

April 2020

Notat

Danske Medier siger nej tak til en Ja tak-ordning

Regeringen har meddelt, at den undersøger mulighederne for at erstatte Nej tak-ordningen for adresseløse reklamer med en Ja tak-ordning. Danske Medier advarer mod forslaget, da en ændring af den eksisterende Nej tak-ordning vil medføre en række alvorlige og negative konsekvenser for det lokale demokrati og erhvervsliv rundt om i landet.

Danske Medier mener at:

- *En Ja tak-ordning kan medføre, at lokale aviser lukker. Det er et demokratisk problem, hvis borgere ikke har adgang til journalistisk redigerede medier om deres lokalområde.*
 - *Den eksisterende Nej tak-ordning er velfungerende og bør fastholdes.*
 - *Ingen kender de reelle miljøeffekter af en Ja tak-ordning.*
-

Den eksisterende Nej tak-ordning er velkendt og velfungerende

Der findes i dag en veletableret Nej tak-ordning, hvor danskerne kan fravælge at modtage reklametryksager og ugeaviser. Undersøgelser viser, at 95 procent af danskerne kender Nej tak-ordningen¹, og 51 procent af de danske husstande har meldt sig til Nej tak-ordningen².

En Ja tak-ordning vil lukke lokalaviser i Danmark

En ændring af den eksisterende Nej tak-ordning kan medføre lukninger af lokalaviserne i Danmark. De lokale ugeaviser distribueres helt overvejende sammen med de husstandsomdelte reklamer. Derfor vil en ændring i den gældende ordning og et deraf følgende fald i den samlede mængde af husstandsomdelte tryksager få prisen for distribution af lokalaviserne til at stige. De lokale ugeaviser har længe været under et enormt økonomisk pres, fordi annonceindtægterne er faldet i takt med, at Google og Facebook har fået en stadigt mere dominerende position på det danske annoncemarked.

Det er umuligt at forudsige de præcise økonomiske konsekvenser ved en ændring af den gældende Nej tak-ordning, da der vil være regionale forskelle på, hvor store meromkostningerne for distribution bliver, afhængigt af de konkrete omstændigheder for omdelingen som for eksempel afstanden mellem de enkelte

¹ "Nej tak"-ordningen for reklamer: Befolkningsundersøgelse lavet af Epinion for Grakom, oktober 2014

² FK Distribution, april 2020 <https://fk.dk/Tools>

husstande. Men det står klart, at der vil være betydelige meromkostninger for lokalaviserne, såfremt de gældende distributionsvilkår ændres.

I dag betaler lokalaviserne typisk 0,75-1,00 kr. pr. omdelt avis. Flere af Danske Mediers medlemmer har undersøgt alternativer til distribuering med de husstandsomdelte reklamer og forventer, at de billigste alternativer vil koste 3,00-4,00 kr. pr. omdelt avis. En sådan merudgift vil betyde, at det mange steder ikke vil være muligt fortsat at udkomme med en lokalavis.

Nedenfor er det skitseret, hvad de øgede distributionsomkostninger kan koste branchen for lokalaviser. Hertil er skitseret et eksempel for et lokalmedie med et oplag på 20.000. Regnestykkerne er overslag, der hviler på Danske Mediers Research' data vedrørende antallet af husstandsomdelte lokale ugeaviser og forventede meromkostninger.

Årlig meromkostninger for distribution af lokalaviserne i Danmark	Årlig meromkostninger for distribution for et medie med oplag på 20.000
4.230.000 distribuerede lokale ugeaviser ³ x 52 gange årligt x 3 kr. pr. distribueret avis	20.000 distribuerede lokale ugeaviser x 52 gange årligt x 3 kr. pr. distribueret avis
= 659.880.000 kr.	= 3.120.000 kr.

Lokale ugeaviser spiller en vigtig rolle for nærdemokratiet og det lokale erhvervsliv

De lokale ugeaviser spiller en vigtig rolle for lokalmiljøet og nærdemokratiet i Danmark. Mange steder er ugeaviserne borgernes eneste mulighed for at få journalistisk behandlet information om lokalområdet - fra byrådspolitik til forenings- og erhvervsliv. Uden de lokale ugeaviser vil der således opstå "mørke pletter" på danmarkskortet, hvor borgerne ikke har adgang til lokaljournalistik til skade for den enkelte borgers ret til information og indsigt om emner af samfundsmæssig betydning. Særligt ældre borgere og andre, der ikke er vant til at søge information online, kan blive ramt.

Mange landområder og mindre byer er i dag presset af affolkning og manglende vækst. Det er problematisk, hvis Danmark også i fremtiden skal have liv uden for de store byer. En Ja tak-ordning vil åbenlyst ramme de små erhvervsdrivende hårdest, da disse har sværere ved at markedsføre sig gennem andre og større kanaler. Således er der risiko for, at det med en Ja tak-ordning bliver vanskeligere for lokale selvstændige at markedsføre deres produkter og drive forretning.

Mange små og mellemstore virksomheder er blevet hårdt ramt under Coronakrisen. Det er vigtigt, at disse får mulighed for at komme på fode igen, og derfor er det afgørende, at deres kommercielle ytringsfrihed

³ Danske Medier Research – Lokalavisernes oplagstal 2018/2019

ikke indskrænkes. Hertil udgør reklame- og avisbranchen i sig selv en andel af det lokale erhvervsliv, hvor der skabes arbejdspladser i hele produktionskæden fra redaktion og opsætning til tryk og distribution.

Stor usikkerhed om miljøgevinster

Forslaget om indførelsen af Ja tak-ordningen hviler på ønsket om en mulig miljøgevinst. Det er dog usikkert, hvor stor effekten af en Ja tak-ordning vil være.

Det er mange år siden, der er lavet beregninger på CO₂-udslippet forårsaget af husstandsomdelte reklamer. I debatten om Ja tak-ordning er der blevet henvist til en knap 10 år gammel undersøgelse, der viser potentielt små effekter ved et forbud mod husstandsomdelte reklamer. Der er de seneste år sket en markant udvikling inden for den grafiske branche, trykkeri og skovbrug hen imod øget miljøfokus og genanvendelse af papir. Senest har Grakom garanteret, at minimum 90 procent af alle danskproducerede husstandsomdelte reklamer pr. 1. juli 2020 vil være omfattet af de højeste miljøstandarder, dvs. Svanemærket, FSC-papir og klimaberegning med Climate Calc.⁴ Herudover er antallet af tryksager i løbet af de seneste ti år halveret⁵. Tilsammen betyder det, at de estimerede små miljøgevinster i dag nødvendigvis må være endnu mindre.

Således er de eksisterende beregninger forældede og ikke anvendelige for et rimelig estimat af eventuelle miljøgevinster ved en Ja tak-ordning. Det er derfor også umuligt at vurdere, om der er balance mellem de potentielle miljøgevinster og de store erhvervsmæssige og demokratiske konsekvenser, som en ændring af Nej tak-ordningen vil medføre. Når en ændring af de eksisterende regler hviler på ønsket om et reduceret CO₂-udslip, bør det forlods dokumenteres, eller som minimum sandsynliggøres, at der er væsentlige miljøgevinster at hente.

Fakta om lokale ugeaviser i Danmark

- Lokale ugeaviser omfatter husstandsomdelte aviser, der udgives ugentligt på en fast ugedag. Aviserne er typisk annoncefinansierede og gratis for husstanden at modtage.
- Det samlede oplag er 225 mio. eksemplarer årligt.
- I 2019 var der 206 selvstændige lokale ugeaviser (titler) i Danmark. Disse havde i gennemsnit et oplag på ca. 21.000.

⁴ [Grakom, 15. januar 2020](#)

⁵ [Dansk Erhverv, 18. februar 2020](#)