



Ståndpunkt
Juli 2017

TU OCH MEDIE- POLITIKEN

Femton år senare

Att reklamskatten ska avskaffas meddelade riksdagen till regeringen redan år 2002. För femton år sedan. Nu tas små avvecklingssteg. Men vore det inte enklare att en gång för alla avskaffa reklamskatten? Det enda som krävs är ett riksdagsbeslut.

Regeringen gör och gör inte

Regeringen har de senaste åren tagit fram ett antal förslag på det mediepolitiska området.

Det har gjorts en medieutredning, som har remitterats och vars förslag nu övervägs. Och det har beslutats om nya regler för presstödet. Presstödsnämnden har nu inlett ännu en omgång för utvecklingsstödet och ännu ett litet steg har tagits i avvecklingen av reklamskatten. Samtidigt ligger flera viktiga mediepolitiska frågor på bordet, till exempel digitalmomsen - där regeringen nu - tydligt - markerat sin inställning - medan andra frågor kan få en direkt kontraproduktiv verkan, till exempel utredningsförslaget om krav på skriftlig bekräftelse i efterhand av ingångna TM-avtal, den bristande bredbandsutbyggnaden och frånvaron av tvingande samordning av tidningar och post.

Journalistik med kvalitet kräver politiska beslut med kvalitet

De svenska tidnings- och medieföretagen har en lång tradition av att leverera kvalitetsjournalistik.

Det är också dagstidningarna som i allt väsentligt står för lokaljournalistiken; de är lokaljournalistikens "public service".

Det är mot den bakgrunden viktigt med en mediepolitik som hänger ihop, en mediepolitik som är bred, konsekvent och långsiktig. Dit är det i dag en bit att nå.

Rättvis moms på digitala tjänster

En enig riksdag har ställt sig bakom att Sverige i EU ska agera för en ändring av momsdirektivet, så att samma reducerade moms kan tillämpas på såväl tryckta som digitala medier.

När EU-kommissionen i april 2016 - i sin VAT Action Plan och därefter i en remiss till berörda intressenter, däribland TU, - öppnade för en reducerad digitalmoms var det oerhört angeläget att den svenska regeringen med emfas gjorde den svenska positionen tydlig i Bryssel och aktivt agerade i frågan. TU välkomnar därför regeringens besked (januari 2017) om att man nu kommer att driva frågan inom EU. Digitalmomsfrågan har nu komplicerats i en diskussion mellan två medlemsstater. TU utgår från att regeringen aktivt kommer att aktivt agera för att säkerställa att ett beslut kan fattas.

Public service får (nästan) hela mediestödet

Det statliga mediestödet uppgår i dag till ca 8,5 miljarder kronor.

Av detta fördelas 15/16 till public service och 1/16 till dagspressen. TU välkomnar därför att Medieutredningen i sina analyser och bedömningar också inkluderar public service.

Det fortsatta arbetet med Medieutredningens förslag måste samordnas med beredningen av villkoren för den kommande tillståndperioden för public service, d v s tilläggsdirektiven för public service-utredningen. Här måste ett helhetsgrepp tas på hur det statliga mediestödet ska fördelas, d v s till vem och till vad statens mediestöd fortsättningsvis ska fördelas.

Osäkert om presstödet

Presstödspropositionen 2015 innehöll en rad förslag till mindre justeringar av presstödet. Att presstödet giltighetstid från och med 2017 begränsas till tre år, för att sedan eventuellt ersättas av något i dag okänt - skapar dock osäkerhet och brist på förutsägbarhet.

Det är viktigt att, oavsett om Medieutredningens förslag helt eller delvis eller inte alls genomförs, markera att ett press-/mediestöd kommer att finnas också efter år 2020.

Nya medier förutsätter bredband till alla

Fokusera på frågan om bredbandstillgång!

Tillgång till medier är en förutsättning för deltagande och delaktighet i samhället. Om dyrt distribuerade tryckta tidningar ska kunna ersättas med digitala, så måste den digitala distributionen fungera också i glesbygd. Här måste staten ställa betydligt hårdare krav på operatörerna.

Samdistribution – javisst!

Frågan om samdistribution av tryckta tidningar och post har utretts av Postlagsutredningen.

I ett delbetänkande föreslog Postlagsutredningen förändringar i kravet på övernattdistribution av brev som ökar möjligheterna till samdistribution av brev och tidningar.

Detta är positivt och det är därför också viktigt att frågan om samdistribution prioriteras i regeringens fortsatta arbete med frågan. Det är dock också viktigt att se till att postdistribuerade tidningar inte påverkas negativt.

TU och ad- blockers

TU:s styrelse har tagit fram en information till medlemsföretagen om s k annonsblockerare.

Varje medlemsföretag måste sedan besluta om – och hur – man vill förhålla sig till ad.blockers.

TU säger ja till licenser för spel- annonser

Miljarder i annonsintäkter på spel.

En statlig utredare – den så kallade Främjandeförbudsutredningen – har tidigare föreslagit ändringar i Lotterilagen som i praktiken skulle innebära ett totalförbud för publicering av utländska spelbolagsannonser. Spelbranschen investerar i dag 2-3 miljarder i svenska medier, varav en betydande del i dagspress.

TU har utgått från att förslaget inte genomförs och medverkat i spellicensutredningen.

Vi tycker det är obegripligt om staten skulle undandra branschen annonsintäkter som är minst lika stora som presstödet.

TU stöttar därför det nya utredningsförslaget med en ordning där spelmonopolet upphör och det istället införs ett licenssystem – med tuffa krav på speloperatörerna, men som är öppet för alla.

Stoppa krånglet med telefon- försäljning

Telemarketingutredningen har föreslagit att det ska införas ett krav på skriftligt godkännande i efterhand för avtal som ingås genom telemarketingsamtal. För stora delar av dagspressbranschen är telefonförsäljning en mycket viktig del i abonnemangsförsäljningen.

Ett krav på skriftligt godkännande i efterhand leder erfarenhetsmässigt till ett betydande bortfall av ingångna avtal – inte på grund av att konsumenten ändrat sig utan därför att det kräver just ytterligare en åtgärd. Det bör också noteras att det inte är tidningsbranschen som föranlett de problem som finns inom telemarketing. Om ett krav på godkännande i efterhand ska införas bör därför problemfria branscher, som dagspressen, undantas.

TU & Native- rekommendation

TU:s styrelse har beslutat om en rekommendation till medlemsföretagen om tydlighet mot konsumenter och användare om natives och annat betalt innehåll. Syftet är att samordna begrepp, definitioner och annonsmarkeringar.

Rekommendationen finns här:

<http://tu.se/wp-content/uploads/2017/05/RekommendationNativeAdvertising.pdf>

Orättvist att ärva publicerings- beslut

Mediegrundlagskommittén utredde ett antal viktiga frågor på tryck- och yttrandefrihetens område, men hade också att ställa dem i relation till den personliga integriteten.

Inte sällan innebär det att integritetsintressen ställdes mot – och riskerade att prioriteras framför - tryck- och yttrandefriheten. Kommittén lämnade sitt slutbetänkande i mitten av september 2016. En viktig fråga här gäller problemet med preskriptionstiden för sökbara artiklar på tidningssajter och i arkivdatabaser.

Detta innebär att preskription endast efter en viss tid - inträder och att en senare utgivare får ”ärva” föregående utgivares publiceringsbeslut. Detta är orimligt och i strid med principen om ensamansvaret.

TU kritiserade i sitt remissyttrande utredningens förslag och är fortsatt kritisk till den proposition som regeringen nu lagt fram och som innebär att en utgivare måste ”ärva” tidigare utgivares beslut i ett år.



TU:s medlemsföretag ger ut morgon- och kvällstidningar samt gratistidningar, driver tv- och radiostationer, webbsajter, medieutvecklingsföretag m m.

TU kämpar för den svenska tryck- och yttrandefriheten och påverkar politiker och allmänhet i frågor som är avgörande betydelse för mediebranschen – och därmed för vår demokrati. *TU ståndpunkt* presenterar de frågor vi driver och aktivt arbetar med.

Kontakta oss:
info@tu.se,
08-692 46 00
www.tu.se