service Puljen	75,0
Bevilget fra det overskydende licensprovenu 2006	Revision under søgelse DR Byen	11,0
Licens	Lokal Radio og TV	50,8
Kommunale midler	Lokal Radio og TV	10,0
I alt (uden moms)		3.904,3
Moms på licens	Stat en	949,5
I alt (med moms)		4.853,8

Sum diverse: 33.6 mio. kr

Kilde: DR årsrapport 2007, Ækonomisk bilag til Mediepolitisk aftale for perioden 2007-2010, DR Licens, Finansloven 2008, Statsregnskab 2007 og DFI.

* De 10 millioner kr. til brug for informationskampagne i forbindelse med analogt stop blev bevilget i 2007, men blev ikke anvendt som følge af, at udbudsprocessen blev forsinket.

RAMBOLL

management

	Mediestøtteordning	Modtager	Mio. kr.
Direkte støtte	Distributionsstøtte	Dagblade, Ugeaviser, Blade	392
	Dagbladsnævnet	Dagblade og dagbladslignende publikationer	13,2
	Særlig støtte til aviser i grænselandet	Flensborg Avis Og Der Nordschleswiger	37,9
	Tidsskriftstøtteordning og tidsskriftsværksted	Visse tidsskrifter	2,6
	Støtte til videnskabelige tidsskrifter *	Akademiske tidsskrifter	1,06
Indirekte støtte	0-moms som tabt provenu **	Aviser	1.100
	Dispensation fra konkurrence-loven	Aviser og magasiner	-
	Dispensation fra forbrugeraf-taleloven	Aviser og magasiner	-
Σ	I alt		1.546,76

"Det overordnede formål er at opretholde og styrke den demokratiske debat i samfundet."



"Det overordnede formål er at opretholde og styrke den demokratiske debat i samfundet."



= at skabe et så mangfoldigt og alsidigt medieudbud som muligt



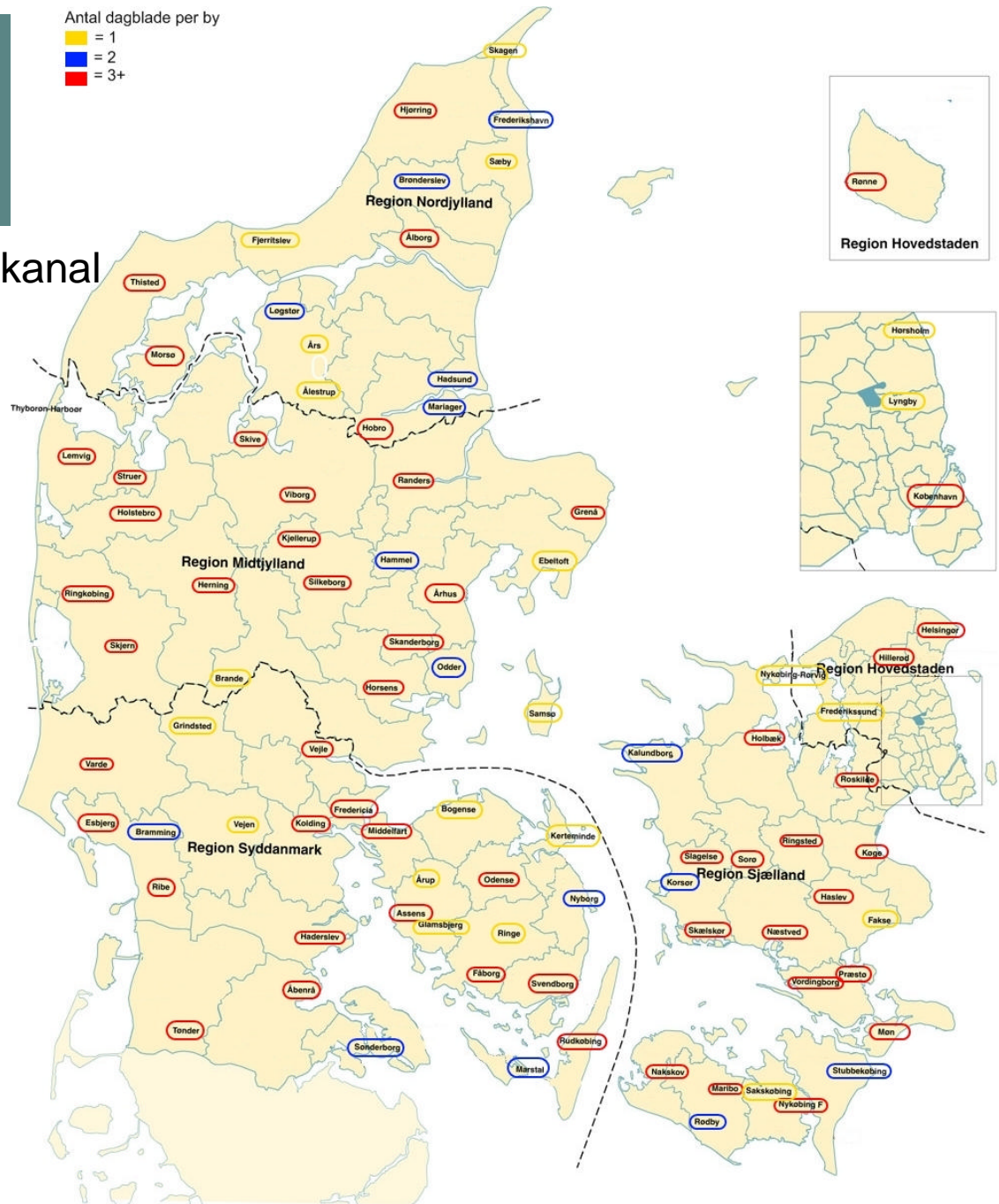
- *"udbredt forholdsvis billigt, så alle dele af befolkningen har råd til dem"*
- *"mediernes uafhængighed af staten"*
- *"traditionelle kulturelle og folkeoplysende hensyn"*

Mangfoldighed:

1950 = 233 dagblade + 1 radiokanal

Antal dagblade per by

- = 1
- = 2
- = 3+



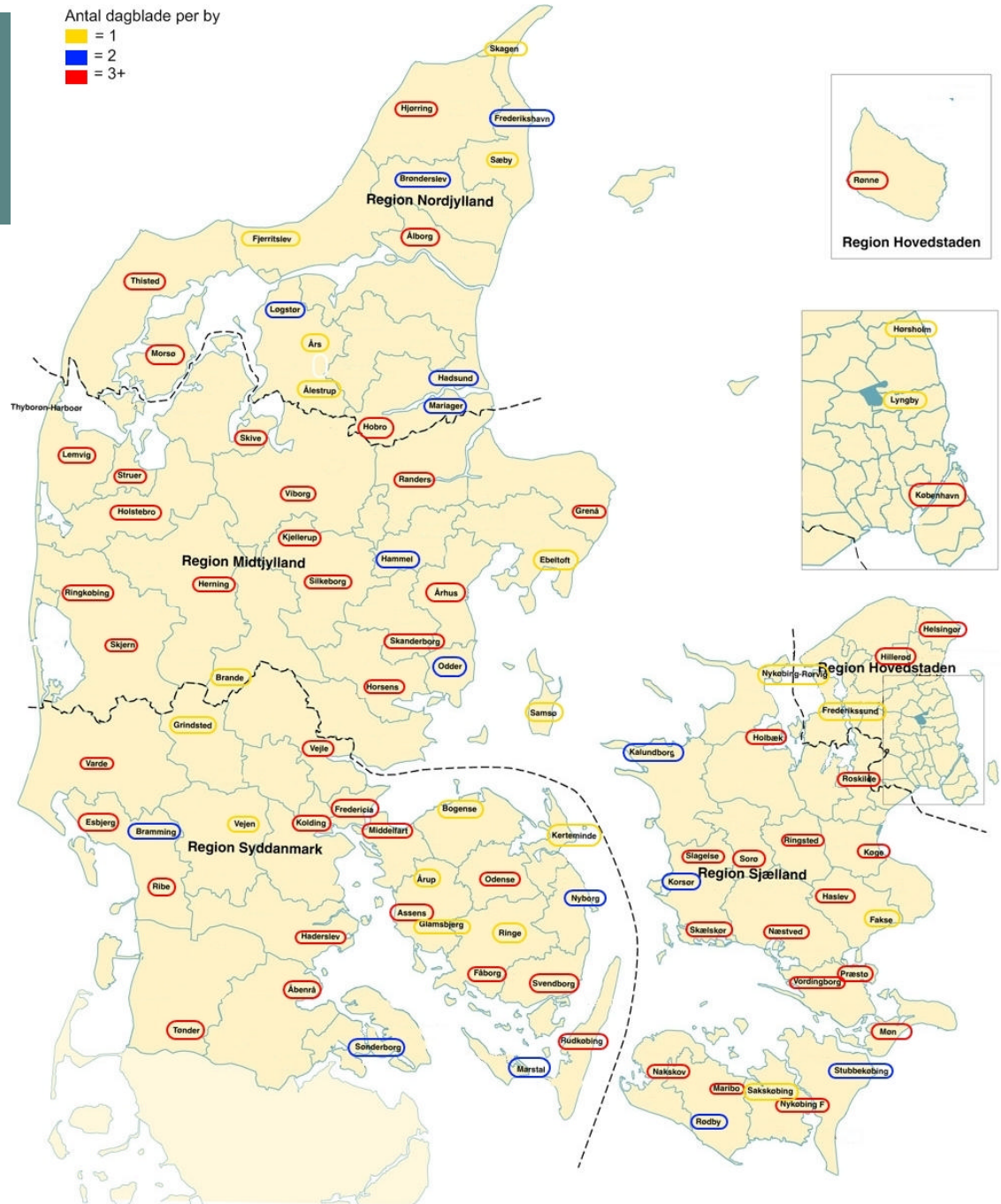
Mangfoldighed:

1950 = 233 + 1

1970 = 56 + 3 + 1 (TV)

Antal dagblade per by

- = 1
- = 2
- = 3+



Mangfoldighed:

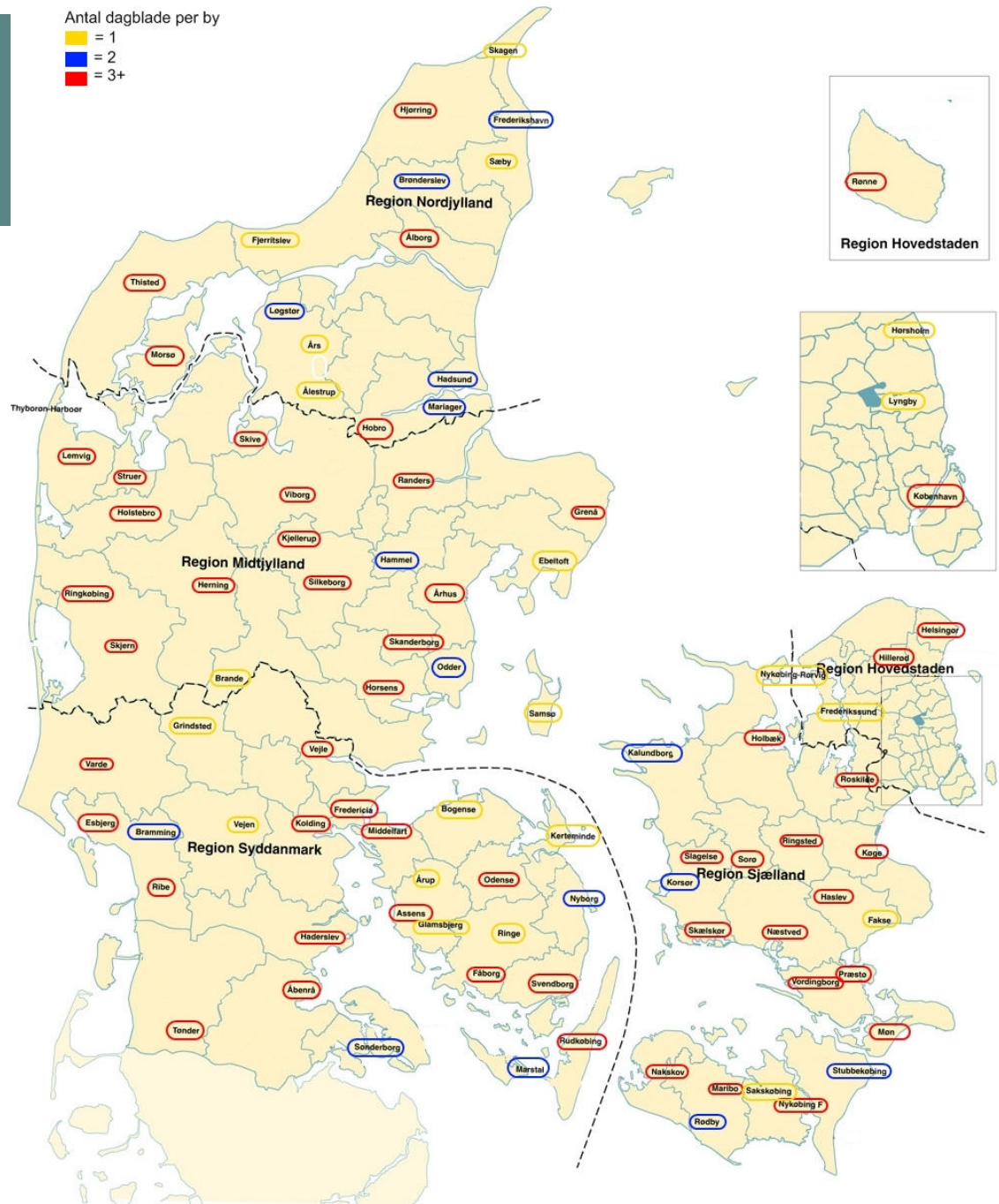
1950 = 233 + 1

1970 = 56 + 3 + 1

2007 = 30 + 266 + 120

Antal dagblade per by

- = 1
- = 2
- = 3+



Mangfoldighed:

1950 = 233 + 1

1970 = 56 + 3 + 1

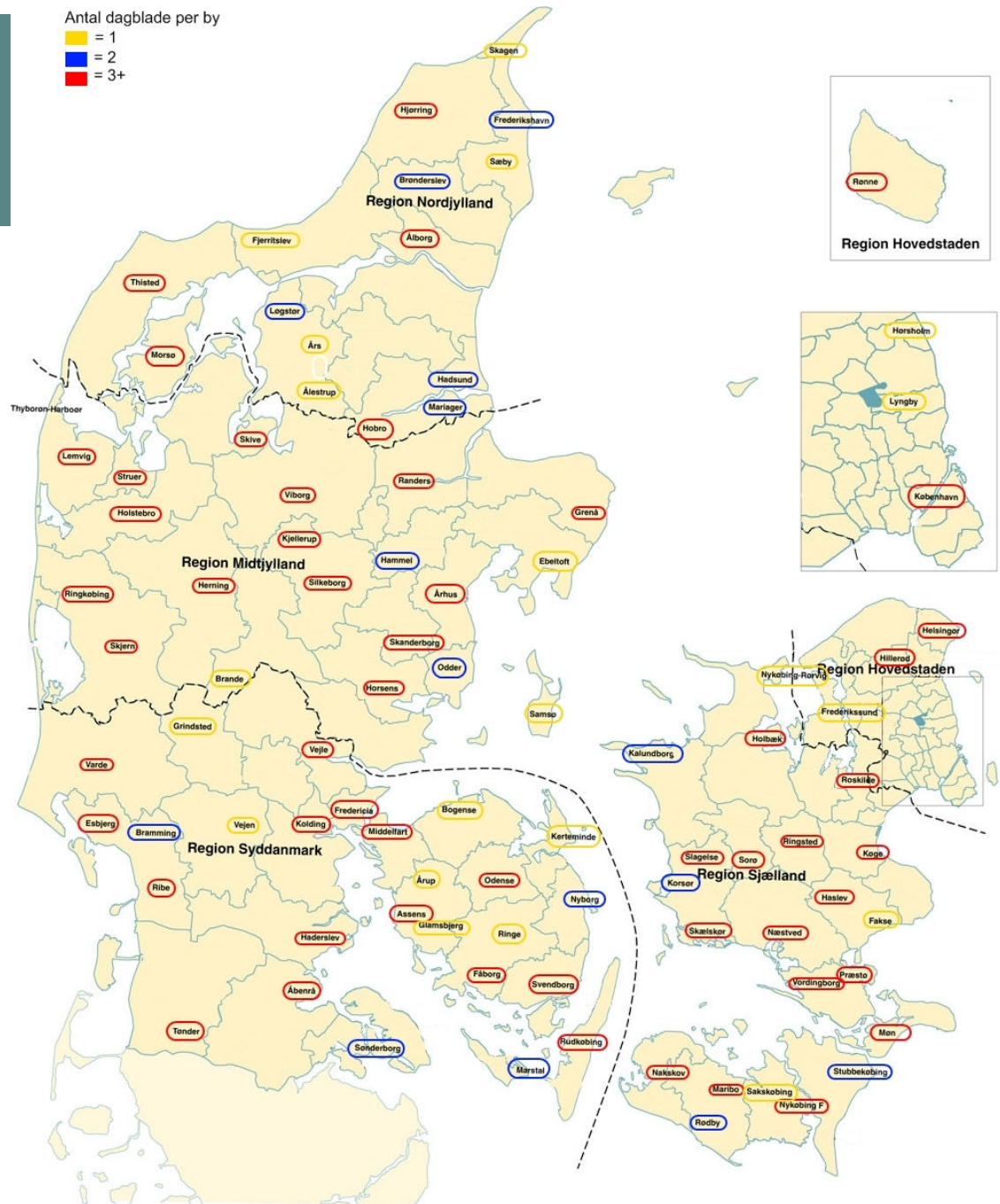
2007 = 30 + 266 + 120

- + 7 gratisaviser
- + 280 distriktsblade
- + >70 magasiner
- + >4000 fagblade
- + ????? andre medier

- hvoraf X er periodiske
- Y er debat-bærende
- Z er alsidige

Antal dagblade per by

- = 1
- = 2
- = 3+



Mangfoldighed:

1950 = 233 + 1

1970 = 56 + 3 + 1

2007 = 30 + 266 + 120

- + 7 gratisaviser
- + 280 distriktsblade
- + >70 magasiner
- + >4000 fagblade
- + ????? andre medier

- hvoraf X er periodiske
- Y er debat-bærende
- Z er alsidige

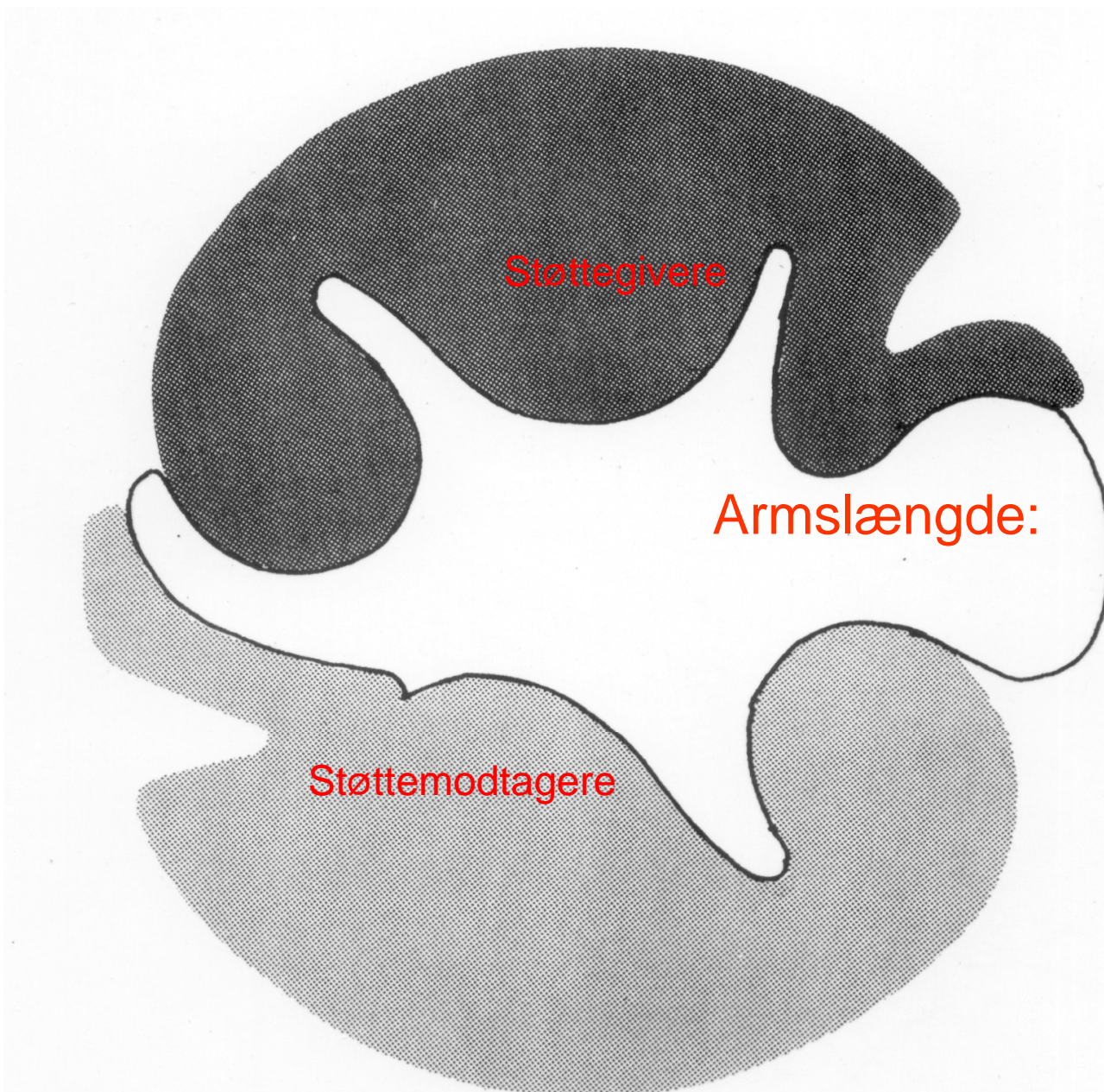
**På grund af (eller på trods af)
offentlig mediestøtte?**

Antal dagblade per by
■ = 1
■ = 2
■ = 3+



Tilgængelighed:

- Pris
- Distribution
- Aktiv deltagelse
- Marginaliserede grupper
-



- Støtteformer
- Tildelingskriterier
- Procedurer
- Administration



***” ...traditionelle kulturelle
og folkeoplysende hensyn”***

Udredningens fase 2

Scenarier for medieudvikling og mediestøtte

2009-2012

2014-2018

**Som støtte for denne analyse inddrages
udviklingen i andre lande
– primært Norge og Sverige**

Uafklarede spørgsmål

- Det er et uafklaret spørgsmål, hvordan mediestøttens officielle hovedformål "fremme af den demokratiske debat" skal operationaliseres. Der lægges op til en vurdering ud fra principper om mangfoldighed, tilgængelighed og armslængde fra staten. Er der andre målbare dimensioner, der bør inddrages?
- Der er vanskeligt at vurdere mulig krydssubsidiering mellem støttede og ikke-støttede mediegrupper, f.eks. markedsføring af nye web-og mobiltelefon-baserede medieplatforme med udgangspunkt i etablerede udbydere af radio, tv, aviser og blade. Hvordan kan sådanne synergier måles?
- Vi har behov for supplerende data til belysning af mediestøttens økonomiske betydning for modtagerne. Dette gælder særligt omsætningsprofiler, omkostninger, priselasticitet o. lign. Derfor efterlyses dokumentation og konstruktiv metodeudvikling til prognosearbejdet i udredningens anden fase.

DRs anvendelse udgifter opgjort på medie-platforme, 2007

Medie-plattform	Mio. Kr.
DR TV	1.990,9
DR Radio	1.234,5
DR Web	187,0
DR Mobilmedier	8,9
I alt	<u>3421,3</u>

mediegrupperne

- 1) *radio* og de ***internetsider***, der er knyttet til de enkelte radioer
- 2) *tv* og de ***internetsider***, der er knyttet til en tv-kanal

mediegrupperne

- 3) *dagblade* og de med dagbladene integrerede ***internetsider***
- 4) *gratisaviser* og de dermed integrerede ***internetsider***
- 5) *distriktsblade* og de dertil knyttede ***internetsider***

mediegrupperne

- 6) *magasiner* og de dermed integrerede ***internetsider***
- 7) *gratismagasiner* og dertil hørende ***internetsider***
- 8) *fagblade* og de dertil knyttede ***internetsider***
- 9) *tidsskrifter* og de dertil hørende ***internetsider***
- 10) husstandsomdelte (reklame)tryksager

og en blandet gruppe af

- 11) fritstående **internetmedier**