

## **Mangfoldighed og ikke mediekoncentration på nettet**

Af Christian Kierkegaard,  
Direktør Dansk Fagpresse  
(13. marts 2008)

Mangfoldighed og pluralisme i medierne er vigtige kendetegn for et demokrati – og derfor er det også afgørende, at mediepolitikken fremmer disse værdier.

Derfor er det stærkt alarmerende, at en forældet mediestøtte betyder, at nye medier på nettet udsættes for en ulige konkurrence fra statsstøttede medier – især DR og dagbladene.

Konkurrencen er blevet særligt tydelig, efter at de traditionelle omnibusmedier DR og dagbladene har fået øjnene op for, at fremtiden ligger i stadig mere specialiserede medier og derfor er begyndt at oprette en række meget målrettede netsider og dermed går fra at udgive omnibusmedier til også at udgive specialmedier på nettet.

Danmarks Radio, som alle med enten et tv eller en pc med internetforbindelse er tvunget til at betale til, har for eksempel lavet sites for hver enkelt kommune – hvor de med licensmidler går i direkte konkurrence med lokale ugeavisers netmedier. Mange lokale ugeaviser tager betaling for læsning af de lokale nyheder på nettet – og bidrager endda til staten med moms af betalingen – og de skal så konkurrere med en tilsvarende DR-netside, som brugerne er tvunget til at betale via licensen.

Dette gør det svært for andre web-sites at tage betaling for læsning af sites – og dermed at få indtægter til at finansiere et professionelt redaktionelt indhold. Det samme gælder på en række andre specialområder, hvor DR med licensmidler laver specialsites.

Og for at det ikke skal være nok med en ulige konkurrence omkring ”køb” af indhold – blev der i går i Børsen lanceret en ide om reklamer på DRs sider på nettet. Hvis det bliver virkelighed, vil DR få en sådan styrke, at også det kommercielle grundlag for mange specialsites udhules. Fornuftigt nok fik ideen en kølig modtagelse hos de fleste medieordførere.

DR tiltager sig også en stor konkurrencefordel ved at bruge sine andre medier til ”gratis” markedsføring af nettet. Der er meget få udsendelser i DR, der ikke henviser til netdelen.

Dagbladene, som får en milliardstøtte gennem fritagelse for moms af avissalget, breder sig også på nettet og udnytter deres journalistiske ressourcer til at specialsites på nettet. Mange dagblade opkræver et moms frit abonnement for den trykte udgave – og de udnytter så moms fritagelsen til at give kunderne et ”moms-frit” adgang til bladets website. Konkurrerende internetmedier – uden et moms frit dagblad i ryggen – må pænt betale 25 procent i moms ved salg af indhold – og er derfor nødt til at tage en højere pris hos brugerne for at skaffe midler til at producere redaktionelt indhold.

Eksempelvis betyder det, at netmedier som Altinget og dknyt, der bringer samfundsrelateret, debatskabende stof, er momsbelagt – mens de sider, de konkurrerer med, er momsfrie.

Udfordringen er derfor, at mediestøtten hurtigt ændres, så alle medier stilles lige uanset medieplatform – og at mediepolitikkerne afgrænser DRs public service-forpligtelser både i de traditionelle medier og på nettet, så DR i sin ekspansionsiver ikke hindrer al nyudvikling på nettet.

Det er initiativer, der skal gennemføres nu, og ikke kan afvente et langvarigt arbejde i en mediekommission, hvis nettet skal bidrage til at fremme pluralismen og mangfoldigheden i den danske medieverden.