

Sveriges Annonsörer

Regeringskansliet

Kulturdepartementet

Via e-post: ku.remissvar@regeringskansliet.se

diarienummer Ku2022/01230

Ang. Yttrande över Ds 2022:14 Ett hållbart mediestöd för hela landet

Inledning

Sveriges Annonsörer är intresseorganisationen för landets annonsörer och bildades 1924. Sveriges Annonsörer har cirka 400 medlemsföretag/organisationer som tillsammans står för nära hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i Sverige. Som intresseorganisation bistår vi medlemmarna att arbeta med ansvarsfull och sund marknadsföring som skapar effekt för deras varumärken.

Synpunkter

Sveriges Annonsörer har beretts tillfälle att yttra sig över ovanstående utredning och vill anföra följande. Sveriges Annonsörer har inte några synpunkter på utredningen som sådan men vill framhålla nedanstående allmänna synpunkter.

Medielandskapet har till stor del förändrats under de senaste åren och kommer sannolikt fortsätta att förändras. Utbudet av information och nyheter är enormt och det har blivit svårare att förlita sig på att innehållet är korrekt. Det är viktigt att samhällets medborgare kan ta del av trovärdig journalistik och att nyheter eller annat innehåll inte förvrängs eller blir ensidigt. För att uppnå detta måste de medier som är i behov av stöd och som kan uppfylla detta syfte stöttas i form av olika stödåtgärder.

För Sveriges Annonsörers medlemmar finns ett behov av en mångfald av medier att annonsera i för att nå ut till en så stor publik som möjligt och för att annonserna ska ha den effekt som annonsörerna efterfrågar. Att undvika inlåsnings effekter av material tror vi är viktigt även om syftet att skapa exklusivt innehåll för prenumeranter är begripligt. Risk finns dock att många inte kan ta del av innehållet och att man tappar läsare på vägen.

Sveriges Annonsörer

Vi ser att det behöver finnas en sund balans mellan annonsfinansierat och prenumerationsfinansierat material, detta gäller framförallt nyhetsmedier. Det skapar större möjlighet för allmänheten att ta del av nyheter samt ger annonsörer en större räckvidd för sina kampanjer vilket i sin tur kan ge möjlighet för medier att upprätthålla en oberoende journalistik.

Stockholm den 30 september 2022

För Sveriges Annonsörer

Hanna Riberdahl, VD

Ulrika Wendt, jurist