



VERKSAMHETSPLAN 2015

TU:s FOKUS

TU:s fokus har under 2014 fortsatt att förtydligas och uppdraget fortsatt att renodlas.

När TU nu går in i ett nytt verksamhetsår 2015 har vi nått en balanserad nivå för verksamheten som är såväl en plattform för vad medlemsföretagen efterfrågar – med befintliga resurser – som vad TU med samma resurser kan leverera.

Mot den bakgrunden är TU:s fortsatta uppdrag följande:

- Fortsatt fokus på kärnverksamheten, d v s de frågor där branschen kan, måste och förväntas agera gemensamt för att ha genomslag – den gemensamma spelplanen. M a o de frågor som generellt påverkar branschens möjligheter att verka och utvecklas i dagens konkurrenssituation. TU ska här vara ett nav, den gemensamma organisatoriska kanalen för medlemmarna i just de branschgemensamma frågorna.
- TU ska i dessa frågor genom lobbying och påverkansarbete mot riksdag, regering, myndigheter, organisationer och deras motsvarigheter inom EU verka för att påverka branschens ramvillkor; ekonomiska, publicistiska och konkurrensmässiga förutsättningar.
- TU ska fortsatt vara en kunskapsbas och samla in, bearbeta, analysera och leverera branschgemensam information, statistik och fakta om och till branschen och marknaden.
- Med detta fokus för TU möjliggörs en fortsatt rak kommunikation om TU:s uppfattning gentemot marknad, politiker och andra beslutsfattare.
- Och med ett tydligare fokus möjliggörs en fortsatt slimmad organisation, låga kostnader och låga medlemsavgifter.
- Dock måste organisationen ha en beredskap för att kunna agera – också kostnadsmässigt – när oförutsedda behov uppstår. För detta bör visst budgetmässigt utrymme skapas.

TU tar sedan 2012 ett aktivt och ekonomiskt engagemang och ansvar för den branschöverskridande organisationen Utgivarna. Det engagemanget fortsätter i samma omfattning t o m 1 augusti 2015 och även därefter, men då inte på en kostnadsmässigt lika hög nivå som tidigare.

TU upphörde fr o m 2014 med utgivningen av Medievärlden, som dock fortsatt drivs vidare i egen regi av de tidigare anställda.

På personalsidan har under 2014 en tjänst avvecklats och TU:s personal består i nuläget av fem personer.

TU:s verksamhet kommer fortsatt att ses över för att säkerställa att branschorganisationen har en stabil ekonomi och aktivt och framgångsrikt ska kunna lägga sina resurser på just de frågor som är viktiga för medlemmarna. Detta får genomslag också i 2015 års budget då viss omprioritering av verksamhet och personal förväntas äga rum i förhållande till Utgivarna, där bl a Jeanette Gustafsdotter går tillbaka till tjänsten som vd för TU efter sin tjänstledighet som vd för Utgivarna.

Mot ovanstående bakgrund är TU:s fokusområden för år 2015 följande:

- * Juridik
- * Lobbying- och opinionsarbete
- * Omvärld, analys och statistik
- * Kurser och seminarier
- * Den pressetiska verksamheten

Till detta kommer administrativa och ekonomiska stödfunktioner samt IT, kontorsservice och informations-och kommunikationsinsatser, inkl. tu.se.

Medlemsavgifter

Den nya, rättvisare, och mindre konjunkturkänsliga avgiftsmodell – där medlemsavgifterna grundas på andelstal – som infördes 2014 kommer att fortsätta tillämpas.

Medlemsavgiften 2014 innebar – efter årsmötesbeslut i mars 2014 - en reducerad medlemsavgift, på så sätt att medlemmarna endast betalade avgift till föreningens servicebolag TU Service AB samt en symbolisk medlemsavgift till Svenska Tidningsutgivareföreningen om 1.000 kronor. I praktiken innebar detta en rabatt på medlemsavgiften på över 40 %

Lokaler

Sedan snart två år tillbaka sitter TU (och Utgivarna m fl) i centrala lokaler på Kungsgatan 62 i Stockholm. Det innebär en lokalyta anpassad till verksamheten, lägre hyra, viss andrahandsuthyrning - och samtidigt ett centralt läge med närhet till riksdag, regeringskansli, myndigheter och andra intresseorganisationer. För medlemsföretagen ger det en större tillgänglighet i förhållande till allmänna kommunikationer och en möjlighet att i större utsträckning använda TU:s lokaler för egna möten och sammankomster, vilket också många medlemmar nyttjar. Det ger dessutom bra tillfällen för möten mellan TU och medlemmarna.

Samarbetet med Utgivarna

TU och Utgivarna har – och kommer fortsatt att ha – ett mycket nära samarbete. Som den finansiellt också fortsatt största huvudmannen för Utgivarna har TU ett ansvar för att optimera

de gemensamma arbetsinsatserna. TU och Utgivarna har, förutom den dagliga kontakten, regelbundna samordningsmöten.

JURIDIK, LOBBYING & OPINION

Efter Supervalåret 2014

Efter 2014 års val till såväl Sveriges riksdag som till EU-parlamentet och framför allt det svenska regeringskiftet är spelplanen ny. TU har att bevaka och bygga nya kontakter med alla de nya politiska konstellationerna för att säkerställa att branschens frågor beaktas. Det gäller såväl på nationell nivå som på EU-nivå – i det sistnämnda fallet inom alla EU-institutionerna, men i synnerhet i förhållande till Regeringskansliet/Sveriges Permanenta representation i Bryssel samt till EU-parlamentet och de svenska parlamentsledamöterna.

Digitalmomsen

Momsen på tryckta skrifter är 6 % medan momsen på digitala medier med samma innehåll är 25 %. Den nyttillträdde EU-kommissionen har att fortsatt – och snabbt - se över det mervärdesskattedirektiv, som måste ändras för att svensk lag ska kunna tillåta en reducerad moms också på digitala medier. TU har under 2014 arbetat mycket aktivt - med viss konsultmedverkan - för en ändring av direktivet och framför allt för att få den svenska regeringen att aktivt agera för detta.

För TU är detta en prioriterad fråga också under 2015.

Reklamskatten

Reklamskatten är i praktiken en skatt på kvalitetsjournalistik. Det är nu mer än tolv år sedan riksdagen gav regeringen till känna att reklamskatten borde avskaffas – ”med beaktande av det budgetpolitiska läget”.

TU har under 2014 lagt ned mycket arbete på reklamskattefrågan och kommer under 2015 att prioritera arbetet med reklamskattens avskaffande – i viss utsträckning med konsultmedverkan.

Public service

Som ett mycket konkret resultat av TU:s lobbyingsarbete gavs Myndigheten för radio och tv två uppdrag från Alliansregeringen; man ska dels granska vilken marknadspåverkan public service-verksamheten, dels se över det system med förhandsprövning av nya tjänster av större omfattning som uppenbarligen inte fungerar.

TU har träffat utredarna ett antal gånger, förser dem löpande med branschfakta och branschkunskap liksom externa underlag, utredningar och bedömningar.

Inför den "halvtidsöversyn" för public service som äger rum vid utgången av 2016 är det beredande arbete som äger rum under 2015 – och resultatet av - bl a de ovan nämnda utredningarna, av stor betydelse. Fokus kommer därför att läggas på dem.

Sverige, spelmonopolet och spelannonsförbudet ("främjandeförbudet")

För ett och ett halvt år sedan lämnade TU in en formell anmälan mot Sverige till EU-kommissionen med anledning av det svenska spelmonopolet i allmänhet och det s k främjandeförbudet, d v s förbudet mot att publicera annonser för utländska spelbolag, i synnerhet. TU:s anmälan är förstås inte den enda, men som ännu ett konkret resultat av TU:s lobbyingsarbete, så har man nu på EU-kommissionen tröttnat på hur den svenska staten agerar – eller snarare att den inte agerar – och har därför stämt Sverige.

Den nytilträdde regeringen har med anledning av detta förklarat att spelmonopolet måste ändras.

Sedan tidigare pågår dock en departementsutredning som bl a ska se över om reglerna kring sanktionerna för överträdelse av spelannonsförbudet kan ändras, men med direktiv som snarare syftar till att upprätthålla spelmonopolet och främjandeförbudet.

TU har att under 2015 agera aktivt i spelannonsfrågan för att undvika ett – om än sannolikt kortsiktigt – totalförbud för spelannonser samt för att säkerställa en långsiktigt acceptabel lösning på spelannonsfrågan.

Tryck- och yttrandefriheten

Regeringen valde att under föregående mandatperiod endast lägga fram ett fåtal av de förslag – samtliga negativa - som den statliga yttrandefrihetskommittén hade föreslagit, men aviserade samtidigt att en ny utredning ska se över kommitténs övriga förslag. Det gäller bl a den s k databasregeln och om preskription för artiklar på sajter och i arkivdatabaser. Det är mycket angeläget att dessa frågor tas om hand och får en tillfredsställande utformning.

Denna utredning har nu tillsatts och TU finns representerat tillsammans med – och genom – Utgivarna och Jeanette Gustafsdotter som expert.

Jeanette finns även med som expert i den s k "Näthatsutredningen", som kommer att beröra integritetsfrågor och – därmed indirekt – också tryck- och yttrandefrihetsfrågor.

Sifo-undersökning

TU har, med hjälp av Sifo, med de tre senaste valda riksdagarna genomfört enkätundersökningar om riksdagsledamöternas attityder till aktuella – och kontroversiella - frågor där yttrandefriheten berörs.

Resultaten har varit nedslående, men också framkallat viktig publik debatt om yttrandefriheten. TU kommer med den nu nyvalda riksdagen under 2015 att genomföra en ny undersökning.

Presstödet m m

Hösten 2013 avlämnade Presstödskommittén sitt slutbetänkande. Remissvar avlämnades under 2014. Alliansregeringen återkom aldrig med någon proposition.

För många av TU:s medlemmar är det angeläget att presstödsfrågan får en över tiden förutsebar lösning – nuvarande presstödsförordning upphör vid årsskiftet 2016/2017 och ett nytt stödsystem måste förhandlas fram i samråd med EU-kommissionen.

TU kommer därför – med beaktande av att medlemsföretagen här har skilda åsikter om presstödet – att noga följa det fortsatta arbetet och agera, särskilt där det finns en samsyn mellan medlemmarna, t ex i frågan om samdistribution av tidningar och post.

TU kommer också att agera i frågan om en ev ny "Medieutredning", så att beslut i akuta frågor om t ex reklamskatt, digitalmoms och presstöd (som redan utretts) inte härigenom ytterligare skjuts på framtiden.

Den pressetiska verksamheten

Som huvudfinansiär för den pressetiska verksamheten tar TU och dess medlemmar ett stort ansvar. Arbetet med att skapa ett nytt medieetiskt system med en Medieombudsman och en Mediernas Opinionsnämnd kommer att fortsätta inom Utgivarna och gå in i ett skarpt läge under 2015. TU har en ledande roll i Pressens Samarbetsnämnd och kommer att vara fortsatt ledande i det arbetet.

Det mest signifikanta som inträffat under 2014 är att ärendemängden ökat. I skrivande stund har det kommit in 544 anmälningar, jämfört med 319 samma tid i fjol. Det är en ökning på 70 procent. Redan i oktober passerades den högsta noteringen någonsin, 438 anmälningar, från 1998. I grund och botten är det positivt att allt fler känner till vår verksamhet och väljer att anmäla, även om det innebär en ökad arbetsbelastning på kansliet.

I dag finns en balans på 73 ärenden, vilket är en något förhöjd normalnivå.

PO:s utåtriktade verksamhet har under 2014 varit på samma nivå som 2013. Det innebär en rad krönikor och debattartiklar, över 30 intervjuer för olika medier, 11 debatter och drygt 20 föredrag för sammanlagt mer än 3000 personer. Sammanlagt motsvarar detta uppskattningsvis 80 arbetsdagar.

För 2015 finns tre fokus:

- Sänka den samlade balansen, vilket skulle innebära förkortade utredningstider.
- Externt arbete i samma utsträckning som hittills.
- Fortsätta förnyelsen av institutet. Just nu utreder Samarbetsnämnden om det är möjligt att förändra synen på 3-månadersregeln så att det blir enklare att pröva om gamla internetpubliceringar innebär en oförsvärlig publicitetsskada. Till det kommer att vi utreder möjligheterna att starta en podcast, både för diskussion om pressetiska frågor och tryckfrihetsfrågor i en bredare bemärkelse.

Lobbying – frågor i övrigt

TU ska i övrigt bevaka och påverka det som händer i riksdag och regeringskansli. Det gäller t ex offentlighetsprincipen, informationshanteringsutredning (där TU finns med som expert), upphovsrätts- och marknadsföringslagstiftningen m m.

Vi ska – direkt eller via ENPA – bevaka och påverka de EU-frågor som påverkar medieområdet. Viktiga frågor 2015 är här t ex den pågående översynen av persondataskyddsdirektivet (som sedan får sitt genomslag i den svenska personuppgiftslagen, PUL), den kommande revideringen av upphovsrättsdirektivet och digitalmomsfrågan.

ENPA & WAN-Ifra

Svenska medier påverkas – som alla andra branscher – i allt större utsträckning av vad som beslutas inom EU. Det är därför av största betydelse att TU inte bara finns representerat – utan också aktivt deltar – i det arbete som utförs i de europeiska utgivarnas gemensamma organisation ENPA (European Newspaper Publishers' Association) i Bryssel. Vi kan här förekomma istället för att förekommas.

TU ska därför fortsatt delta i, bistå och stödja ENPA i dess lobbyingarbete gentemot EU:s institutioner. TU ska också – tillsammans med våra nordiska kollegor - påverka ENPA, så att vi kan få gehör för våra synpunkter. Vi skall också ta del i WAN-Ifra i dess pressfrihetsarbete och övrig verksamhet.

Rådgivning till medlemsföretagen

En av TU:s mera påtagliga – och av många uppskattade – verksamheter är den dagliga rådgivningen till medlemsföretagen i frågor, stora som små, om framför allt mediejuridik, medieetik och publicistiska ärenden. Denna kommer självfallet att fortsätta!

ANALYS OCH STATISTIK

Annonstatistik och nyckeltal

TU samlar löpande in annonsstatistik från medlemmarna som redovisas i TU Annon sbarometer, Internetbarometer, Platsannonsindex och Månadsindex. Delar av dessa siffror redovisas även i IRMs (Institutet för Reklam- och Mediestatistik) offentliga publikationer. Det är viktigt att mediehusen har underlag för benchmark och vi skall successivt utöka redovisningen med ytterligare nyckeltal, där exempelvis annonsstatistik kan relateras till upplagor och räckvidder i olika kanaler.

Faktasamlingar

TU sammanställer en årlig faktasamling i fickformat med grundläggande fakta om dagstidningsmarknaden med beskrivningar av mediehusens funktion, både avseende

läsarmarknaden och rollen som reklammedium. Statistiken avseende målgrupper, specifika medieslag, tidningssajter och tidningspaket fungerar som en kunskapsbank för tidningsbranschen. TU producerar också den övergripande digitala presentationen "Dagspressen i siffror".

Marknadsinsikt

TU:s omvärldsbevakning förmedlas genom korta sammanfattande artiklar i månadsbrevet Marknadsinsikt med bevakning av trender inom affärslösningar, mediekonsumtion och annonsmarknad. Månadsbrevet har 650 prenumeranter, huvudsakligen inom TU:s medlemsbas.

För annonsmarknaden

TU förser annonsmarknaden med statistik och undersökningsresultat samt förmedlar kunskaper om tidningsbranschen till annonsörer, mediebyråer och reklambyråer. På dagspress.se presenteras generell mediefakta, underlag för annonsproduktion samt olika annonspaket. I mediedatabasen redovisas upplagor, hushållstäckning och räckvidder för tryckta editioner och som dagstidningssajter med möjlighet att göra geografiska sökningar.

Sprida branschfakta

TU kommer fortsatt att bistå medlemsföretag med expertkompetens samt underlag om dagstidningsmarknaden till journalister och forskare. TU medverkar även branschexpertis vid konferenser och seminarier. För att driva standards och mätfrågor är TU engagerat i KDP, KMM, INMA, KIA och IRM.

Erfarenhetsutbyte

TU genomför enskilda dagar för erfarenhetsutbyte mellan analysintresserade och mellan ansvariga på säljavelningar (se nedan under "Kurser, Konferenser och Kommunikation").

KURSER, KONFERENSER OCH KOMMUNIKATION

Utbildning, seminarier och konferenser

- TU kommer att medverka med egna seminarier vid Mediedagarna (MEG) i Göteborg i mars 2015, där TU också förlägger sitt årsmöte.
- Årets Dagstidning 2015 flyttas till Göteborg och MEG-dagarna.

Vid Årets Dagstidning 2015 finns därmed fem tävlingsklasser:

- Årets Dagstidning – Helhetspriset
- Årets Redaktion,

- Årets Marknadsorganisation
- Årets Kampanj
- Årets Utgivare – Mommapriset

TU kommer därtill självfallet att finnas på plats i Almedalen med egna seminarier.

TU kommer också att fortsatt driva de mediejuridiska utbildningarna (framför allt den populära och så gott som alltid fullbokade kursen för ansvariga utgivare). TU kommer också att fortsätta med de lika populära enskilda dagarna för erfarenhetsutbyte mellan analysintresserade och mellan ansvariga på säljavdelningar. De sistnämnda dagarna fokuserar på aktuella utvecklingsområden för mediehusen. Talare och deltagare representerar både annonsörer, mätleverantörer och medier.

Sajterna

I den externa kommunikationen av TU spelar sajterna – tu.se och dagspress.se - en viktig roll. Sajterna kommer att ses över och professionaliseras. TU kommer i förhållande till medlemsföretagen dock fortsatt att inrikta kommunikationen mera på riktade utskick till relevanta mottagare.

ADMINISTRATION

Den administrativa funktionen utgör ett administrativt stöd för såväl TUs som för Utgivarnas verksamhet.

Den omfattar strategiska och löpande uppgifter inom områdena Ekonomi, IT, Personal, Lokal och Kontorsservice, vilket också inkluderar hantering, förhandling och omförhandling av avtal.

Den administrativa funktionen hanterar och kommunicerar regelverk och policys inom samtliga administrativa områden.

MEDLEMSNYTTA

TU har skapat ett nytt verksamhetsområde benämnt medlemsnytta. Här vill vi samla verksamhet som genomförs som punktinsatser initialt och vid behov kan inordnas i den ordinarie verksamheten på längre sikt.

Benchmarking

Som branschorganisation har TU en unik möjlighet att samla in uppgifter från medlemsföretagen och använda dessa till att genomföra benchmarking inom olika områden. TU har möjlighet att analysera och presentera resultatet i ett samlat avidentifierat skick. I tillägg till det kan varje medlemsföretag få tillgång till det egna resultatet i jämförelse med det samlade, vilket kan ligga till grund för djupare analyser och förändringsbehov. Vi tror att medlemsföretagen skulle ha nytta av en kartläggning och benchmarking av de administrativa stödområdena.

För att kunna genomföra en kartläggning med efterföljande benchmarking krävs att medlemsföretagen medverkar med en eller flera kontaktpersoner samt har möjlighet att lämna ut uppgifter om de administrativa funktionerna (t ex organisation, bemanning, antal bokföringstransaktioner).

Försäkringar

TU erbjuder redan idag medlemmarna vissa försäkringslösningar, exempelvis kreditförsäkring och motorfordonsförsäkring. TU skulle vilja erbjuda medlemmarna fler försäkringslösningar inom t ex cyber. Som branschorganisation kan man samla flera olika företag och därmed få ner priset per försäkring, till fördel för medlemsföretagen.