



Marts 2021

---

## Notat

### Danske Medier siger nej tak til en Ja tak-ordning

SF har fremsat forslag om en Ja tak-ordning, og regeringen har meddelt, at den undersøger mulighederne for at erstatte Nej tak-ordningen for adresseløse reklamer.

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 ugeaviser lukker. Det er et demokratisk problem, hvis borgere ikke har adgang til journalistisk redigerede nyheder om deres lokalområde.*
- *Den eksisterende Nej tak-ordning er velfungerende og bør fastholdes.*
- *En Ja tak ordning vil ramme lokale erhvervsdrivende hårdt.*
- *Ingen kender de reelle miljøeffekter af en Ja tak-ordning.*

---

#### **En Ja tak-ordning vil lukke lokalaviser i Danmark**

En ændring af den eksisterende Nej tak-ordning medfører, at lokale ugeaviser i Danmark må lukke. De lokale ugeaviser distribueres helt overvejende sammen med husstandsdelte reklamer. Derfor vil en ændring i den gældende ordning - og et deraf følgende fald i den samlede mængde af husstandsdelte tryksager - få prisen for distribution af lokalaviserne til at stige markant. 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. Dette pres er forøget under coronakrisen, hvor mange lokale annoncører har trukket sig som følge af nedlukningen af samfundet.

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

Nedenfor er det skitseret, hvad de øgede distributionsomkostninger kan koste branchen for lokale ugeaviser. Hertil er skitseret et eksempel for en lokal ugeavis med et oplag på 20.000. Regnestykkerne er et overslag, der bygger på Danske Mediers Oplagskontrol og data vedrørende antallet af husstandsomdelte lokale ugeaviser og forventede meromkostninger for distribution ved vedtagelse af en Ja tak-ordning.

<i>Årlig meromkostninger for distribution af lokalaviserne i Danmark</i>	<i>Årlig meromkostninger for distribution for et medie med oplag på 20.000</i>
3.466.262 distribuerede lokale ugeaviser <sup>1</sup> 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
<b>= 540.736.872 kr.</b>	<b>= 3.120.000 kr.</b>

### Mørke pletter på Danmarkskortet

De lokale ugeaviser spiller en vigtig rolle for lokalmiljøet og nærdemokratiet i Danmark. Mange steder er de lokale ugeaviser danskernes 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 lokal journalistik. Det vil skade den enkeltes mulighed for at få 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.

I forvejen er denne del af mediebranchen hårdt presset. Fra 2010 til 2020 er antallet af lokale ugeaviser faldet fra 248 til 184<sup>2</sup>, og denne udvikling vil eskalere med en voldsom forøgelse af distributionsomkostningerne.

### 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-ordningen<sup>3</sup>, og at 51 procent af de danske husstande har tilmeldt sig Nej tak-ordningen<sup>4</sup>.

### Et hårdt slag for lokale erhvervsdrivende

Mange landområder og mindre byer er i dag presset af affolkning og manglende økonomisk vækst. Det er problematisk, hvis Danmark også i fremtiden skal have liv uden for de store byer. En Ja tak-ordning vil særlig ramme de små erhvervsdrivende, da disse har sværere ved at markedsføre sig gennem andre og

<sup>1</sup> Danske Medier Research – Lokalavisernes oplagstal 2019/2020

<sup>2</sup> Rapport "Det sander til – sådan undgår vi nyhedsrøkener i Danmark"

<sup>3</sup> "Nej tak"-ordningen for reklamer: Befolkningsundersøgelse lavet af Epinion for Grakom, oktober 2014

<sup>4</sup> FK Distribution, april 2020 <https://fk.dk/Tools>

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 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 en Ja tak-ordning 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 CO<sub>2</sub>-udslippet forårsaget af husstandsomdelte reklamer. I debatten om Ja tak-ordningen 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.<sup>5</sup> Herudover er antallet af tryksager i løbet af de seneste ti år halveret<sup>6</sup>. Tilsammen betyder det, at de estimerede små miljøgevinster nødvendigvis må være endnu mindre i dag.

Således er de eksisterende beregninger forældede og ikke anvendelige til 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 CO<sub>2</sub>-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 annoncefinsierede og gratis for husstanden at modtage.
- Det samlede oplag er ca. 180 mio. eksemplarer årligt.
- I 2020 var der 184 selvstændige lokale ugeaviser (titler) i Danmark. Disse havde i gennemsnit et oplag på ca. 20.000.

<sup>5</sup> [Grakom, 15. januar 2020](#)

<sup>6</sup> [Dansk Erhverv, 18. februar 2020](#)