

Rapport – nr. 98/2019

Johann Roppen og Daniela Mala

Norske mediestiftelsar.

**Kartlegging og vurdering av norske mediestiftelsar i
2018.**

Forfattar	Johann Roppen og Daniela Mala.
Utgjevar	Høgskulen i Volda
År	2019
Serie	Rapport
ISBN	978-82-7661-350-6 (digital utgåve)
ISSN	1891-5981
Sats	Forfattar

Norske mediestiftelsar. Kartlegging og vurdering av norske mediestiftelsar i 2018.

Finansieringskjelder:

Rådet for anvendt medieforskning, Høgskulen i Volda og Copenhagen Business School (CBS).

© Forfattar/Høgskulen i Volda

Føresegnene i åndsverklova gjeld for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplar til privat bruk. Utan særskild avtale med forfattar/Høgskulen i Volda er all anna eksemplarframstilling og tilgjengeleggjering berre tillate så langt det har heimel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavarar til åndsverk.

Rapport / Høgskulen i Volda

Vitskaplege og andre faglege arbeid på høgare nivå enn notat. Både forfattar og institusjon er fagleg ansvarlege for publikasjonen. Arbeida kan vere rapportar frå prosjekt/oppdragsverksemd eller reint teoretiske arbeid av eit visst omfang. Rapportane må vere godt gjennomarbeidde med omsyn til innhald, struktur og språk og innehalde referansar. Rapportane skal vere godkjende av anten dekan eller prosjektleiar eller annan fagperson dei har utpeika og forskningssjef ved HVO.

1. Føreord	6
2 Stiftelsar som medieeigarar: Nytt i Noreg – gammalt i Norden – sikker framtid?	8
2.1 Sparebankstiftelsen som medieeigar	8
2.2 Sparebankstiftelsen som eigar	10
2.3 Oppkjøpet sett frå lokalavisa	11
2.4 Tidlegare eigarskap i Amedia.....	13
2.5 Amedia og andre mediekonsern	14
2.6 Stiftelsar og andre eigarformer.....	15
2.7 Stiftelsen Tinius – ein hybrid?.....	17
2.8 Mediestiftelsar i Norden	19
2.9 Medieeigarskap i framtida?.....	20
2.10 Litteraturliste:	24
3. Er stiftelsar ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media?	25
3.1 Innleiing	25
3.2 Historisk bakgrunn og rammer for eigarskap.....	26
3.3 Metode.....	29
3.4 Analyse	33
3.5 Konklusjon	38
3.6 Litteraturliste	39
Vedlegg	41
4 Norske mediestiftelsar 2018 (kasusbeskrivelsar)	55
4.1 Dagbladets stiftelse:	55
4.2 Stiftelsen Dagsavisen	55
4.3 Stiftelsen Fredrikstad Blad	55
4.4 Stiftelsen Smaalenes avis	56
4.5 Stiftelsen Polaris Media	56
4.6 Stiftelsen Moss Avis.....	56
4.7 Stiftelsen Stavanger Aftenblad	57
4.8 Stiftelsen Fædrelandsvennen	57
4.9 Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke	57
4.10 Stiftelsen Østlendingen	57
4.11 Stiftelsen Svalbardposten.....	57
4.12 Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon.....	58
4.13 J. W. Eides stiftelse (Bergens Tidende).....	58
5 Tidslinje for medieoppslag om norske mediestiftelsar 1984-2018 (Av Daniela Mala).....	59

1. Føreord

Av Johann Roppen

Stiftelsar som eigar av norske media er eit nytt fenomen i Noreg, og det er førebels lite studert. Det er det grunn til å endre på. Utviklinga dei siste åra peikar i retning av at stiftelsesformer blir stadig viktigare som eigarform for norske media:

- Stiftelsen Tinius har sidan 1996 hatt ein kontrollerande eigardel i Schibsted.
- Schibsted er igjen ein stor eigar i Polaris.
- Sparebankstiftelsens kjøpte Amedia i 2016.
- NRK var stiftelse i åra 1988- 1996, men no i 2019 er det på nytt på dagsorden å omdanne NRK til stiftelse.

Dette er altså endringar som omfattar eller kan omfatte store delar av norsk mediebransje og som difor fortener å bli undersøkt også av medieforskarar. Denne rapporten er eit lite bidrag til dette.

Bachelor Daniela Mala har i si bacheloroppgåve stilt følgjande spørsmål: «Er stiftelsar ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media?». Bacheloroppgåva utgjør ein vesentleg del av denne rapporten og er eit fullført arbeid. Ut frå eit samtidig perspektiv har Mala vurdert det slik at mediestiftelsar har potensiale til å bli ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

I arbeidet med bacheloroppgåva har Mala samtidig arbeidd som forskingsassistent og samla data til eit skandinavisk prosjekt om eigarformer i media. Underteikna er norsk deltakar i prosjektet som er fagleg leia av professor Anker Brink Lund ved Copenhagen business school (CBS). Det norske delprosjektet er finansiert av Rådet for anvendt medieforsking (RAM), av Høgskulen i Volda og av Copenhagen Business School. Artikkelen som prosjektleiar Johann Roppen har skrivt i denne rapporten koplar Daniela Malas samtidige norske data opp mot historiske og skandinaviske data. Artikkelen er eit undervegsarbeid fram mot hovudrapporten frå det prosjektet som vil kome ut i 2020 i form av ei bok på Nordicom.

I vedlegg i bacheloroppgåva har Mala presentert fakta om norske mediestiftelsar i 2018. I ein eigen tabell er det presentert funn frå søk i medietekster om mediestiftelsar tilbake frå 1984 og seinare.

Eg håper at denne rapporten kan vere eit lite bidrag til å sette stiftelsar på dagsorden i norsk medieforsking og at også andre blir interesserte i å studere mediestiftelsar.

Volda, desember 2019

2 Stiftelsar som medieeigarar:

Nytt i Noreg – gammalt i Norden – sikker framtid?

Med Sparebankstiftelses oppkjøp av Amedia i 2016 har stiftelsesformen vorte ei viktig form for eigarskap i norske media. Kvifor skjer det no? Korleis skil stiftelsar seg frå andre former for medieegarskap? Kva betydning kan stiftelsar som eigarar få å seie for media i framtida?

Denne artikkelen er skriven som ein del av eit nordisk samarbeidsprosjekt leia av professor Anker Brink Lund, Copenhagen Business School og med direktør Jonas Ohlsson, Nordicom Sverige, Göteborgs Universitet som dei andre medarbeidarane.

Då Sparebankstiftelsen DNB i 2016 overtok Amedia var det ei stor einskildhending for norske media. Eit stort norsk mediekonsern var no eigd av ein sparebankstiftelse. Det har aldri skjedd før. Eigarskapsformer og utøving av eigarskap er eit lite utforska område i norsk mediehistorie og i dagens medieforsking og korleis Sparebankstiftelsen DNB vil opptre som eigar av Amedia, og korleis Amedia vil utvikle seg vil vi først sjå i åra som kjem.

Stiftelsar altså ei ny eigarform i media, men i historisk perspektiv har eigarformer i media endra seg mykje over tid. Dei siste åra har endringane kome raskare og raskare. Stiftelsar har nokre eigenskapar som i lys av dette kan vere interessante for media, der kanskje eigenskapar som at stiftelsar er sjølveigande – og dermed ikkje kan seljast – og det «evige» framstår som spennande. Somme stiftelsesliknande organisasjonar har kanskje ei tusenårig historie.

2.1 Sparebankstiftelsen som medieeigar

Då Sparebankstiftelsen kjøpte Amedia i 2016 så var det ein vesentleg del av norske aviser som skifta eigar. I ein omtale på Amedias nettsider står det at på kjøpstidspunktet eigde Amedia 62 lokalaviser i Noreg. I tillegg eig selskapet trykkeri i Noreg og i Russland, hadde i alt ca 2.400 tilsette og hadde i 2015 ein omsetnad på 4,2 milliardar kroner.

Men kven var seljarar? Det var tre eigarar av Amedia: LO (Landsorganisasjonen i Noreg), Telenor og stiftelsen Fritt Ord. Fagforeningar hadde som nemnt alltid vore engasjert i eigarskap i arbeidaviser. LO hadde også vore sentral då Norsk Arbeiderpresse AS vart omdanna til eit moderne mediekonsern i 1990 og var eigar heilt fram til 2016. Telenor kom inn som eigar då finske Sanoma var i ferd med å kjøpe seg inn i konsernet. Fritt Ord vart teken inn som eigar i 2003 etter at LO og Telenor hadde stoppa Sanoma (Lyshagen, 2008). LO og Telenor eigde begge 45 prosent av aksjane i Amedia medan Fritt ord eigde dei siste 10 prosentane. Fritt ord er ei sjølvstendig stifting som har som føremål å verne og styrke om ytringsfridomen.¹ I 2003 kjøpte Fritt ord også eit mindre tal aksjar i avisa Morgenbladet, men har ikkje seinare kjøpt fleire aviser.

Det var kjent at Amedia var til sals, men det var overraskande at det var Sparebankstiftelsen DNB som til slutt kjøpte mediekonsernet. Blant anna eigde Sparebankstiftelsen DNB ingen andre mediebedrifter.

På pressekonferansen då kjøpet vart gjort kjent siterte Aftenposten Andre Støylen slik:

Sparebankstiftelsens direktør Andre Støylen sier at man ikke driver med medier, men at «lokalavisene er viktig for alt stiftelsen ellers støtter».²

Selskapsstrukturen eller stiftelsesstrukturen som Amedia no inngår i kan forenklast slik:

Sparebankstiftelsen -> Amediastiftelsen -> Avishuset Norge AS -> Amedia AS -> (dotterselskap)

Amediastiftelsen vart oppretta av Sparebankstiftelsen i samband med kjøpet og fekk samtidig ta opp eit lån på 395 millionar kroner for å kjøpe Amedia. Føremålet med Amediastiftelsen er dette:

§2 Formål

Stiftelsens formål er å norske aviser og tilknyttet virksomhet. Virksomhet som eies skal drives på forretningsmessig grunnlag.

Stiftelsen kan bruke av sitt overskudd til å gi bidrag til allmennyttige formål.

¹ <http://www.frittord.no/en/om-fritt-ord/stiftelsens-formal/>

² «Sparebankstiftelsen DNB kjøper 100 prosent av Amedia for 395 millioner», Aftenposten, 22. februar 2016 (<https://www.aftenposten.no/kultur/i/veap/sparebankstiftelsen-dnb-kjoeper-100-prosent-av-amedia-for-395-millioner>)

Amediastiftelsen eig Avishuset Norge AS som igjen eig Avishuset Norge AS – som igjen eig alle dei andre avisene i Amedia-konsernet. Amediastiftelsen sitt styre vert peika ut av Sparebankstiftelsen og der sit også ei rekkje direktørar i Amedia.

Sparebankstiftelsen eller Amediastiftelsen har altså ikkje bygd opp ein ny medieorganisasjon for å drifte “nye” Amedia. Dagleg leiing er overlatt til dei tidlegare leiarane i Amedia-konsernet.

Kva har skjedd etter 2016? På Amedias nettsider under nyhende går det fram at Amedia har gjort ei rekkje oppkjøp etter at Sparebankstiftelsen DNB tok over selskapet. Amedia har kjøpt ca 12 lokalaviser og fleire nettaviser i tillegg til andre satsingar, blant anna å etablere ei lokalavis i Trondheim, i svært nærgående konkurranse med konsernet Polaris.

Oppkjøp og nyetableringar etter at Sparebankstiftelsen DNB tok over Amedia:

2017: Amedia kjøper Varingen lokalavis

2017: Amedia kjøper Nettavisen og NA24

2018: Amedia kjøper Nordsjø Media (9 lokale mediehus i Rogaland og Vest-Agder)

2019: Direktesport.no, lokalavisenes felles portal for lokal sport

2019: Etablering av digital annonseplass: DIAR

2019: Oppkjøp av dagsavisa Sogn Avis og fådagsavisa Ytre Sogn

2019: Etablering av lokalavis i Trondheim

Det kan her leggast til at også andre norske mediekonsern har vore aktive i oppkjøpsmarknaden. Polaris-konsernet har kjøpt det svenske mediekonsernet Stampen (bl.a. Göteborgs Posten) (Borgen, 2019). Hausten 2019 kjøpte Polaris og Agderposten avisa Fædrelandsvennen frå Schibsted.³

Det er altså ikkje slik at det er slutt på oppkjøp og samanslåingar i den norske mediebransjen.

2.2 Sparebankstiftelsen som eigar

Kva slags eigar Sparebankstiftelsen DNB kjem til å bli i åra som kjem er naturlegvis vanskeleg å vite. Det handlar om vurderingar i lukka rom hos stiftelsen og i mediekonsernet, men også utviklinga i mediemarknaden – og utviklinga til Amedia. Men for å kunne starte på slike vurderingar må ein først vite noko om kva slags organisasjon Sparebankstiftelsen DNB er.

³ «Slår sammen aviser på Sørlandet - Schibsted selger Fevennen til Polaris Media», Kampanje, 20.09.2019, (<https://kampanje.com/medier/2019/09/schibsted-selger-fadrelandsvennen-til-polaris/>)

På sine egne nettsider opplyser Sparebankstiftelsen DNB at dei eig 8 prosent av aksjane i banken DNB og reknar 2002 som sitt startår. Då med Gjensidige NOR Sparebank som etablerar.⁴

I Stiftelsesregisteret er eigenkapitalen i 2018 oppgitt å vere knapt 14 milliardar kroner.⁵ Økonomisk sett har altså Sparebankstiftelsen utan tvil musklar til å kunne vere ein trygg og langsiktig eigar for eit medieselskap som Amedia. Men i historisk perspektiv er altså stiftelsen nokså ny, og som medieeigar er stiftelsen heilt ny – med erfaring berre frå 2016. Men på den andre sida er stiftelsar som juridisk eining rigga for ikkje mindre enn evig liv.

Vedtektene for Sparebankstiftelsen DNB er tilgjengelege i Stiftelsesregisteret og vart sist oppdaterte i 2013. Dei seier følgjande om føremålet med stiftelsen:

§ 1-2: Formål

Stiftelsens formål er å forvalte de aksjer den ble tilført ved opprettelsen og å utøve et langsiktig og stabilt eierskap i DNB ASA.

Stiftelsens formål skal også være å videreføre sparebanktradisjoner, herunder å gi bidrag til allmennyttige formål. Ved sine disposisjoner skal stiftelsen i rimelig utstrekning ta hensyn til de distrikter som har bygget opp kapitalen til den tidligere Gjensidige NOR Sparebank.⁶

Det sentrale i denne sammenhengen er altså at hovudføremålet er å «utøve et langsiktig og stabilt eierskap i DNB ASA». Bidrag til allmennyttige føremål kjem i tillegg til – og det virkar klart at dette er eit underordna formål. Hovudføremålet er altså å vere ein langsiktig og stabil eigar i banken.

I § 1 er namn på stiftelsen omtala – og der står det at stiftelsen skal «til enhver tid reflektere navnet på den omdannede banken (...)». Stiftelsen vil altså endre namn om banken endrar namn – til dømes gjennom eit oppkjøp.

2.3 Oppkjøpet sett frå lokalavisa

I media vart Sparebankstiftelsen kjøp av Amedia i 2016 godt mottatt. Typisk i så måte er reaksjonen frå ansvarleg redaktør Kristin Monstad i Drammens Tidende: «(...) vi har fått en eier som er langsiktig og som har tro på en fremtid for lokaljournalistikken. Dette er en eier med et bevisst

⁴ <https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen> (lasta ned 1.12.2019)

⁵ <https://lottstift.no/stiftelsesregisteret/detaljer/984853971> (lasta ned 1.12.2019)

⁶ «Vedtekter for Sparebankstiftelsen DNB», stiftet 10. september 2002. Vedtektene er endret siste gang 30. januar 2013. Henta frå Stiftelsesregisteret, www.lottstift.no

forhold til medienes funksjon og samfunnsoppdrag.»⁷ Det er ikkje så godt å vite kva Monstad meinte med «langiktig». Monstad sjølv slutta som redaktør i Drammens Tidende i 2019.⁸

Denne vurderinga av ein ny eigar kunne nok mange andre aviser med nye eigarar også ha formidla. Dei siste tiåra har det vorte mange aviskjøp. Avisa Drammens Tidende kan vere eit instruktivt døme i så måte. Drammens Tidende er av dei eldste aviser i landet i dag. Avisa vart etablert i 1832 under namnet «Tiden», men har muligens koplingar tilbake til ei anna avis etablert i 1816 som også hadde namnet «Drammens Tidende» (Høeg, 1973). Frå 1845 skifta Tiden namn til Drammens Tidende, og skifta då også eigar – og trykkeri. På denne tida var det ofte trykkarar som eigde aviser, blant anna fordi det nok var større krav til fagkunnskap, teknologi og kapital for å drive eit trykkeri enn for å skrive i avis. Det skulle endre seg.

Etter 1884 vart dei fleste norske aviser knytte til politiske parti, og Drammens Tidende vart knytt til partiet Høgre og forretningsmannen Axel Lyche kjøpte avisa. I 1961 vart byavisa Drammens Tidende slått saman med avisa Buskeruds Blad som stod sterkt i Buskerud utanom Drammen. Avisselskapet vart eigd i fellesskap av etterkomarar av Axel Lyche og av Raknerud-familien. På 1970-talet kjøpte og etablerte aviskonsernet Drammens Tidende og Buskeruds Blad fleire lokale aviser i Buskerud og Telemark og avisene Telen på Notodden, Laagendalsposten på Kongsberg og Røyken og Hurums Avis var ein del av det lokale aviskonsernet. I 1993 vart det lokale aviskonsernet Drammens Tidende og Buskeruds Blad kjøpt av det nasjonale mediekonsernet Orkla Media (Roppen, 2003). Avisa Drammens Tidende og Buskeruds Blad skifta i 2000 namn tilbake til Drammens Tidende.

I 2006 hadde det gått 13 år sidan Orkla Media kjøpte Drammens Tidende og Buskeruds Blad, og no vart Orkla Media kjøpt av det internasjonale medieselskapet Mecom (Bakke, 2007). Det skulle no gå berre 6 år før Drammens Tidende og fleire andre aviser vart kjøpt tilbake til Noreg av Amedia, i 2012. Deretter gjekk det berre 4 år før Amedia og dermed Drammens Tidende i 2016 vart kjøpt av Sparebankstiftelsen DNB.

I historisk perspektiv er det lett å sjå at endringane både i konsernstruktur og eigarskap har endra seg mykje, og endringane skjer raskare og raskare dei siste åra. Det er lett å forstå Drammens Tidendes tidlegare redaktør si vurdering – eller håp – om at den nye eigaren Sparebankstiftelsen skal vere ein langiktig eigar. Stiftelsar har eigenskapar som er svært interessante i så måte.

⁷ <https://www.dt.no/nyhet/drammen/politikk-og-samfunn/stiftelse-bliir-eier-av-amedia/s/5-57-309069> (lasta ned 16.11.2019).

⁸ «Kristin Monstad gir seg om redaktør i Drammens Tidende», Fremtiden, 4.7.2019, <https://www.dagsavisen.no/fremtiden/kristin-monstad-gir-seg-som-redaktor-i-drammens-tidende-1.1549417>

Stiftelsesvedtektene har i prinsippet det evige som tidsperspektiv – og ikkje neste kvartalsrekneskap som ein ofte høyrer er problemet med børsnoterte eller kommersielle medieeigarar.

I norsk samanheng har det dei siste åra vorte gjort fleire vitenskaplege studiar av medieeigarar. Her kan særleg nemnast Henrik G. Bastiansens studie av partipressa (Bastiansen, 2009) og fleire eigarstudiar av Orkla Media og Mecom (Wærholm, 2008; Bakke, 2007; Roppen, 2003). Amedia, Orkla Media og Schibsted har også fått sine eigne - og eigenfinansierte historier (Johansen, 2011; Lysdagen, 2008; Norland, 2011; Norland, 2011). I historieverket «Norske aviser» er også aviseigarskap eit viktig tema i det siste bandet: «Imperiet vakler 1945-2010» (Hjeltnes, 2010). Men stiftelsar er ei nokså ny eigarform i media så det er lite å finne i desse bidraga om stiftelsar som medieeigarar.

Eit tidleg akademisk bidrag om NRK som stiftelse er Inger-Johanne Sands doktoravhandling frå 1990 (Sand, 1994). Sands avhandling ser ut til å ha ført til endring: NRK gjekk over til å bli aksjeselskap nokre år etter at Sand kom med si avhandling.

2.4 Tidlegare eigarskap i Amedia

Spørsmålet om eigarskap i media er nært knytt til andre spørsmål som handlar om etablering og finansiering av mediebedrifter, om dagleg kontroll over teknologi, redaksjon og økonomi og naturlegvis også om tilknytning til politiske og ideologiske rørsler. Det er behov for å sjå mange slike perspektiv i lag for å kunne få eit heilskapleg oversyn.

Sidan Amedia her er i fokus er det nødvendig å sjå kort på korleis eigarskap og kontroll har utvikla seg i avisene og konsernet.

Amedias historie kan i eit eigarskapsperspektiv forteljast som ei utvikling i former for eigarskap i norske media. Ein viktig forløpar for arbeideravisene kom då trykkaren og politikaren Christian Holtermann Knudsen starta avisa «Vort arbeid», som seinare skulle få namnet Arbeiderbladet, og som i dag heiter Dagsavisen. Holtermann Knudsen starta avisa som eit personleg selskap og både skreiv og trykte avisa i eige trykkeri. Han fekk store økonomiske problem fordi avisa selde dårleg og hadde lite annonsar. Avisa vart i 1885 teken over av Arbeidarpartiet og vart partiorgan frå 1887, og Holtermanns økonomi betra seg då han fekk eit lønsamt offentleg oppdrag: Å trykke frimerke.

Etter kvart som Arbeidarpartiet voks vart det etablert arbeidaraviser rundt om i landet – og som regel med lokale partilag og fagforeningar som eigarar. Det var altså stort sett lokal eigarkontroll i avisene som rekna seg som tilhøyrande arbeidarpressa. Men Arbeidarpartiet sikra seg likevel ideologisk kontroll ved å krevje at avisene skulle ta inn i sine vedtekter at partikontoret skulle godkjenne utpeiking av lokale redaktørar.

Det er vel kjent at omgrepet partipressen først og fremst handla om avisenes politiske orientering. Det var jo berre unntaksvis dei sentrale partiorganisasjonane faktisk eigde aviser, og då var det som regel aviser som lokale partilag og alliansepartnarar ikkje hadde klart å drive. Den sentraliserte kontrollen med avisenes drift var sterk i arbeideravisene, varierende i høgpreppa og svært liten i venstreavisene (Bastiansen, 2009).

Men i dette bildet er det interessant å notere at ingen aviser som valde stiftelse som juridisk eigarform. Avisene vart eigde av personlege selskap eller aksjeselskap. Eventuelt kunne også aviser bli utgitt av foreningar, men med tida vart dei aller fleste aviser eigde av aksjeselskap.

Arbeiderbladet vart i dette bildet eit unntak ved at avisa vart eigd direkte av Arbeiderpartiet sentralt. Men i 1991 vart også Arbeiderbladet overteke av mediekonsernet A-pressen. I 1999 vart Arbeiderbladet skilt ut frå A-pressen og gjeve til ein stiftelse. Dette kunne tolkast som at stiftelsar var i ferd med å bli ei interessant eigarform i norske media, men etter eit lite tiår som sjølvstendig stiftelse vart Dagsavisen i 2008 overtatt av mediekonsernet Mentor Medier. I seg sjølv kan dette vere ei påminning om at stiftelsar heller ikkje treng om å vere ei permanent eigarform. I tilfellet Dagsavisen var og er mediestøtte viktigare for overleving enn stiftelseeigarskap eller andre alternative eigarformer.

2.5 Amedia og andre mediekonsern

I Noreg var altså aviseeigarskap eit blandingsystem med personlege selskap og aksjeselskap. Mange små aviser var anten personlege selskap, eller hadde lokale aksjonærar som gjerne delte enten politisk grunnsyn eller hadde interesse av at det kom ut avis i byen eller i bygda. I andre enden av skalaen var landets største mediekonsern Schibsted også eit personleg familieselskap, eigd av Schibsted-familien, til langt ut på 1990-talet.

Frå 1984 og utetter vart stadig fleire norske aviser overtatt av mediekonsern der Orkla Media, Schibsted, Norsk Arbeiderpresse AS (seinare A-pressen og deretter Amedia) og Polaris er dei største og mest kjende. Orkla Media vart på si side overtatt av britiske Mecom. Men gjennom alle desse endringane fortsatte både den einskilde avis og det einskilde mediekonsern som aksjeselskap og dermed lett tilgjengeleg som salsobjekt når det vart aktuelt.

Då Mecom fekk økonomiske problem vart konsernets norske aviser selt tilbake til Noreg og dei fleste overatt av Polaris og Amedia. Lokale aviser har altså bokstavg talt vore brikker i mediekonsernas spel i mange år. Eit naturleg spørsmål å stille er om dette vil endre seg når media no i stadig større grad er eigd av stiftelsar.

A-Pressen var ei tid børsnotert til liks med andre store mediekonsern i Noreg, men LO var heile tida ein dominerande eigar. I 2015-2016 var Amedia til salgs, og kjøpar vart altså Sparebankstiftelsen.

I Daniela Malas studentoppgåve (Mala 2019) spør ho om stiftelsar kan vere ei trygg og stabil eigarform for norske media. Hennar svar på det er eit betinga ja. Og hennar svar er ja hovudsakleg fordi det er det sentrale aktørar og observatørar seier. I dag.

2.6 Stiftelsar og andre eigarformer

Media må eigast av nokon, og kven denne nokon er har betydning for både dagleg drift og strategisk kontroll. Stiftelsar skil seg frå dette ved at dei er sjølveigande – stiftelsar kan altså ikkje bli selt. I Noreg har stiftelsar eller stiftelsliknande konstruksjonar vore knytt til kloster i katolsk tid og seinare vart sjukehus utstyrt med gardar eller andre inntektsgjevande tiltak for å sikre inntekter til dei gode føremåla som stiftelsane skulle utføre.

Kva så med aviser? Norges eldste avis som framleis kjem ut er Adresseavisen i Trondheim. Gjennom heile 1800-talet vart avisa gitt ut av «Den borgerlige skole i Trondhjem» og skulle då bringe inntekter til skulen. Avisa skulle altså bringe inntekter til eit «høgare» føremål – avisdrift var ikkje eit høgt formål i seg sjølv. Men i norsk samanheng var det uvanleg at institusjonar som skular eller det offentlege eigde aviser.

Noko forenkla kan ein seie at før år 1900 var den vanlegaste eigarforma i media det personlege eigarskapet, der ein einskildperson eller kompaniskap av personar var personleg ansvarleg(e) for drift av aviser. Ofte var det eigarar av trykkeri som også eigde og gav ut aviser, spesielt etter at trykkeri og aviser vart industrialisert utover 1800-talet med stadig betre trykketeknologi og papirkvalitet. Trykkeriutgiftene utgjorde klart størsteparten av utgiftene ved å gje ut avis, så for at bedrifta skulle overleve var det kritisk å ha kontroll på maskineri og teknisk produksjon av avisa.

Det var først i 1905 at aksjeselskap som eigarform vart formalisert gjennom lov. Lovgjevinga hadde rederiverksemd som førebilde og syner at praksis i næringslivet var etablert før nasjonal lovgjeving kom på plass. Noko liknande ser vi når det gjeld stiftelsar som eigarform. Det var først i 1980-åra at eit lovverk for stiftelsar vart vedtatt, men då hadde stiftelseliknande organisasjonar og skipnader eksistert i Noreg i mange hundre år.

Ei eigarform som kanskje har vorte oversett i det store bildet er at i mange aviser var det partilag, politiske foreningar og ofte fagforeningar som eigde aviser og i somme høve også var eineeigarar og utgjevarar av aviser. Dette var nok vanlegast for arbeideraviser. Men somme aviser har hatt kristne organisasjonar, bondelag, mållag og andre organisasjonar som eigarar. Korleis dette har vorte gjort i

praksis og kva det har hatt å seie vil nok variere frå avis til avis. Utover på 1900-talet vart det nok vanlegast at også foreningar eigde aviser indirekte, altså ved å eige aksjar i selskapet som gav ut avis.

Men i mediebransjen var stiftelse som eigarform ikkje brukt før på 1980-talet, etter det vi har klart å finne ut.

Den første stiftelsen var muligens Dagbladets stiftelse som vart oppretta i 1984 og føremålet var å verne om Dagbladets redaksjonelle fridom og uavhengigheit. I 1985 vart ein liknande stiftelse med eit liknande føremål etablert for Bergens Tidende: J W Eides stiftelse. Begge desse to stiftelsane skulle også godkjenne tilsetning av ansvarlege redaktørar. I 2019 har Dagbladets stiftelse ein eigenkapital på over 40 millionar kroner og J W Eides stiftelse har ein eigenkapital på over 30 millionar kroner. Både Dagbladet og J W Eides stiftelse har langt frå kontrollerande eigardelar i sine aviser, og dette er også tilfellet for ei rekkje andre mediestiftelsar som har mindre eigardelar i einskildaviser og einskildselskap, men skal ha ein ideell funksjon, som å bevare redaksjonell fridom og uavhengig journalistikk – og avisenes politiske grunnsyn.

I ein rapport har Rolf Kluge (1994) presentert eit oversyn over kva mediestiftelsar som fanst i 1993. han kom til at det var fem avisstiftelsar. Daniela Mala har i 2018 kome fram til 15 stiftelsar.

I ein gjennomgang av medieomtalar (A-tekst, Retriver) har Mala (2018) funne få eller ingen konfliktrar der sjølv føremålet med stiftelsane har stått i fokus, altså redaksjonell fridom og uavhengigheit eller verdigrunnlag. Det har altså ikkje vore slik at stiftelsane har lagt ned veto mot utpeiking av ansvarlege redaktørar. Det må i så fall ha skjedd utan at det har vorte omtala i media. Korleis skal desse funna tolkast? Kanskje betyr dette at stiftelsane faktisk har ein funksjon og ei viss betydning. Eventuelt kan det tolkast som at stiftelsane ikkje har noko å bety. Mala har også intervjuua kontaktpersonar for dei 14 stiftelsane ho har kartlagt, og stiftelsane sjølv meiner at dei har ei rolle å spele.

Men også statlege NRK har i ein periode vore stiftelse – og kan bli det igjen. NRK vart etablert i 1933 etter at staten hadde overteke fleire lokale radioselskap. NRK-monopolet frå 1933 hadde ikkje plass til private kringkastingselskap. Dei nasjonale konkurrentane til NRK vart etablerte etter 1987: TV3, TV Norge, TV 2, P4 og Radionorge, og dei er i dag alle eigde av internasjonale mediekonsern og vil ikkje bli nærare omtala her. Derimot er det interessant i vår samanheng at i ein kort periode var NRK organisert som stiftelse. Slik var det i åra 1988-1996, og deretter vart NRK omdanna til AS. I 1988 hadde styret i NRK ønska seg at institusjonen skulle bli endra frå statleg forvaltningsbedrift til statsaksjeselskap, men Stortinget bestemte at NRK skulle bli stiftelse. I 1995 diskuterte Stortinget spørsmålet på nytt. NRKs erfaringar med å vere stiftelse var delte og Inger-Johanne Sands

doktoravhandling peika også på utfordringar med å vere stiftelse (Sand, 1994). I komitemerknadene var det særleg at mange spørsmål måtte leggast fram for fylkesmannen det vart lagt vekt på. På den tida hadde fylkesmannen ei viktig rolle i høve stiftelsar. Komitefleirtalet ønska seg eit NRK som skulle vere konkurransedyktig også i kommersielle marknader, og dermed vart det fleirtal for omdanning til AS då dette vart rekna som ein måte å gje NRK større fridom. Resultatet blei at NRK frå 1997 skulle bli aksjeselskap.⁹ Men forventningane og rammene for NRKs programverksemd var eigentleg ikkje ulik innanfor dei ulike organisasjonsformene.

Mediemangfoldsutvalet leveret i 2017 ei utgreiing der det vart konkludert med at NRK på nytt burde bli ein stiftelse. Grunngevinga var at dette ville sikre betre armlengdes avstand mellom staten og NRK.¹⁰ Ved utgangen av 2019 er det usikkert korleis det vil gå med dette framlegget.

2.7 Stiftelsen Tinius – ein hybrid?

Schibsted er landets største mediekonsern og har dei siste åra vore blant dei største selskapa på Oslo Børs og hadde ved årsskiftet 2018/2019 ein marknadsverdi på ca 65 milliardar kroner. I vår samanheng er det interessant at stiftelsen Tinius eig ca 26 prosent og dermed er største eigar av det børsnoterte selskapet Schibsted. Stiftelsen har dermed kontroll over store verdiar på grunn av vedtekter som gjev eigarar med over 25 prosent eigardel særlege rettar. Stiftelsen vart oppretta i 1996.

Korleis vart Schibsted eit så stort og viktig medieselskap og korleis passar stiftelsen inn i det store bildet? Det var først så seint som i 1988 at Schibsted vart omdanna frå eit familieselskap til eit AS og selskapet vart børsnotert i 1995 og året etter var det altså at stiftelsen vart skipa.

Schibsted skriv på sine nettsider at 1839 var startåret for selskapet, då foreldreause Christian Schibsted starta eit boktrykkeri. I 1860 etablerte Schibsted avisa Aftenposten for å sikre oppdrag til trykkeriet, så Aftenposten er kanskje det beste dømet på boktrykkaraviser – altså aviser etablert og drive av ein boktrykkar for å skaffe inntekter til trykkeriet – og i mindre grad for å spreie ein politisk bodskap.

Aftenposten vart etter kvart det viktigaste annonseorganet i Oslo og dermed i Noreg, Amandus Schibsted, son til Christian Schibsted heva avisas redaksjonelle kvalitet og avisa vart etter kvart

⁹ «Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om Norsk rikskringkasting som aksjeselskap. Om lov om endringer i lov av 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting.» <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Odelstinget/1995-1996/inno-199596-016/?lvl=0>

¹⁰ NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet – en styrket mediepolitikk for borgerne, <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2017-7/id2541723/>

konservativ. Schibsted-selskapet tok seinare over populæravisa Verdens Gang som på 1970 og 1980-talet opplevde sterk oppslagsvekst og økonomisk suksess. Seinare skulle Schibsted bli ein av dei første eigarane i TV 2 (1992). Schibsted kjøpte aviser og andre medieselskap i andre nordiske land og var også tidleg ute med å prøve seg på digitale plattformer. Dei siste tiåra er det særleg på nettannonsar selskapet har markert seg som ein internasjonal aktør.

Det er altså i eigarskapsforholda og omdanninga frå eit familieselskap frå 1839 til eit børsnotert konsern vi finn den direkte årsaka til at Stiftelsen Tinius vart oppretta i 1996. Dette var Einar Fr. Nagell-Erichsens val og han skriv i ulike samanhengar at føremålet var å verne Schibsted mot oppkjøp, og derfor var det viktig at eigarskapet i stiftelsen gjennom selskapets vedtekter gjorde at Schibsted ikkje kunne kjøpast – eller at vedtektene kunne endrast utan støtte frå Stiftelsen Tinius:

Styrken i «Stiftelsen Tinius» er at i motsetning til mange andre stiftelser og andre ordningar, så har den makt. Hvis makten brukes fornuftig, er den virkelig til beskyttelse for frihet og uavhengighet i mediekonsernet Schibsted.¹¹

Schibsted var i 2019 eit 180 år gammalt medieselskap som hadde vore eit familieselskap det meste av tida. Det er altså ikkje ein stiftelseskonstruksjon som har gjort at selskapet har vorte 180 år, men når Schibsted i 1996 fekk ein stiftelse som kontrollerande eigar så var det for å vidareføre det Tinius Nagell-Erichsen rekna som sentrale verdiar i medieselskapet.

I Stiftelsesregisteret er vedtektene for stiftelsen Tinius oppgitt, og under føremål står følgjande:

§3 Formål

Stiftelsen er eier av de fire stemmeberettigede A-aksjene i Blommenholm Industrier AS.¹² Stiftelsen skal forvalte disse aksjene og stiftelsens øvrige formue etter følgende retningslinjer:

Schibsted-konsernet skal drives etter de redaksjonelle og forretningsmessige hovedlinjer som ble lagt til grunn ved opprettelsen av konsernet og deretter har vært retningsgivende.

Schibsted-konsernet skal drives på en måte som sikrer frie og uavhengige redaksjoner i konsernets aviser og øvrige datterselskaper med redaksjonell virksomhet.

¹¹ Årsrapport, Stiftelsen Tinius, 2008, side 3: «Eierskapet må sikre Schibsteds medier frihet og uavhengighet», <https://tinius.com/wp-content/uploads/2017/07/A%CC%8Ar rapport2008.pdf>

¹² Det er selskapet Blommenholm Industrier AS som faktisk eig aksjane i Schibsted ASA, men Stiftelsen Tinius har full kontroll over Blommenholm Industrier AS.

Schibsted-konsernets utgivelser skal tilstrebe kvalitet og troverdighet. De skal forsvare verdier som trosfrihet, toleranse, menneskerettigheter og demokratiske prinsipper.

Stiftelsen skal arbeide for en langsiktig, sunn økonomisk utvikling av Schibsted-konsernet.

Stiftelsen skal også ved behov arbeide for å påvirke de rammebetingelser som er vesentlige for å sikre frie og uavhengige redaksjoner.

Stiftelsen har som føremål å vidareføre Einar Fr. Nagell Erichsens idear om korleis konsernet skulle drivast, ein klassisk mortmain-konstruksjon. Nagell-Erichsen døydde i 2007, men stiftelsen hans er svært levande.

Kva skilnad har stiftelsen Tinius gjort? Har det vore beslutningar som ein ikkje har gått inn på fordi det ville bryte med stiftelsens grunnleggande idear? Vil det vere muleg å gjere det i all framtid? Og kva blir oppgåva til stiftelsen om sentrale aviser som VG og Aftenposten ein gong i framtida skulle bli lagt ned? Dette er spørsmål som ingen kan svare på i dag.

2.8 Mediestiftelsar i Norden

Det virkar klart at sidan dei første norske mediestiftelsane kom på 1980-talet, så var særleg dei tidlegare etablerte danske stiftelsane ein viktig inspirasjon. I Rolf Kluges rapport (1994) vart det også lagt ved stiftelsesdokumenta til to danske aviser: Politiken-fonden (1973) og Jyllands-Postens fond (1992).

Men det er fleire viktige skilnader mellom mediestiftelsar i Noreg og i Danmark. I Sverige og Danmark har stiftelsar vorte eineigar av mange mediebedrifter, men som vi har sett er det kanskje berre Stiftelsen Tinius som har ei tydeleg eigarrolle blant norske mediestiftelsar. Dei fleste norske stiftelsane har ein heilt symbolsk eigardel, men har altså potensielt sett vetorett i verdispørsmål som tilsetting av avisredaktørar eller i endring av føremålsparagraf. Sparebankstiftelsen på si side er ikkje ein mediestiftelse, men ein allmennyttig stiftelse som også eig eit mediekonsern. Også dette skil seg frå danske og svenske mediestiftelsar som har det å eige media som eit eksplisitt føremål med si verksemd.

I Sverige vart partiaviser på borgarleg side overført til stiftelsar for å sikre at dei også i framtida skulle bevare si politiske tilknytning. I Noreg har erfaringa etter nærare 40 år med mediekonsern vore at dei skiftande konserneigarane ikkje har brydd seg om politisk orientering. Amedia kjøpte jo mange aviser som har støtta Høgre eller Venstre i all si tid – blant anna gjaldt dette Drammens Tidende.

2.9 Medieeigarskap i framtida?

Som det går fram av denne gjennomgangen er det nokså nytt at stiftelsar blir medieeigarar i Noreg. Det er på ein måte overraskande sidan det har vore eit stort mangfald av eigarformer i norske media: Personlege selskap, aksjeselskap og foreningseigde aviser. Det har også historisk sett vore eit stort mangfald av ulike aviser når det gjeld ideologisk og politisk orientering. Stiftelsar som juridisk eining har også vore vel kjent i Noreg i hundrevis av år (Dugstad & Lorentzen, 2010). Alt på slutten av 1800-talet vart det laga katalogar over norske stiftelsar og liknande konstruksjonar, og fleire tusen ulike stiftelsar vart registrert (Nicolaysen, 1858, 1875, 1894).

I mediebransjen var det frå tid til annan røyster som ønska seg stiftelsar som eigarar av media. Bakgrunnen for slike ønske var nok ei tru på at stiftelsar ikkje har same behov for å levere overskot som børsnoterte mediekonsern. Ikkje uvanleg i så måte er ei meiningstrying frå Jarle Aasland i 2015:

«Stiftelse bør overta norske aviser

KOMMENTAR: Avisbransjen går til helvete, og dagens eiermodell fungerer ikke, skriver Aftenblad-journalist Jarle Aasland»¹³

Aaslands kommentar var i fagbladet Journalisten utstyrt med eit bilde av Fritt Ord-direktør Knut Olav Åmås, som få månader seinare skulle selje Amedia – til Sparebankstiftelsen.

Ein annan kommentator, Svein Egil Omdal, etterlyste ei forening der folk flest kunne bli aviseigarar:

«Meld deg inn i lokalavisen

Etter å ha vært i storbyen for å bli bondefanget og forført av folk med fine regneark, er lokalavisene på vei dit hvor de hører hjemme: Hos leserne.»

Omdal argumenterte i artikkelen mot store selskap og ønska seg eigentleg tettare forhold mellom avis og lokalsamfunn, altså lesarar. Og Omdal såg også føre seg ein situasjon der det ikkje fanst kjøparar av Amedia. Men der tok han altså feil.

Det var eigentleg ein samvirkemodell Omdal såg føre seg. Og hans døme på at dette kunne fungere var den tyske avisa Tageszeitung i Berlin: Eigd av tilsette og lesarar i fellesskap. Heller ikkje dette er

¹³ Journalisten, 2. desember 2015 (<https://journalisten.no/meninger-mediedebatt/stiftelse-bor-overta-norske-aviser/303915>)

ein modell som er særleg kjent i Noreg – det må i så fall ha vore ein modell som mindre lokalaviser kan ha hatt i periodar.

I ein seinare kommentar sa Jens Barland, ein annan mediekomentatar, at Sparebankstiftelsen var ein «Drømmeeier» - og han var raus med rosen til Omdal – som hadde «Sådd et frø...» i form av sin avis-kommentar – som vart sendt vidare på Facebook og så nådde fram til André Støylen – som så fekk frøet til å vekse.¹⁴ Og Omdal på si side sende rosen vidare og sa at ideen kom frå Erik Rudeng, i Fritt Ord.¹⁵

Svaret på samvirkeideen vart altså ein stiftelse inne i ein annan stiftelse. Og her er det ein avgjerande skilnad. Ei foreining eller eit samvirkeselskap er i prinsippet eigd av medlemmene. Ein stiftelse er eigd av seg sjølv. Ei foreining vel sjølv sitt styre. I ein stiftelse vert styret valgt ut frå stiftelsesvedtektene – og kan vere sjølvsupplerande. Både ei foreining og eit aksjeselskap har demokratiske konstruksjonar i botnen ved at medlemmene eller aksjonærar vel styre og dermed leiing. Rett nok er det talet på aksjar som vanlegvis avgjer talet på røyster i eit aksjeselskap.

Stiftelsar har altså suverene styre som ikkje står til ansvar overfor anna enn stiftelsens egne vedtekter. Stiftelsar kan ha ein viktig demokratisk funksjon og oppgåver for demokratiet, men stiftelsesforma er altså ikkje i seg sjølv demokratisk.

Somme stiftelsar har fleire tusen års historie. Kloster er ein tidleg form for stiftelsesliknande organisasjonar. Men sjølv om kloster og organisasjonen kan ha tusenårig historie og tilsynelatande har det evige som perspektiv, så vitnar klosterruinar om at det ikkje nødvendigvis blir slik i praksis. Reformasjonen, krig og økonomiske konjunkturar er berre nokre døme på endringar som gjer at kloster ikkje var garantert evig liv. For mediebedrifter som enten vert omdanna til stiftelsar eller som vert eigd av stiftelsar så betyr ikke det at selskapa blir skjerma for teknologisk, økonomisk eller kulturell utvikling.

Sparebankstiftelsen har etter oppkjøpet vore tydelege på at dei forventar at Amedia skal kunne gå med overskot og etter kvart betale ned lånet dei har teke opp i Sparebankstiftelsen.¹⁶

¹⁴ «Jens Barland: «Fire grunner til at Amedias nye stiftelse er en drømmeeier», kommentar i Medier24, 23.2.2016, endra 31.3.2017, lasta ned 1.9.2019. <https://www.medier24.no/artikler/jens-barland-fire-grunner-til-at-amedias-nye-stiftelse-er-en-drommeeier/361974>

¹⁵ «DnB fikk ideen til Amedia-oppkjøpet fra Fripenn-kommentar», Stavanger Aftenblad, 29. januar, 2017, <https://www.aftenbladet.no/okonomi/i/e5oey/dnb-fikk-ideen-til-amedia-oppkjoept-fra-fripenn-kommentar>

¹⁶ «Blir André Støylen Amedias neste konsernsjef? Og hva mener han om driftsmarginene i lokalavisene?», Journalisten, 11.8.2017 (<https://journalisten.no/andr-stoylen-amedia-sparebankstiftelsen-dnb/blir-andr-stoylen-amedias-neste-konsernsjef-og-hva-mener-han-om-driftsmarginene-i-lokalavisene/278609>)

Hovudpoenget er at det ikkje er noko i Sparebankstiftelsen DNB sine vedtekter i dag som seier at dei skal eller bør eige media. Sparebankstiftelsen kan altså bestemme seg for å selje Amedia – men det er i dag lite som tyder på at det er aktuelt.

Men er rammevilkåra for sparebankstiftelsar veletablert og stabil? Vil dei juridiske rammevilkåra for sparebankstiftelsar kunne bli endra? Og vil det kunne få følgjer for eigarskapet i Amedia?

I ein artikkel i tidsskriftet Lov og Rett skriv advokat Gudmund Knudsen (2019) at det i 2019 finst 32 sparebankstiftelsar av i alt 33 såkalla finansstiftelsar. Dette utgjer er ein svært liten del av dei knapt 7.000 stiftelsane i Noreg. Men målt i andel av eigenkapital av alle stiftelsar er sparebankstiftelsane svært viktige. Den samla eigenkapitalen til norske stiftelsar er på ca 170 milliardar kroner, men finansstiftelsane har ein samla eigenkapital på 70 milliardar kroner, altså over 40 prosent.

Finansstiftelsane, med underkategorien sparebankstiftelsar, er regulert i Finansforetaksloven. Lova vart endra i 2009 og endringa gav blant anna sparebankar høve til å fusjonere, men det var på vilkår at grunnkapitalen blei overført til ein eller fleire sparebankstiftelsar. Sparebankstiftelsar skulle altså halde fram med å vere ein eigar av banken eller bankane dei sprang ut av. Samtidig skulle stiftelsesmodellen sikre at sparebanktradisjonane vart vidareført, blant anna ved å sikre eit innslag av låntakarar eller kundar på eigarsida i sparebankar og gjennom tildeling av midlar til allmennyttige formål sidan stiftelsane ville få ein del av overskotet og dette igjen kunne delast ut lokalt.

Gudmund Knudsen meiner det er ei rekke spørsmål som bør avklarast i ein gjennomgang av sparebankstiftelsar og andre finansstiftelsar. Eitt av desse er at finansstiftelsar har ei generalforsamling og ikkje eit styre som øvste organ, og dette er ulikt andre stiftelsar. Vidare ser han føre seg mulege konflikter mellom forpliktinga til å ta best muleg vare på stiftelskapitalen og forpliktinga til å vere ein langsiktig eigar av sparebanken. Det kan jo vere best for stiftelskapitalen å selje seg ned i sparebanken (Knudsen, 2019).

Skatt er eit viktig omsyn for alle stiftelsar. Når det gjeld sparebankstiftelsar har Skattedirektoratet gjort ei prinsipiell avklaring som seier at sparebankstiftelsar kan få skattefritak, på visse vilkår.¹⁷ I *NOU 2018:5 Kapital i omstillingens tid — Næringslivets tilgang til kapital*¹⁸ (leiar Aksel Mjøs) vert det diskutert fleire dilemma kring stiftelsar og kapitalforvaltning. Skatteetatens praksis er at om stiftelsar driv «passiv kapitalforvaltning» så vil ikkje dette føre til skatteplikt. Men utvalet peikar også på at det

¹⁷ Prinsipputtalelse: Vurdering av skattefritak for sparebankstiftelser, avgitt 05.06.2013.

<https://www.skatteetaten.no/nn/rettskilder/type/uttalelser/prinsipputtalelser/vurdering-av-skattefritak-for-sparebankstiftelser/>

¹⁸ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing-nou-20185/id2592181/>

er mange dilemma knytt til dette – til dømes kan for passiv kapitalforvaltning føre til tap. Det er vanskeleg å vite som blir resultatet av desse vurderingane.

I lys av dette kan ein spørje om dette betyr at om Amedia skulle gå med store overskot og klarte å betale tilbake alle sine lån, så er det muleg at det kunne utløyse skatteplikt for Sparebankstiftelsen DNB. Overskot for ei medieverksemd er til vanleg eit teikn på at selskapet går godt, men i vår samanheng må ein spørje om det kan bety at selskapet like godt kan drivast vidare av andre eigarar enn ein stiftelse. Svake resultat var jo ein viktig grunn til at dei tidlegare eigarane ønska å selje Amedia.

I vårt perspektiv er det viktig å noter at det er nokså nyleg at sparebankstiftelsar har blitt så mange og viktige. I seg sjølv er dette noko som talar for at det er for tidleg å seie kva rolle sparebankstiftelsar kan få som eigar av media. Dei mulege juridiske og skattemessige spørsmåla som er aktuelle i drøftinga av stiftelsar i dag kan også gi ein annan situasjon enn i dag.

2.10 Litteraturliste:

- Bakke, M. (2007). *Et eierskap og et salg: En analyse av Orkla Medias eierskap i Drammens Tidende og Orklas salg av Orkla Media*, Masteroppgave i medievitenskap Universitetet i Oslo/Institutt for Medier og Kommunikasjon. Oslo.
- Bastiansen, H. G. (2009). *Lojaliteten som brast : partipressen i Norge fra senit til fall 1945-2000*. Oslo: Norsk Pressehistorisk forening.
- Borgen, T. (2019, 10 03). En blå-gul drøm i oppfyllelse[.] Om et nytt svensk medielandskap, men ingen debatt. *Norsk medietidsskrift*, ss. 1-6. doi:<https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2019-03-05>
- Dugstad, L., & Lorentzen, H. (2010). *Stiftelser i det moderne Norge*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning. Hentet fra <https://lottstift.no/wp-content/uploads/2015/12/Stiftelsar-i-det-moderne-Norge-ISFrappport-juni2010.pdf>
- Hjeltnes, G. (2010). *Norsk avishistorie: Imperiet vakler 1945-2010*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Høeg, T. (1973). *Norske aviser 1763-1969 : en bibliografi : 1 : Alfabetisk fortegnelse*. Oslo: Universitetsbiblioteket i Oslo.
- Johansen, T.-A. (2011). *Orkla media 1983-2006 : et medieselskap i konserndanningens og eierkonsentrasjonens epoke*. Oslo: Norsk Pressehistorisk forening.
- Kluge, R. (1994). *Stiftelser til styring av redaktørinstituttet i norske aviser*. Fredrikstad.
- Knudsen, G. (2019). Finans- og sparebankstiftelsene – stiftelser i stiftelsesrettens grenseland. *Lov og Rett*, 58, ss. 131-132. Hentet fra https://www.idunn.no/hvo-ezproxy-01.hivolda.no/lor/2019/03/finans-_og_sparebankstiftelsene__stiftelser_i_stiftelsesr
- Lyshagen, G. (2008). *Fra storhusholdning til moderne mediekonsern : Norsk arbeiderpresses historie*. Oslo: A-pressen.
- Mala, D. (2018). *Er stiftelsar ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media?* bacheloroppgåve i medievitenskap. Volda.
- Nicolaysen, N. (1858, 1875, 1894). *Norske Stiftelser : Samling af Fundatser, Testamenter og Gavebreve, samt historisk-statistiske Efterretninger, vedkommende milde Stiftelser i Kongeriget Norge : 1-5*. Christiania : Chr. Tønsbergs Forlag.
- Norland, A. (2011). *Bly blir gull : Schibsteds historie 1839-1933 : 1*. Oslo: Schibsted.
- Norland, A. (2011). *Medier, makt og millioner : Schibsteds historie 1934-2011 : 2*. Oslo: Schibsted.
- Roppen, J. (2003). *Orklas lange revolusjon. Konsern, redaktører og journalistikk i Orkla medias norske aviser 1985-2000, dr.polit avhandling, Universitetet i Bergen*. Bergen.
- Sand, I.-J. (1994). *Styring av kompleksitet. Rettslige former for rammestyring og desentralisert statsforvaltning*. Oslo: Fagbokforlaget.
- Wærholm, C. (2008). *Mecom's oppkjøp av Orkla Media. Masteroppgave, Universitetet i Oslo*. Oslo.

3. Er stiftelsar ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media?

Av Daniela Mala, bacheloroppgåve i medievitenskap, Høgskulen i Volda, hausten 2018.

3.1 Innleiing

I denne oppgåva vert alle norske mediestiftelsar for fyrste gong studert, og studien omfattar to svært store og tretten små stiftelsar. Eg har vore med som forskingsassistenten til Johann Roppen i ein internasjonal studie om stiftelsar som eigarar av media. Stiftelsar held på å verte ei viktig eigarform i ei tid då media opplever store endringar, og mange er urolege for framtida til redaksjonelle media. Eg skal bruke dei viktigaste data frå denne studien til å svare på problemstillinga i denne oppgåva:

Er stiftelsar ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media?

Allereie i spørsmålet ligg den fyrste avgrensinga, eg vil berre sjå på redaksjonelle media, altså dei tradisjonelle nyhende- og debattavisene med nettutgåver. Vidare vil eg berre sjå på stiftelsar med norske eigarar. Den neste avgrensinga kjem i at eg vil ha hovudfokus på Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius, og eg har derfor undersøkt dei særskilt, blant anna gjennom kvalitative intervju. Det er fordi dei er dei to største stiftelsane som eig redaksjonelle media i Noreg. Men for å få eit litt meir heilt bilete på problemstillinga har eg òg lese stiftelsesdokumenta til alle stiftelsar som er knytt til redaksjonelle media i Noreg, og eg har sendt ut ei kortare spørjeundersøking til dei stiftelsane eg ikkje har intervjuet kvalitativt.

For å svare på det store spørsmålet mitt, skal eg undervegs stille fleire spørsmål som vil hjelpe meg å svare på problemstillinga. Kva skil stiftelsar frå andre eigarar? Kva er føremålet med stiftelsane, og kor mykje har dei egentleg å seie for media dei eig?

Men før eg kan byrje å svare på desse spørsmåla må eg fyrst seie noko om kva ein stiftelse er, kva det vil seie å eige eit media og kort forklare utviklinga i norsk medieeigarhistorie.

3.2 Historisk bakgrunn og rammer for eigarskap

Ein stiftelse er ein sjølveigande formuemasse som vert behandla som ein juridisk person. Det vil seie at ein stiftelse kan ha så vel rettigheter, som plikter.¹⁹ Det betyr rett og slett at ein stiftelse ikkje har nokon eigar. At ein stiftelse ikkje har nokon eigar betyr igjen at det ikkje er nokon som kan ta ut overskotet til stiftelsen, sjølv om stiftelsen kan velje å dele ut overskot til det føremålet stiftelsen er oppretta for.²⁰ Ein stiftelse skil seg derfor dramatisk frå andre eigarskap, særleg frå børsnoterte selskap som må levere utbytte for å overleve. Eg synes dette er eit interessant og spennande aspekt ved stiftelsar, for om ingen eig stiftelsen og kan ta ut overskotet, kvifor vil ein då at ein stiftelse skal eige media?

Vidare finst det to typar stiftelsar, alminnelege eller næringsdrivande stiftelsar. Forskjellen er at næringsdrivande stiftelsar driv med næringsverksemd, medan alminnelege stiftelsar er alle dei andre stiftelsane.²¹ Av stiftelsane som eig eller er tilknytt media i Noreg varierer det om dei er alminnelege eller næringsdrivande, noko som er interessant å sjå i førehald til kvifor stiftelsane vart oppretta.

Uavhengig av kven som eig media er det visse reglar og lover eigarane må førehalde seg til. Redaktørplakaten, som blei lovfesta i 2009²², set tydelege grensar for kva ein eigar kan og ikkje kan gjere. Eigaren kan til dømes bestemme kven som vert tilsett som redaktør, men kan ikkje bestemme korleis redaktøren vel å forme meiningane til mediet.²³ Det betyr at det er ein sær viktig jobb, med mykje makt og moglegheit for innflytelse, å tilsette ein redaktør. Eigarmaka gir òg rett til å bestemme selskapets, eller mediets, føremålsparagraf og dermed politiske orientering.

3.2.1 Eigarskap av media, eit kort historisk blikk

Historisk sett har kven som eig media i Noreg vore gjennom fleire fasar. Då talet på aviser auka kraftig mellom 1814 og 1850 var det stort sett enkeltpersonar eller familiar som eigde aviser.²⁴

¹⁹ Knudsen, «Stiftelse».

²⁰ Lotteri- og stiftelsestilsynet, «Om stiftelsar». Sist oppdatert 07.05.2018.

<https://lottstift.no/stiftelsar/om-stiftelsar/>.

²¹ Stiftelsesloven, §4, 01.10.2015.

https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2001-06-15-59#KAPITTEL_1. og Lotteri- og stiftelsestilsynet, «Er vi en næringsdrivende eller en alminnelig stiftelse?» Henta 09.11.2018.

<https://brukerstotte.lottstift.no/hc/no/articles/115005072293-Er-vi-en-n%C3%A6ringsdrivende-eller-en-alminnelig-stiftelse->.

²² Orgeret, «Redaktørplakaten.»

²³ Norsk Redaktørforening, «Redaktørplakaten (nynorsk)». 28.06.2011.

²⁴ Bastiansen og Dahl, *Norsk mediehistorie*, s. 240-243.

Frå midten av 1880 fylgjer etableringa av politiske parti og aviser kvarandre hand i hand, og partipressa vert fødd. Mange parti starta ei avis då dei oppretta partiet, og brukte avisa som sitt talerøyr. Denne fasen varte fram til rundt 1970-talet, men sjølv om partia eigde og subsidierte mange aviser, var mange aviser framleis familieeigd.²⁵

Den tredje fasa er når investorane kjem på bana. På midten av 1980-talet er investorane med på å bygge ned partipressesystemet (med nokre unntak, blant anna var LO ein investor i Amedia), og store konsern som tidlegare aldri har hatt noko med media å gjere, kjøper seg inn i mediebransjen. No blei det altså meir og meir vanleg med mediekonsern med ein sentralisert administrasjon i staden for lokale einskildbedrifter.²⁶ Orkla er eit døme på dette, dei kjøpte familieeigde aviser og laga eit konsern. Schibsted, som framleis var familieeigd, er eit anna døme. Dei gjekk på børs i 1992. Når konsern blei bygd og børsnotert, oppstod krysseigarskap (medieeigarar eigde andelar i mange ulike media) og eigarkonsentrasjon (færre aktørar eig fleire eller mange media).²⁷ Mellom 1980 og 1990 «gjekk så godt som heile den norske avisbransjen frå å vere lokalt eigde bedrifter til å bli ein del av store mediekonsern». Avisene blei kjøpt og selde fleire gonger, både av norske og utanlandske eigarar. Kjøpa var ofte finansiert med lån, og det vert derfor stilt store krav til utbytte frå selskapa. Dette førte til stor turbulens i mediebransjen.²⁸

Denne konsentrasjonen av media skapa stor debatt på 90-talet. Mange var bekymra for kva som kom til å skje med avisene når dei var eigd av profesjonelle investorar i staden for familiar eller lokale ildsjeler. Frykta var at eigarane skulle presse på for å redusere kostnader, spare utgifter og kutte i tilsette for å skape større utbytte til seg sjølv.²⁹ Andre frykta at mediekonserna «skulle bli så store at vilkåra for den frie samfunnsdebatt i Noreg kunne bli skadelidande.»³⁰ Uroa var så stor at eit eige utval, Eigarskapsutvalet, føreslo ein ny lov for å avgrense kor mykje av eit media ein aktør kan eige og korleis ein skulle sikre redaksjonell fridom og innsyn i eigarførehald, i ein offentleg utgreiing i 1995. Det som er interessant i førehald til denne oppgåva, er at utvalet kjem med eit forslag om å lovfeste prinsippet om redaksjonell fridom. Og i den samanheng nemner dei opprettinga av stiftelsar som ein måte å gjere dette på. Utvalet meiner at stiftelsar kan vere eit viktig supplement til lovverket dei føreslår for å sikre frie og uavhengige aviser.³¹ Så alt i 1995 blei stiftelsar med i debatten om korleis ein skal sikre frie og uavhengige aviser og media i Noreg.

²⁵ Ibid.

²⁶ Bang, Solvoll, Barland, Kruksvik og Roppen, *Medieøkonomi, konflikt og samspill*, s. 78 og Bastiansen og Dahl, *Norsk mediehistorie*, s. 463-482.

²⁷ Bastiansen og Dahl, *Norsk mediehistorie*, s. 463-482.

²⁸ Bang, Solvoll, Barland, Kruksvik og Roppen, *Medieøkonomi, konflikt og samspill*, s. 81.

²⁹ Bastiansen og Dahl, *Norsk mediehistorie*, s. 463-482.

³⁰ Bang, Solvoll, Barland, Kruksvik og Roppen, *Medieøkonomi, konflikt og samspill*, s. 78.

³¹ NOU 1995:3.

I dag er dei største eigarane av aviser i Noreg anten nasjonale stiftelsar eller internasjonale aktørar.³² Dei to store stiftelsane som eig media i Noreg er Amediastiftelsen (som er eigd av Sparebankstiftelsen DNB) og Stiftelsen Tinius som eig 26,1 prosent av aksjane i Schibsted. Dei små stiftelsane er Dagbladets stiftelse, Stiftelsen Dagsavisen, Stiftelsen Fredrikstad Blad, Evenruds Stiftelse, Stiftelsen Smaalenes avis, Stiftelsen Polaris Media, Stiftelsen Moss avis, Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon, Stiftelsen Stavanger Aftenblad, Stiftelsen Fædrelandsvennen, Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke, Stiftelsen Østlendingen, J. W. Eides Stiftelse og Svalbardspostens Stiftelse.³³ Desse små stiftelsane eig som regel ein eller nokre få aksjar i mediet dei er tilknytt, og er altså ikkje medieeigarar på same måten som Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius.

3.2.2 Drøfting av stiftelsar som eigarar

Det er ei ny og ukjend eigarskapssituasjon som utfordrar norske medietradisjonar og norsk mediepolitikk. Ei fri og uavhengig presse er veldig viktig for demokratiet, og ein ukjend og usikker eigarskapssituasjon kan derfor truget demokratiet. Spørsmålet om stiftelsar kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media i Noreg er derfor ikkje berre eit aktuelt, men òg eit sær viktig demokratisk spørsmål.

Eg vil òg nemne at Mediemangfoldsutvalget, som leverte ei offentleg utreining om mediemangfold i 2017, føreslår at NRK skal eigast av ein stiftelse. Dei meiner at ein uavhengig stiftelse vil føre til større avstand mellom staten og NRK i ei vanskeleg og usikker tid for media, og dermed sikre NRK si redaksjonelle uavhengigheit.³⁴ Sidan NRK ikkje er eigd av ein stiftelse i dag, kjem eg ikkje til å drøfte dei vidare i denne oppgåva, men eg syns det er viktig å vere klar over at det no vurderast om NRK skal eigast av ein stiftelse. At Mediemangfoldsutvalget ynskjer at NRK skal vere eigd av ein stiftelse viser at dei vurderer stiftelsar som positive eigarar av media. Og det er jo nettopp det eg skal undersøkje om stemmer i denne oppgåva.

Før eg skal drøfte funna i denne oppgåva, skal eg fortelje litt om kva metodar som har vore nytta for å samle inn data.

³² Medietilsynet, «Eigarskap i norske medium.» Henta 20.11.2018
http://www.medietilsynet.no/mediebildet/eierskap/#anchor_3759.

³³ Svalbardspostens stiftelse var den einaste som ikkje svarte på spørjeundersøkinga mi.

³⁴ NOU 2017:7.

3.3 Metode

3.3.1 Multicase-studie

Hovudspørsmålet i denne oppgåva er eit stort og breitt spørsmål. Eg har derfor valt å gjennomføre ein multi-casestudie fordi det ikkje er så mange stiftelsar i Noreg, så eg ynskjer å få eit oversyn over alle saman. Å velje casestudiar som metode gir meg metodisk fleksibilitet, noko som er nyttig sidan det er forska særst lite på dette, og stiftelsane er veldig ulike. Eg har valt å fokusere mest på dei to største stiftelsane, og gjennomførte kvalitative, eller djupneintervju, med dei. Men som Tjora³⁵ seier, er det i case-studiar vanleg å bruke fleire ulike metodar for å samle inn mest mogleg data om fenomenet ein undersøker. Ved å bruke ulike metodar har eg dessutan styrka validiteten til forskinga fordi eg har kunna triangulere informasjonen eg har samla inn.³⁶ For å få ei oversikt over dei resterande stiftelsane (sjå vedlegg 4) sendte eg ut kortare spørjeundersøkingar, eg har lest stiftelsesvedtekter og eg har intervjuet med hjelp av e-post.

Før eg skal presentere dei ulike metodane eg har nytta i denne oppgåva og drøfte kvaliteten av forskinga, skal eg fyrst kort forklare kvifor eg ikkje kjem til å drøfte i kva grad denne oppgåva kan generaliserast. Eg har nemleg studert heile populasjonen av stiftelsar som eig media i Noreg, og det er derfor ikkje snakk om å generalisere eit utval til heile populasjonen. Eg kan heller ikkje generalisere min norske case-studie til stiftelsar i andre land fordi stiftelsar i andre land kan vere noko heilt anna enn stiftelsar i Noreg.

3.3.2 Val av informantar og gjennomføring av kvalitative intervju

Eg og Roppen har altså valt å bruke kvalitative intervju som hovudmetode for forskingsprosjektet vårt, for som forfattarane av *Metodebok for mediefag*³⁷ seier, så er kvalitative intervju ein fin måte å få informasjon om innsikt, vurderingar og refleksjonar om eit emne. Slike intervju kan ofte kome inn på viktige og relevante tema som kanskje ikkje forskaren var klar over på førehand.³⁸ Det er særst nyttig når det ikkje finst tidlegare forskning å støtte seg på.

Det finst som sagt to store stiftelsar som eig redaksjonelle media i Noreg, og det var derfor naturleg å intervjuet desse to stiftelsane. Den eine er Sparebankstiftelsen DNB og den andre er Stiftelsen Tinius. Sparebankstiftelsen DNB er ein ideell stiftelse som oppretta Amediastiftelsen (næringsdrivande stiftelse) då dei kjøpte mediekonsernet Amedia i 2016. «Amedia er navnet på det

³⁵ Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder*, 147-150.

³⁶ Ibid, 126.

³⁷ Østby et al., *Metodebok for mediefag*, 105.

³⁸ Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder*, 90-91.

sammenslåtte selskapet etter at A-pressen kjøpte Edda Media fra britiske Mecom i 2012».³⁹ I dag eig Amedia 64 norske aviser.⁴⁰ Vi intervjuar André Støylen, administrerande direktør i Sparebankstiftelsen DNB og dagleg leiar i Amediastiftelsen (sjå vedlegg 1).⁴¹

Stiftelsen Tinius er ein alminneleg stiftelse som eig 26,1 prosent av aksjane i Schibsted. Stiftelsen blei oppretta av Tinius Nagell-Erichsen medan han enno levde, for å halde aksjane hans samla og vidareføre hans verdiar og syn i Schibsted etter hans død. Endringar i Schibsted krev 75 prosent av stemmane i selskapet, noko ingen har utan stemmane til stiftelsen Tinius. Det gjev stiftelsen mykje makt og påverknad i Schibsted.⁴² Vi intervjuar Kjersti Løken Stavrum, administrerande direktør og styremedlem i Stiftelsen Tinius (sjå vedlegg 1).⁴³

For å sikre best mogleg reliabilitet ved intervjuar, måtte eg førebu meg. Eg las derfor i stiftelsesvedtektene og på nettstadane til stiftelsane før Roppen og eg laga spørsmål til dei kvalitative intervjuar. Vi laga så ein semistrukturert⁴⁴ intervjuguide med fleire overordna spørsmål i tema frå alt som økonomi, årsak til at stiftelsane vart oppretta, korleis dei er organisert og korleis dei vert styrt. Sidan dette er ny forskning meinte vi det var viktig å ha breidde i tematikk i intervjuguiden for å vere sikker på at vi fekk spurt om alt som burde spørjast om. Til slutt i intervjuar spurte vi òg om det var noko informantane meinte vi burde ha spurt om, men som vi ikkje hadde gjort, nettopp for å sikre at vi hadde fått med oss mest mogleg relevant informasjon. Vi gjorde nokre endringar i intervjuguiden undervegs, og følgde den ikkje slavisk, men tilpassa oss intervjuar og situasjonen. For å auke reliabiliteten ytterlegare, og å gjere datainnsamlinga så påliteleg som mogleg, valte vi å ta opp dei kvalitative intervjuar.

For å sikre best mogleg økologisk validitet, og minke vår påverknad av den innsamla informasjonen, avtala vi intervjuar i Oslo, i deira eige kontorlokale. Slik fekk vi ein stille plass å jobbe, som skapte ro både for informantane, oss og ikkje minst lydopptakaren. I tillegg kledde vi oss i vanlege kvardagsklede og vi snakka litt uformelt før intervjuar starta for å skape ein god tone og få fokuset litt vekk frå lydopptakaren.

³⁹ Amedia, «Vår historie.» Henta 14.11.2018.
<https://www.amedia.no/om-amedia/var-historie/>.

⁴⁰ Amedia, «Framsida.» Henta 14.11.2018
<https://www.amedia.no/>.

⁴¹ Amedia, «Styret.» Henta 20.11.2018
<https://www.amedia.no/om-amedia/styret/>.

⁴² Stiftelsen Tinius, «Articles of association.» Henta 05.09.2018.

<https://tinius.com/about-us/articles-of-association/>.

⁴³ Stiftelsen Tinius, «About us.» Henta 23.11.2018.

<https://tinius.com/the-team/>.

⁴⁴ Ibid. 105.

3.3.3. Stiftelsesdokument og årsrapportar

I tillegg til å gjennomføre desse intervju, har eg sett på stiftelsesdokument og årsrapportar frå ulike stiftelsar. Det har vore nyttig å sjå på stiftelsesdokument og årsrapportar for å sikre så god reliabilitet som mogleg. Ved å sjå kvifor dei ulike stiftelsane vart oppretta, kva intensjonen var, og kva dei held på med, var det lettare å vite kva spørsmål som var viktige å stille. Stiftelsesdokumenta er lett tilgjengelege på stiftelsestilsynet sine nettsider (<https://lottstift.no/stiftelsesregisteret/vedtektssok>).

3.3.4 Nils Øy

Nils Øy har vore leiar for Institutt for Journalistikk i Fredrikstad i mange år, han har vore generalsekretær i Norsk Redaktørforening i ei årrekke, og har òg vore generalsekretær i Norsk Presseforbund. I den samanheng har han vore rådgivar for mange stiftelsar og media med stiftelsar⁴⁵, Han har sete i styret i fleire stiftelsar, og har skrive artiklar og andre dokument om stiftelsar og media.⁴⁶ Sidan Nils Øy har hatt viktige roller knytt til stiftelsar og media, såg eg han som ein viktig ressurs å intervju til denne oppgåva.

Eg hadde ikkje moglegheit til å møte Øy for å intervju han, så eg brukte derfor den kvantitative undersøkinga som utgangspunkt, la til eit par spørsmål og endra litt på formuleringane og sendte spørsmåla til Øy på e-post. For som Tjora seier, kan e-post vere ein effektiv måte å intervju menneske ein ikkje har moglegheit til å møte.⁴⁷

3.3.5 Spørjeundersøkingar til andre stiftelsar

For å få eit betre bilete av heilheita, og betre reliabilitet og validitet, men utan å bruke for mykje tid på intervju, bestemte eg meg for å sende ut ei kvantitativ spørjeundersøking til dei resterande 14 mindre stiftelsane. Sidan eg berre fant 14 andre stiftelsar som var aktuelle etter dei avgrensingane eg har satt for oppgåva, valde eg å ta kontakt og sende ut undersøkinga til alle. Eg laga ei undersøkinga på nett, noko Østbye et al.⁴⁸ kallar for webenquêter. Det er lett og fort å lage, og eg slapp derfor å bruke for mykje tid på det. Eg brukte dei spørsmåla vi fekk mest interessante svar på i

⁴⁵ blant anna Stiftelsen Dagsavisen, Dagbladets Stiftelse og Stiftelsen Fredrikstad Blad.

⁴⁶ Personleg kommunikasjon i e-post frå Nils E. Øy, 13.11.2018.

⁴⁷ Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder*, 124-126.

⁴⁸ Østbye et al., *Metodebok for mediefig*, 139.

dei kvalitative intervju som utgangspunkt for spørjeundersøkinga. Alle fekk dei same spørsmåla, noko som gjer det lett å samanlikne svara.

Eg gjorde dei same førebuingane som med dei kvalitative intervju då eg laga spørjeundersøkinga til dei andre stiftelsane. Då tok eg utgangspunkt i dei spørsmåla eg såg var viktigast etter dei kvalitative intervju. Slik prøvde eg å sikre best mogleg reliabilitet i spørjeundersøkinga. Då eg sende spørsmål til Nils Øy, fekk eg derimot beskjed om at han meinte to av spørsmåla var irrelevante.⁴⁹ Dette overraska meg ikkje, for sjølv om eg prøvde å gjere god nok research til å stille gode spørsmål, er det vanskeleg å ikkje ha nokon irrelevante spørsmål når ein forskar på noko nytt og lite kartlagt. Og sjølv om Øy syns nokon av spørsmåla var irrelevante, var det ingen andre som kommenterte det.

Å ta kontakt med alle stiftelsar som møtte kriteria våre, gjorde eg for å sikre at vi ikkje gløymde å snakke med nokon viktige kjelder, og for å få ein vidare oversikt over problemstillinga. Til slutt svara 13 av 14 av stiftelsane som eg sende spørjeundersøkinga til. Å snakke med alle stiftelsane har vist kor forskjellige dei er, og at det derfor er særst viktig å presisere kva type stiftelse ein snakkar om.

3.3.6 Utfordringar ved val av metode, og med innsamling av data

Ei av dei største utfordringane med val av kvalitativ casestudie er som Østbye et al.⁵⁰ seier, at det er tidkrevjande. Eg og Roppen gjennomførte to intervju på ein time kvar, og det tok meg til saman to dagar å transkribere intervju. I tillegg gjekk det med ein heil dag på å reise til Oslo for å intervju informantane. Eg meiner at det betra reliabiliteten at vi var to stykker som intervju, vi var nemleg to som kom opp med spørsmål saman, og sidan vi var nysgjerrige på forskjellige ting, kom vi på ulike spørsmål. Det kan derimot hende at validiteten blei litt svekka. Eg opplevde ikkje at intervjuobjekta blei negativt påverka av at vi var to som intervju, men det er sjølvstakt ei moglegheit.

Ei anna utfordring, som Tjora⁵¹ nemner i si bok, er at munnlege intervju må omskrivast til skriftleg språk. Det finst mange ulike måtar å gjere dette på, så eg valde å transkribere veldig ordrett det informantane sa, for så å omskrive dei delane av transkripsjonen eg trong til oppgåva, til eit meir skriftleg språk. Slik hadde eg alltid ein «fasit» å sjå tilbake på, dersom eg blei usikker på om noko hadde mista si originale betyding. Informantane fekk dessutan sjå gjennom transkripsjonen frå sitt intervju, slik at dei kunne rette opp i eventuelle misforståingar eller stavefeil. Alt i alt hadde dei ikkje mange kommentarar, og dei kommentarane dei hadde gjekk ofte på stavefeil av namn eller selskap.

⁴⁹ Personleg kommunikasjon i e-post frå Nils E. Øy, 13.11.2018.

⁵⁰ Østbye et al., *Metodebok for mediefag*, 104.

⁵¹ Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder*, 126.

Elles var det nokre kommentarar frå Stavrum for å tydeleggjere noko eller for å rette opp i små misforståingar. Det overraska meg ikkje, for ho brukte mange metaforar og utanlandske ord og uttrykk som ikkje alltid var så lette å forstå frå lydopptaket.

Ei tredje utfordring er at det har vore særst tidkrevjande å få tak i riktig folk. På grunn av utdatert og mangel på informasjon hos stiftelsestilsynet og Brønnøysundregisteret har eg måtta ta over 50 telefonar for å få tak i dei 14 ulike stiftelsesleiarane som eg ynskja å ende spørjeundersøkinga til. I tillegg måtte eg sende fleire påminningar på e-post for å få folk til å svare. Eg har dessutan valt å la nokre avtrappa eller avtrappande leiarar svare på undersøkinga, rett og slett fordi ny leiar har vore så kort tid i stillinga at dei ikkje ville klare å svare.

3.4 Analyse

Om stiftelsar er ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media er eit vanskeleg spørsmål. Det er naturleg nok avgrensa kor mykje ein kan seie med sikkerheit om framtida, men om ein ser på situasjonen slik den er i dag, så kan ein, til ein viss grad, finne tendensar og hint om korleis framtida kan sjå ut. Det er det eg skal gjere i denne delen av oppgåva. Eg skal sjå på aspekta ved stiftelsane som tydar på at dei kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media, men eg skal òg drøfte dei aspekta som kanskje tyder på det motsette.

Det kanskje mest slående argumentet for at stiftelsar kan verte ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media, er at føremålet med så godt som alle stiftelsane er å beskytte media dei eig, eller er tilknytt, frå suspekta eigarar.⁵² Stiftelsane si hovudoppgåve er kort samanfatta å sikre frie og uavhengige media som ikkje vert påverka av eigaren.⁵³ Som Nils Øy seier, var det mange som meinte at dei redaksjonelle media, og då særleg avisene, trong ei særskilt vern mot dei spekulative oppkjøpa som skjedde på 1970- og 80-talet.⁵⁴ Men her er det viktig å skilje mellom Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius på den eine sida, og dei resterande stiftelsane på den andre sida. For medan dei andre stiftelsane er minoritetseigarar som anten ikkje eig noko, eig ein aksje eller nokre få prosent av mediet dei høyrer til, eig Amediastiftelsen 100 prosent av Amedia AS og Stiftelsen Tinius eig 26,1 prosent av Schibsted. Det gjer at det eigentleg berre er Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius som kan omtalast som eigarar av media. Det påverkar igjen kva stiftelsane kan

⁵² Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon er vel det einaste tydelege unntaket.

⁵³ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018, personleg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018 og personleg kommunikasjon gjennom spørjeundersøking 10.30.2018-19.11.2018.

⁵⁴ Personleg kommunikasjon i e-post frå Nils E. Øy, 13.11.2018.

gjere for å faktisk sikre ei uavhengig og fri presse. Ut i frå dette kan det verke som at stiftelsane vil kunne vere ein meir stabil eigar enn det media har opplevd dei siste tiåra.

3.4.1 Eigardel og moglegheit for påverking

Det var eit veldig bevisst val av Sparebankstiftelsen DNB å kjøpe Amedia AS i sin heilheit. For som Støylen forklarar, betyr full eigarskap at Amedia AS ikkje treng å bekymre seg for andre eigarar enn Amediastiftelsen. I praksis har det betydd at Amedia AS ikkje har måtte møte overskotskrav frå eigarar som berre er opptekne av overskot. Amedia AS har fått ro til å møte dei omstillingane som mediebransjen har stått overfor dei siste åra, utan å møte andre krav enn at dei skal vere sjølvbærande. For sjølv om Sparebankstiftelsen DNB ein dag vil ha tilbake pengane dei lånte til Amediastiftelsen for å kjøpe Amedia AS, har dei sagt at det ikkje hastar.⁵⁵ Dette set Amedia AS i det eg meiner er ein unik og ekstremt fordelaktig posisjon, for sjølv om dei må vere sjølvbærande, så har dei ikkje så strenge overskotskrav som eit profittorientert selskap. Denne roa og moglegheita til å leggje om i ein bransje med store utfordringar, har nok vore utruleg viktig for at Amedia AS har klart seg så bra som dei har. I følgje Støylen har dei to fyrste åra dei har eigd Amedia AS gått over all forventning.⁵⁶ Og det er her ein verkeleg ser forskjellen mellom ein stiftelse og ein annan eigar.

Stiftelsen Tinius har eit heilt anna utgangspunkt enn Amediastiftelsen. Sidan Stiftelsen Tinius eig 26,1 prosent av aksjane i eit børsnotert selskap, må dei forholde seg til andre eigarar. Samstundes er det slik at Stiftelsen Tinius har ein kontrollerande eigardel. Denne kontrollerande delen gjer at Stiftelsen Tinius har veto på vedtekstendringar i Schibsted. Stiftelsen kan derfor blokke vedtekstsendringar dei ikkje er einige i. Og sjølv om Schibsted stadig ekspanderer, både i Noreg og i utlandet, beheld Stiftelsen Tinius sin kontrollerande del, anten ved å kjøpe seg inn i lag med Schibsted, eller ved at ekspansjonen skjer med b-aksjar som ikkje har stemmerett.⁵⁷ Den kontrollen Stiftelsen Tinius har på Schibsted gjer dei til ein unik og ekstremt viktig eigar med enorm innflytelse. Det verker som om Stiftelsen Tinius har ein stabiliserande effekt på Schibsted, noko som talar for at stiftelsar kan vere gode og trygge eigarar for redaksjonelle media.

⁵⁵ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018.

⁵⁶ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018.

⁵⁷ Personleg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018.

3.4.2 Føremål og aktivitet

Stiftelsen Tinius og Amediastiftelsen har altså heilt ulike utgangspunkt, og denne forskjellen påverker korleis stiftelsane oppfører seg som eigarar.

Amediastiftelsen er satt opp med tette skott, som Støylen kallar det. Det vil seie at Amediastiftelsen fekk eit lån av Sparebankstiftelsen DNB for å kjøpe Amedia AS, og slik held Sparebankstiftelsen DNB seg unna drifta av Amedia AS. For tanken var aldri at Sparebankstiftelsen DNB skulle verte ein aktør i mediebransjen. Dei kjøpte Amedia AS for å sikre at ikkje feil type eigar, som berre ynskja «å skvise ut det siste av sitronen» gjorde det.⁵⁸ Sparebankstiftelsen DNB ser på lokalaviser som ein viktig struktur i lokalsamfunnet, og ynskja å sikre denne strukturen òg for framtida. Så sjølv om Amediastiftelsen er satt opp som ein næringsdrivande stiftelse som skal drivast forretningsmessig, ligg det ein veldig sterk grunntanke bak oppkjøpet. Stiftelsen er satt opp med evigheita som perspektiv, så så sant Amediastiftelsen fortsetter å vere ein god eigar, har dei ingen intensjonar om nokon gong å selje Amedia AS.⁵⁹ Denne sterke grunntankegangen styrkar trua på at Amediastiftelsen kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

Eit anna fortrinn som høyrer med Amediastiftelsen er at Sparebankstiftelsen DNB forplikta seg til å behalde og vidareføre vedtektene til Amedia AS ved oppkjøpet. Det gjer at verken Sparebankstiftelsen DNB eller Amediastiftelsen har noko som helst moglegheit til å påverke dagleg drift i redaksjonane som er eigd av Amedia AS. Men det var som sagt heller aldri intensjonen til Sparebankstiftelsen DNB.⁶⁰ Det er med på å forklare kvifor Amediastiftelsen ikkje er ein særleg aktiv aktør i den offentlege mediedebatten. Som ein aktør som berre har kjøpt seg inn i mediebransjen, føler dei ikkje at det er deira plass å vere ein aktiv aktør i den offentlege mediedebatten. Deira oppgåve, slik dei ser det, er å vere ein god eigar ved å leggje best mogleg til rette for media sine.⁶¹ Òg dette er med på å styrkje trua på at stiftelsen kan vere ein trygg og god eigar.

Medan Amediastiftelsen ser ut til å vere ein ganske passiv eigar som ikkje blandar seg stort inn i mediebransjen, opererer Stiftelsen Tinius heilt annleis. Heile oppdraget til Stiftelsen Tinius er å vidareføre verdiane til Tinius Nagell-Erichsen, og han meinte «at ein avis som ikkje tener pengar, den er ikkje fri. Og hans hovudønske var frie, sterke kvalitetsmedia.»⁶² For Tinius Nagell-Erichsen var ein sunn forretningsmodell alltid føresettinga for å drive med media. Stiftelsen Tinius er derfor ein aktiv eigar som heile tida tek del i styringa av Schibsted for å sjå til at konsernet utviklar seg slik stiftelsen

⁵⁸ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018.

⁶¹ Ibid.

⁶² Personleg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018.

ynskjer. Stavrum meiner at «Schibsted ikkje hadde vore der dei er i dag hadde det ikkje vore for stiftelsen.»⁶³ For sjølv om stiftelsen ikkje blandar seg særleg inn i dagleg drift av redaksjonar, noko dei jo heller ikkje skal gjere, er stiftelsen veldig opptatt av å fornye og utvikle Schibsted slik at dei kan fortsette å vere ein av dei største aktørane i mediebransjen. Derfor er stiftelsen òg særst aktiv i den offentlege mediedebatten. Det står nemleg i vedtektene til stiftelsen at dei skal jobbe med rammevilkåra for den frie pressa. Å vere aktive på nettstaden til stiftelsen oppfattar Stavrum derfor som:

ein naturleg aktivitet i tråd med at vi ønskjer å ta del i den offentlege diskusjonen, det offentlege rom. Vi byr på innsikt, kunnskap og vår kapasitet fordi det er eit greater good. Og det ser vi jo at det er behov for.⁶⁴

Stiftelsen har blant anna byrja med ein podcast som drøftar ulike utfordringar medieverda står overfor i dagens samfunn, og dei ga starthjelp til faktisk.no.⁶⁵ Forskjellen mellom Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius er heilt enorm når det kjem til deltaking i det offentlege rom. Stavrum meinte, og eg er heilt einig, at Stiftelsen Tinius nok føler dei har ein heilt annan legitimitet for å uttale seg i det offentlege rom om medierelaterte tema. Stiftelsen vart oppretta for å ha ei meining, for å delta i den offentlege mediedebatten, men ikkje minst, stiftelsen blei starta av ein mann som jobba heile livet i mediebransjen. Slik eg ser det, har Stiftelsen Tinius utarbeida ein solid og sterk posisjon i Schibsted, og det er derfor absolutt gode sjansar for at Stiftelsen Tinius kjem til å fortsette å vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

Dei mindre stiftelsane, med sine minimale eigardelar, har ikkje det same eigarforholdet til sine media, men dei har likevel fått nokre særlege rettar og oppgåver. Så godt som alle som svara på spørjeundersøkinga svarte at stiftelsen sine hovudoppgåver er å ha vetorett over endringar i vedtektene til mediet, og å ha vetorett ved tilsetting av ny redaktør. Som eg nemnde i teoridelen av oppgåva er det ein del makt i å bestemme kven som skal tilsettast som redaktør i eit medium, så at relativt små stiftelsar med liten eigarskapsdel har fått rett til å nekte å tilsette redaktørar dei ikkje meiner er rett for jobben, viser at stiftelsane har betydning og makt. I tillegg er det nokre få stiftelsar som har oppgåver ut over dette. Dagbladets Stiftelse deler kvart år ut inntil 2-3 millionar til

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Stiftelsen Tinius, «Framsida.» Henta 22.11.2018.

<https://tinius.com/>. Og personleg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018.

graveprosjekt i Dagbladet⁶⁶, Stiftelsen Stavanger Aftenblad har ein mindre sum redaksjonelle utviklingsmidlar som dei kan dele ut etter forslag frå redaksjonen eller redaktørane⁶⁷, Stiftelsen Moss Avis har eit eige stipend dei kan gi til tilsette i mediehuset for å bidra til kompetanseheving og fleire av stiftelsane opplyser at dei har moglegheit til å kome med kommentarar og innspel i årsrapportar eller i møte med andre eigarar.⁶⁸ No vil det sikkert variere kor mykje stemma til ein minoritetseigar, som stiftelsane tross alt er, vert høyrd i sakar der dei ikkje har vetorett. Men det at stiftelsane har moglegheit til å uttale seg, tyder på at stiftelsar kan påverke korleis deira medium vert styrt. Det er med på å styrke troa på at òg stiftelsar som er minoritetseigarar kan bidra til ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

3.4.3 Nokre utfordringar

Sjølv om det er ein del ting som tyder på at stiftelsar kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media, finst det nokre utfordringar.

Den største trusselen, om du kan kalle det ein trussel, er økonomi. Er det éin ting som kan felle alle media, anten dei er eigde av stiftelsar eller ikkje, så er det dårlege økonomiske tider. Støylen har gjort det særskilt klart at verken Amediastiftelsen eller Sparebankstiftelsen DNB skal subsidiere eller putte kapital inn i Amedia AS dersom konsernet går med underskot. I tillegg valte Amediastiftelsen å organisere seg på ein måte som gjer at dei kan selje Amedia vidare, dersom dei ikkje lenger føler dei er den riktige eigaren. Altså kan dei selje Amedia AS vidare dersom selskapet går med eit for stort underskot.⁶⁹ Heller ikkje Stiftelsen Tinius ser på det som deira oppgåve å spytte kapital inn i redaksjonar som ikkje klarar å tene nok pengar til å klare seg sjølv. Tinius Nagell-Erichsen var alltid opptatt av at det måtte ein god finansiell plan til for å drive eit media. For mediet skulle drive seg sjølv, elles var det ikkje liv laga.⁷⁰ Dei mindre stiftelsane har uansett ikkje nok kapital til å bære mediet sitt, så for dei vil det aldri verte aktuelt uansett. Som Mediemangfoldsutvalet skriv mykje om i sin rapport, er mediebransjen inne i ei særskilt vanskeleg tid, med mykje omstilling og endring.⁷¹ Å ha ein eigar som er villig til å tilføre kapital vil i nokre tilfelle kanskje vere fordelaktig, men samstundes fører det med seg heilt andre problem.

Ei anna utfordring er at dei mindre stiftelsane er så små at det er naturleg å drøfte i kva grad dei eigentleg spelar noko rolle som eigar. Ja, dei har visse rettigheter og oppgåver, men når dei ikkje

⁶⁶ Personleg kommunikasjon i e-post frå Nils E. Øy, 13.11.2018.

⁶⁷ Personleg kommunikasjon gjennom spørjeundersøking 10.30.2018-19.11.2018.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Personleg kommunikasjon med André Støylen 19.10.2018.

⁷⁰ Personleg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018.

⁷¹ NOU 2017:7.

eig ein større del enn dei gjer, har dei ikkje ei veldig stor stemme i andre samanhengar med mindre dei andre eigarane ynskjer eller er villige til å høyre dei. Aktivitetsnivået i desse små stiftelsane viser òg at dei kanskje ikkje er så viktige, i alle fall ikkje i det daglege. Mange av dei har berre styremøter eit par gonger i året, og gjer ikkje så mykje ut over det.

3.5 Konklusjon

I innleiinga spurde eg om stiftelsar kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media. Og ved å sjå på kva som skil stiftelsar frå andre typar eigarar, kva det vil seie å eige media i Noreg, korleis norsk medieeigarskap har utvikla seg fram til i dag og gjennom intervjuar, spørjeundersøkinga og dokumentasjonsstudia eg har gjort, har eg vist at det er visse trekk ved stiftelsar som tyder på at stiftelsar absolutt kan vere ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

Det er spesielt dei ideelle føremåla til stiftelsane, det at dei skal verne om den frie uavhengige pressa som gjer at dei kan vere ei trygg og varig eigarskapsform. Her er det likevel viktig å merke seg at det er stor forskjell på Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius, og dei andre minoritetseigarane. For Amediastiftelsen og Stiftelsen Tinius har eit heilt anna utgangspunkt som eigarar enn det dei andre stiftelsane har. Sjølv om heller ikkje Amediastiftelsen eller Stiftelsen Tinius blandar seg inn i den daglege redaksjonelle drifta i sine medium, så har dei med sine eigarpostar heilt andre moglegheiter til å støtte sine media enn det dei mindre stiftelsane har. Anten det er ved å gje media sine rom til å omstille seg og tilpasse seg dagens mediesituasjon utan eit enormt press for å betale ut overskot til eigaren, slik Amediastiftelsen gjer, eller ved å delta aktivt i den offentlege mediedebatten og prøve å gjere rammevilkåra for den offentlege debatten så gode som mogleg, slik Stiftelsen Tinius gjer.

Samstundes er det viktig å presisere at ingen av stiftelsane har som oppgåve å tilføre kapital til redaksjonelle media som ikkje klarar å drive seg sjølv. Amediastiftelsen er i tillegg organisert slik at den kan seljast, dersom det vert sett på som naudsynt. Amediastiftelsen er tross alt ein særers fersk aktør i mediebransjen, og den første økonomiske nedturen vil vere ein test for kor langsiktige dei faktisk er. Ein stabil og god nok økonomi er nok derfor ein føresetnad for at stiftelsar kan bli, og vere, ei trygg og varig eigarskapsform for redaksjonelle media.

Når det kjem til kor viktige dei små stiftelsane er eller ikkje, trur eg ikkje framtida byr på mange endringar. Nils Øy meiner stiftelsesmodellen er god for å sikre ideelle oppgåver og uavhengigheit, men at dersom dei skal eige og drive mediebedrifter så er dei avhengige av ein stor

kapitalbase.⁷² Så for dei små stiftelsane vil det nok fortsette å handle om å verne om grunnsynet og å sikre uavhengigheita til mediet. Kor aktivt dei gjer det, vil vere opp til kvar enkelt stiftelse, og kor viktig stiftelsen er, vil derfor variere frå media til media.

3.6 Litteraturliste

Bøker:

Bang, Tor, Mona K. Solvoll, Jens Barland, Arne H. Krumsvik og Johann Roppen. *Medieøkonomi. Konflikt og samspill*. Oslo: Cappelen Damm AS, 2014.

Bastiansen, Henrik G. og Hans Fredrik Dahl. *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget, 2008.

Tjora, Aksel. *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS, 2010.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog, Leiv Ove Larsen og Hallvard Moe. *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget, 2013.

Nettstader:

Amedia, «Framsida.» Henta 14.11.2018

<https://www.amedia.no/>.

Amedia, «Sparebankstiftelsen DNB oppretter Amediastiftelsen». Henta 05.09.2018.

<https://www.amedia.no/presserom/nyheter/sparebankstiftelsen-dnb-opprettet-amedia-stiftelsen/>

Amedia, «Styret.» Henta 20.11.2018

<https://www.amedia.no/om-amedia/styret/>.

Amedia, «Vår historie.» Henta 14.11.2018.

<https://www.amedia.no/om-amedia/var-historie/>.

Knudsen, Gudmund, «Stiftelse,» *Store norske leksikon*, 13.10.2015.

<https://snl.no/stiftelse>.

Lotteri- og stiftelsestilsynet, «Er vi en næringsdrivende eller en alminnelig stiftelse?» Henta 09.11.2018.

<https://brukerstotte.lottstift.no/hc/no/articles/115005072293-Er-vi-en-n%C3%A6ringsdrivende-eller-en-alminnelig-stiftelse->

Lotteri- og stiftelsestilsynet, «Om stiftelsar». Sist oppdatert 07.05.2018.

⁷² Personleg kommunikasjon i e-post frå Nils E. Øy, 13.11.2018.

<https://lottstift.no/stiftelsar/om-stiftelsar/>.

Medietilsynet, «Eigarskap i norske medium». Henta 20.11.2018.

http://www.medietilsynet.no/mediebildet/eierskap/#anchor_3759.

Norsk Redaktørforening, «Redaktørplakaten (nynorsk)». 28.06.2011.

<https://www.nored.no/Redaktoerplakaten/Redaktoerplakaten/Redaktoerplakaten-nynorsk>.

NOU 1995:3 *Mangfold i media: om eierkonsentrasjon i massemedia*. Oslo: Kulturdepartementet. 15.11.2018.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/8051378de32e4cec8ebf76136431dbf6/no/pdfa/nou199519950003000dddpdfa.pdf>.

NOU 2017:7 *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne*. Oslo: Kulturdepartementet. 21.11.2018.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/1e0e03eacdad4c2f865b3bc208e6c006/no/pdfs/nou201720170007000dddpdfs.pdf>.

Orgeret, Kristin Skare, «Redaktørplakaten,» *Store norske leksikon*, 21.03.2017.

<https://snl.no/Redakt%C3%B8rplakaten>.

Sparebankstiftelsen DNB, «Om stiftelsen». Henta 05.09.2018.

<https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen>.

Stiftelsen Tinius, «About us». Henta 23.11.2018.

<https://tinius.com/the-team/>.

Stiftelsen Tinius, «Articles of association». Henta 05.09.2018.

<https://tinius.com/about-us/articles-of-association/>.

Stiftelsesloven. *Lov om stiftelser m.v. av 01. oktober 2015 nr. 65*. 07.11.2018.

https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2001-06-15-59#KAPITTEL_1.

Vedlegg

Vedlegg 1: Presentasjon av informantane Sparebankstiftelsen DNB

Sparebankstiftelsen DNB skriv på si eiga nettside at dei «er ein uavhengig stiftelse som gir bidrag til allmennyttige formål»⁷³. Vidare utdjuar dei at stiftelsen eig rundt åtte prosent av aksjane i DNB og at visjonen deira er å «utløse gode krefter»⁷⁴. Sidan opprettinga av stiftelsen i 2002 har stiftelsen, ifylgje seg sjølv, gitt 4 milliardar kroner til det dei kallar allmennyttige formål.⁷⁵ Dei har gitt pengar til ulike prosjekt innan musikk, kultur, kunst og tilhøyrsløse. Dette er altså ein stiftelse som er oppretta for å gje økonomiske bidrag til prosjekt dei meiner gagnar samfunnet. Det er verdt å merke seg at Sparebankstiftelsen DNB aldri har vore ein aktør innan utgiving før dei kjøpte Amedia i 2016.

Då Sparebankstiftelsen DNB kjøpte mediekonsernet Amedia i 2016, oppretta dei samtidig Amediastiftelsen for å eige mediekonsernet.⁷⁶ Amedia eig 64⁷⁷ lokalaviser over heile landet, og på heimesida til Sparebankstiftelsen DNB står det at «lokalaviser er av stor betydning for lokalsamfunn, kultur, organisasjonsliv og demokrati. Amediastiftelsen skal sikre langsiktig og stabilt eierskap til norske lokalaviser».⁷⁸ På Amedia sine heimesider står det vidare at Amediastiftelsen «bygger på konsernets utgivererklæring og vil verne om avisenes selvstendighet og redaksjonelle frihet».⁷⁹ Sparebankstiftelsen har altså kjøpt Amedia for å sikre framtida til avisene i konsernet, men utan nokon intensjonar om å blande seg inn i det redaksjonelle arbeidet.

Vi intervjuar André Støylen, administrerande direktør i Sparebankstiftelsen DNB og dagleg leiar i Amediastiftelsen.⁸⁰ Vi vurderte Støylen som riktig person å snakke med, sidan han har viktige roller i begge stiftelsane. At han var riktig person å intervjuje fekk vi bekrefta i intervjuet. Då kunne han fortelje at Sparebankstiftelsen aldri hadde kjøpt Amedia om det ikkje var for at han føreslo og overtalte dei om det.

⁷³ Sparebankstiftelsen DNB, «Om stiftelsen.» Henta 05.09.2018

[https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen.](https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen)

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Ibid

⁷⁷ Amedia, «Framsida.» Henta 14.11.2018

[https://www.amedia.no/.](https://www.amedia.no/)

⁷⁸ Sparebankstiftelsen DNB, «Om stiftelsen.» Henta 05.09.2018

[https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen.](https://www.sparebankstiftelsen.no/no/om-stiftelsen)

⁷⁹ Amedia, «Sparebankstiftelsen DNB oppretter Amediastiftelsen.» Henta 05.09.2018

[https://www.amedia.no/presserom/nyheter/sparebankstiftelsen-dnb-opprettet-amedia-stiftelsen/.](https://www.amedia.no/presserom/nyheter/sparebankstiftelsen-dnb-opprettet-amedia-stiftelsen/)

⁸⁰ Amedia, «Styret.» Henta 20.11.2018

[https://www.amedia.no/om-amedia/styret/.](https://www.amedia.no/om-amedia/styret/)

Stiftelsen Tinius

Stiftelsen Tinius vart oppretta 8. mai 1996 då Tinius Nagell-Erichsen gav pengar for å starte stiftelsen i gåve. Stiftelsen Tinius eig 26,1 prosent av aksjane i Schibsted ASA, eit internasjonalt børssnotert konsern. Schibsted har 6900 tilsette i 30 land, og har eigarskap i 17 aviser og nokre nettpublikasjonar.⁸¹

I følge vedtektene til Stiftelsen Tinius, er deira oppgåve er å sørge for at Schibsted «skal drives etter de redaksjonelle og forretningsmessige hovedlinjer som ble lagt til grunn ved opprettelsen av konsernet og deretter har vært retningsgivende».⁸² Òg på Stiftelsen Tinius sine heimesider står det at dei skal sikre frie og uavhengige redaksjonar i avisene som høyrer til Schibsted. Gjennom sitt arbeid skal Stiftelsen Tinius «forsvare verdier som tosfrihet, toleranse, menneskerettigheter og demokratiske prinsipper».⁸³ Stiftelsen Tinius er rett og slett oppretta for å drive med media.

Stiftelsen Tinius blei oppretta av Tinius Nagell-Erichsen medan han enda var i live. Han var ynskja å sikre at sin aksjepost i Schibsted ikkje skulle splittast opp, men haldast samla. Årsaken er at for å endre noko i Schibsted må ein ha 75 prosent av stemmane, noko som er umogleg utan aksjane til Nagell-Erichsen.⁸⁴

Hos stiftelsen Tinius intervjuar vi administrerande direktør og styremedlem, Kjersti Løken Stavrum. Òg Stavrum valte vi å intervjuar på grunn av rollane hennar i stiftelsen. Det er dessutan hennar kontaktinformasjon som er tilgjengeleg på heimesida til Tinius.

⁸¹ NOU 2017:7, s. 77.

⁸² Stiftelsen Tinius, «Articles of association.» Henta 05.09.2018.

<https://tinius.com/about-us/articles-of-association/>.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Personelg kommunikasjon med Kjersti Løken Stavrum 19.10.2018.

Vedlegg 2: Intervjuguide

Dette er utkastet vi drog til Oslo med. Som nemnd i oppgåva gjorde vi nokre endringar rett før intervjuet. Vi følgde heller ikkje intervjuguiden slavisk, men såg an intervjuet og tilpassa og retninga dei tok.

Intervjuguide Amediastiftelsen:

Kort innleiing til intervjuet:

Føremål med intervjuet:

Føremålet med intervjuet er å samle inn data om stiftelser som eigarar av media. Som vi skreiv i e-posten då vi avtalte intervjuet, skal studien blant anna undersøkje om stiftelser kan bli ein stabil eigar for redaksjonelle media i tider der store delar av mediebransjen er under store endringar? I prosjektet vil vi også å undersøkje økonomisk fordelar, og ulemper, ved stiftelser som eigarar av media.

Rammer:

Vi kjem til å gjere opptak av intervjuet, og de vil få tilsendt utskrift av intervjuet for godkjenning etterpå. Intervjuet vil seinare bli ein del av datamaterialet som blir brukt i forskingsprosjektet og publisert i bokform i 2020-2021. Forskingsassistent Daniela Mala vil dessutan bruke relevant informasjon i si bacheloroppgåve om stiftelser som eigarar av media hausten 2018.

- 1) De er ein ideell stiftelse som har eit stort spekter av aktivitetar. Kvifor har de valt å gå inn i mediebransjen?
 - a) Kvifor valgte dykk å kjøpe akkurat Amedia (lokalaviser)?
 - b) Og kvifor har dykk valgt å gjere det som stiftelse?
 - (1) Kva fordeler gir det?
 - (2) Økonomisk, regulatorisk, redaksjonelt, pressefridom
 - (3) Kva ulemper gir det?
 - (4) Økonomisk, regulatorisk, redaksjonelt, pressefridom
- 2) Kva forventningar har de til eigarskapet?
 - i) Kva er suksesskriteriene?

- ii) Kva skal til før de sel mediebedriftene vidare?
- 3) Kor aktiv er stiftelsen som eigar?
 - a) Korleis stiller stiftelsen krav til mediene?
 - i) Kva krav stiller Sparebankstiftelsen DNB til Amedia?
 - ii) Kva krav stiller Amedia til avisene/redaksjonene?
- 4) I kva grad har Sparebankenstiftelsen DNB kontroll over dagleg drift over Amedia?
 - a) Eller einskildselskap?
 - b) I kva grad kan stiftelsen påverke/bestemme over mediene?
 - i) Kan stiftelsen bestemme retning, tematikk?
 - (1) Om ja, kva retning/tematikk har dykk bestemt?
 - c) I kva grad kan stiftelsen påverke/bestemme over enkeltsaker?
 - i) Kan stiftelsen nekte mediene å skrive om enkelte tema/saker?
 - (1) Om ja, kva tema/saker?
 - ii) Kan stiftelsen bestemme korleis mediene skal forholde seg til visse saker/tema med tanke på vinkling?
 - (1) Om ja, korleis gjer dykk det? Og i kva saker?
 - iii) Er det nokre tema/saker/vinklinger mediene absolutt ikkje får ta opp?
 - (1) Om ja, kva tema/saker/vinklinger?
- 5) Kva krav stiller Sparebankstiftelsen DNB til økonomi?
 - a) Kva er ein god økonomi, ifylgje stiftelsen?
 - b) Kva skjer dersom mediene ikkje når dei økonomiske krava?
 - c) Kan stiftelsen bidra med kapital, om det skulle bli nødvendig?
- 6) Kva krav stiller Amedia til økonomi?
 - i) Kva er ein god økonomi, ifylgje stiftelsen?
 - ii) Kva skjer dersom mediene ikkje når dei økonomiske krava?
 - iii) Kan stiftelsen bidra med kapital, om det skulle bli nødvendig?
- 7) Er stiftelsen stabil?
 - a) Er det trugsmål mot stabiliteten?
 - i) Om ja, kva trugsmål?
 - b) Mediebedriftene innanfor konsernet har ulike politiske formålsparagrafar. Korleis vil de forholde dykk til dei?
 - i) Korleis kunne ein gå fram for å endre slike paragrafer om det skulle bli nødvendig?
 - (1) Ser du føre deg ein situasjon der det kan bli aktuelt?

- c) Korleis taklar stiftelsen den konstant og veldig raskt endrande teknologiske utviklinga?
 - d) Kva skjer dersom Sparebankstiftelsen DNB eller Amedia ikkje lenger vil/kan/ynskjer å behalde ein eller fleire av mediene dei eig?
- 8) Korleis vert personane som styrer stiftelsen utvalde?
- a) Kva har det å seie at dagleg leiar i Amedia òg er administrerande direktør i Sparebankstiftelsen DNB?
 - i) Hender det at desse to verva fører til konflikt? (hender det at jobben som dagleg leiar i Amedia og jobben som administrerande direktør i Sparebankstiftelsen ikkje går overeins? At dei to stiftelsane er ueinige i korleis noko skal gjerast)
 - (1) Om ja, korleis vert konflikta løyst?
 - b) Korleis sikrer stiftelsen stabilitet gjennom personval?
- 9) Kva forventningar har de til framtida til stiftelsen?
- a) Og til Amedia?
 - b) Og til einskildavisene?
 - c) Er det endringar på gang i vedtekter, styresamansetting eller andre ting?
- 10) Burde fleire norske media bli eigde av stiftelsar?
- a) Kvifor/kvifor ikkje?

Intervjuguide Stiftelsen Tinius:

Kort innleiing til intervjuet:

Føremål med intervjuet:

Føremålet med intervjuet er å samle inn data om stiftelser som eigarar av media. Som vi skreiv i e-posten då vi avtalte intervjuet, skal studien blant anna undersøkje om stiftelser kan bli ein stabil eigar for redaksjonelle media i tider der store delar av mediebransjen er under store endringer? I prosjektet vil vi også å undersøkje økonomisk fordelar, og ulemper, ved stiftelser som eigarar av media.

Rammer:

Vi kjem til å gjere opptak av intervjuet, og de vil få tilsendt utskrift av intervjuet for godkjenning etterpå. Intervjua vil seinare bli ein del av datamaterialet som blir brukt i forskingsprosjektet og publisert i bokform i 2020-2021. Forskingsassistent Daniela Mala vil dessutan bruke relevant informasjon i si bacheloroppgåve om stiftelser som eigarar av media hausten 2018.

- 1) Trust? Kvifor dette omgrepet? Betyr noko anna enn stiftelse?
- 2) Kvifor overlot Tinius Nagell-Erichsen sine aksjar i Schibsted ASA til stiftelsen Tinius? - kjent årsak, a og b meir interessant - kva betydning har det at det er børsnotert?
 - a) Kva fordeler gir det for Schibsted ASA som medieselskap?
 - i) Økonomisk
 - ii) Regulatorisk
 - iii) Redaksjonelt
 - iv) Pressefridom
 - b) Kva ulemper gir det for Schibsted som medieselskap?
 - i) Økonomisk
 - ii) Regulatorisk
 - iii) Redaksjonelt
 - iv) Pressefridom
- 3) Kor aktiv er stiftelsen som eigar?
 - a) Er de representert i styret?
 - b) Korleis deltek de på generalforsamlinga?

- c) Investormøte / resultatpresentasjonar osv?
 - d) Korleis stiller stiftelsen krav til mediene?
- 4) Tinius har gjennom stiftelsen og vedtektene i Schibsted stilt generelle krav til innhaldet i VG og Aftenposten. Korleis blir det oppfatta strategisk?
- a) Og i det daglege?
 - b) Har det vore viktig ved tilsetting av nøkkelpersonar?
 - c) Korleis blir dette oppfatta av internasjonale investorar?
 - i) Av politikarar?
- 5) I kva grad kan stiftelsen påverke/bestemme over mediene?
- a) Kan stiftelsen bestemme retning, tematikk?
 - i) Om ja, kva retning/tematikk har dykk bestemt?
 - b) I kva grad kan stiftelsen påverke/bestemme over enkeltsaker?
 - i) Kan stiftelsen nekte mediene å skrive om enkelte tema/saker?
 - (1) Om ja, kva tema/saker?
 - ii) Kan stiftelsen bestemme korleis mediene skal forholde seg til visse saker/tema med tanke på vinkling?
 - (1) Om ja, korleis gjer dykk det? Og i kva saker?
 - iii) Er det nokre tema/saker/vinkliger mediene absolutt ikkje får ta opp?
 - (1) Om ja, kva tema/saker/vinkliger?
- 6) Kva krav stiller stiftelsen til økonomi?
- a) Kva er ein god økonomi, ifylgje stiftelsen?
 - b) Kva skjer dersom mediene ikkje når dei økonomiske krava?
 - c) Kan stiftelsen bidra med kapital, om det skulle bli nødvendig?
- 7) Er stiftelsen stabil politisk?
- a) Økonomisk? Juridisk? Personavhengig?
 - b) Er det trugsmål mot stabiliteten?
 - i) Om ja, kva trugsmål?
 - c) Korleis taklar stiftelsen den konstant og veldig raskt endrande teknologiske utviklinga?
 - d) Korleis/i kva grad kan stiftelsen tilpasse seg dagens samfunn samstundes som dei tek vare på og viderefører dei gamle verdiane frå “gamle” Schibsted? (i kva grad kan dei modernisere Schibsted)
 - e) Kva skjer med Schibsted dersom stiftelsen ikkje lenger føler dei klarer å videreføre verdiane frå “gamle” Schibsted?
- 8) Korleis vert personane som styrer stiftelsen utvalde?

- a) Korleis sikrer stiftelsen stabilitet gjennom personval?
- 9) Korleis vert framtida?
 - a) Er det endringar på gang i vedtekter, styresamansetting eller andre ting?
- 10) Burde fleire norske media bli eigde av stiftelsar?
 - a) Kvifor/kvifor ikkje?

Vedlegg 3: Liste over andre mediestiftelsar

Andre stiftelsar	Namn på kontaktperson	Kontaktinfo
Dagbladets Stiftelse*	Nils Øy	e-post: nilsoy@online.no
Stiftelsen Dagsavisen*	Nils Øy	e-post: nilsoy@online.no
Stiftelsen Fredrikstad Blad*	Nils Øy	e-post: nilsoy@online.no
Evenruds Stiftelse*	Nils Øy	e-post: nilsoy@online.no
Stiftelsen Smaalenes avis*	Nils Øy	e-post: nilsoy@online.no
Stiftelsen Polaris Media*	Per Edgar Kokkvold	TLF: 952 35 365 e-post: kokkvold@online.no
Stiftelsen Moss avis*	Trine Østlingen	e-post: trineostlyng@yahoo.no
Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon*	Torstein Husby	TLF: 992 16 588 e-post: tohu48@gmail.com
Stiftelsen Stavanger Aftenblad*	Ulf Rosenberg	TLF: 928 66 300 e-post: ulf.rosenberg@gmail.com
Stiftelsen Fædrelandsvennen*	Lars Erik Lyngdal	TLF: 901 62 556 e-post: larseriklyngdal@gmail.com
Stiftelsen Asker og Bærums budstikke*	Even Trygve Hansen	TLF: 90104131 e-post: even.trygve@gmail.com
Stiftelsen Østlendingen*	Lars Buttingsrud	TLF: 959 06 489 e-post: buttingsrud@fjellnett.no
Svalbardpostens Stiftelse	Hilde Kristin Røsvik	e-post: hilde@svalbardposten.no
J. W. Eides Stiftelse*	Siri Lill Mannes	TLF: 55 32 32 30 e-post: siri@speaklab.no

*Har svart på spørjeundersøkinga.

Vedlegg 4: Spørjeskjema til stiftelsar

20.11.2018

Studie om stiftelsar som eigarar av media

Studie om stiftelsar som eigarar av media

Føremålet med denne undersøkinga er å samle inn data om stiftelser som eigarar av media. Som eg skreiv i e-posten då eg spurde om eg kunne få sende ut undersøkinga, skal studien blant anna undersøke om stiftelser kan bli ein stabil eigar for redaksjonelle media i tider der store delar av mediebransjen er under store endringer.

Det er fint med korte svar, men eg håpar det er greitt at eg tek kontakt med nokon oppfølgings spørsmål dersom nokon svar fangar spesiell interesse.

Eg har henta stiftelsesvedtektene i stiftelsestilsynet, men det er fint om eg kan få tilbakemelding på om dei er oppdaterte og korrekte. Om dei ikkje er det, håper eg dykk kan sende den oppdaterte versjonen til meg på e-post. Eg er òg klar over at ein del av spørsmåla kan svarast på med årsrapport, så eg sett pris på om dykk kan sende den òg (send eventuelt oppdaterte vedtekter og årsrapport for 2017 til danielam@stud.hivolda.no). Dersom nokon svar kjem tydeleg fram av vedtekter eller årsrapport, kan dykk skrive det som svar på spørsmålet.

Dersom nokon spørsmål ikkje er aktuelle for din stiftelse, kan dykk skrive det.

1. 1. Kvifor vart stiftelsen oppretta?

2. 2. Kvifor var stiftelse betre enn alternativa?

3. 3. Kva er føremålet med stiftelsen?

20.11.2018

Studie om stiftelsar som eigarar av media

4. 4. Kva er forholdet mellom stiftelsen og mediet/mediene stiftelsen er tilknytt?

5. 4a. Kor stor eigardel har stiftelsen i prosent av aksjekapitalen?

6. 4b. Eig stiftelsen noko anna? Om ja, kva?

7. 5. Korleis er aktiviteten i stiftelsen?

8. 5a. Kor ofte har de styremøte?

20.11.2018

Studie om stiftelsar som eigarar av media

9. 6. Har stiftelsen særlege rettar? Til dømes gjennom vedtekter eller på andre måtar?

10. 6a. Kva går desse ut på? Til dømes obligatorisk høyringsinnstans eller vetorett.

11. 6b. Har stiftelsen særlege rettar ved tilsetting av redaktør?

12. 6c. Har stiftelsen særlege rettar ved endring av vedtekter?

13. 6d. Har stiftelsen særlege rettar ved kjøp og sal av bedrifter?

20.11.2018

Studie om stiftelsar som eigarar av media

14. 7. I kva samanhengar har stiftelsen hatt størst betydning?

15. 7a. Har du noko døme der stiftelsen har hatt stor betydning?

16. 8. Ville stiftelsen ha vorte oppretta i dag? Kvifor/kvifor ikkje?

17. 9. Vil de tilrå andre mediebedrifter å opprette stiftelsar? Vi ber om ei grunngjeving av svaret.

18. 10. Er det andre sider ved stiftelsen som de meiner er viktige å framheve?

4 Norske mediestiftelsar 2018 (kasusbeskrivelsar)

Av Daniela Mala

Her kjem korte casebeskrivingar av dei 13 mindre stiftelsane som har vore undersøkt i dette forskingsprosjektet. Informasjonen er henta frå stiftelsesvedtektene til kvar enkelt stiftelse, spørjeundersøkinga som dei svara på (stiftelsen Svalbardposten var den einaste som ikkje svara på den) og eit Retrieversøk.

4.1 Dagbladets stiftelse:

Dagbladets stiftelse blei oppretta i 1984 for å sikre avisa sitt grunnsyn ved å ha vetorett ved tilsetjing av redaktør og endring i føremål/grunnsyn. Stiftelsen fekk fem prosent av aksjane i As Dagbladet ved opprettinga.

Etter eit søk i Retriever er det verd å merke seg at ein finn sær mange artiklar der Dagbladets stiftelse er nemnd mellom 1999 og 2013. Dei fleste av dei handlar om kven som eig aksjar i Dagbladet AS, og om avisa skal seljast eller ikkje, og ein betent konflikt mellom ein storeigar, Heyerdahl, og Dagbladets stiftelse. Talet artiklar tyder på ein offentleg konflikt med mykje medieoppslag, der stiftelsen er ein aktiv aktør og deltakar. I 2013 blei avisa seld til Aller og det vert færre artiklar som nemner stiftelsen.

I dag er ein av dei viktigaste oppgåvene til stiftelsen å gje midlar til gravejournalistikk i Dagbladet med inntil 2-3 millionar kvart år. I tillegg støttar stiftelsen arbeidet med å digitalisere avisa, Faktisk.no og arbeidet med ny jubileumbok om Dagbladet sitt digitale skifte.

4.2 Stiftelsen Dagsavisen

I 1998 vert stiftelsen Dagsavisen oppretta for å verte hovudaksjonær i Dagsavisen. Stiftelsen kjøper alle aksjane til avisa frå A-pressen for éi krone. Målet er å vere ein uavhengig og stabil eigar, men med moglegheit for å selje 49 prosent av aksjane dersom det vert naudsynt.

Eit søk i Retriever viser derimot at stiftelsen fekk store kapitalproblem med åra, og i 2009 kjøper Vårt Land seg inn i Dagsavisen. Dei siste åra har vore prega av sal og overføring av aksjar og kapital, og stiftelsen sin aksjeprosent har minka kraftig. Dei er ikkje lenger ein hovudaksjonær. Stiftelsen Dagsavisen har vist kva som skjer når ein stiftelse skal vere hovudaksjonær, men rett og slett ikkje har nok kapital til å klare det. Òg Dagsavisen har opplevd ein del intern uro og konflikt mellom avisa og eigarkonsernet, noko stiftelsen har måtte prøve å forholde seg til så godt som mogleg.

4.3 Stiftelsen Fredrikstad Blad

Stiftelsen Fredrikstad blad vart etablert i 2006 for å sikre den lokale forankringa og avisa sitt grunnsyn og redaksjonelle integritet. Avisa fekk ein grunnkapital på 50.000 kroner i form av aksjar i

Mediehuset Østfold AS. Stiftelsen var òg tenkt som eit forum i redaksjonelle spørsmål, og har vetorett ved tilsetning av ny redaktør. Stiftelsen delar òg ut i snitt 100.000 kroner i året til lokale føremål og foreiningar.

Det einaste som kjem opp av artiklar i Retriever er nokre artiklar om kven som har fått pengar frå stiftelsen, og to artiklar om at stiftelsen vart oppretta.

4.4 Stiftelsen Smaalenes avis

Stiftelsen Smaalenes avis blei oppretta i 1993 og eig ein aksje i Smaalene Medier AS. Stiftelsen skal fremme det grunnsynet og dei ideane som avisa tradisjonelt er bygd på som ei fri og uavhengig lokalavis. Stiftelsen skal sikre den redaksjonelle og journalistiske integritet ved å godkjenne endringar i føremålsbestemminga til avisa, og ved å godkjenne nye ansvarlege redaktørar.

Eit søk i Retriever får ikkje opp noko om stiftelsen.

4.5 Stiftelsen Polaris Media

Stiftelsen Polaris Media blei til da Polaris Media ASA blei etablert i 2008. Representantskapet i Adresseavisa blei spurd om dei ville ha ein redaksjonell stiftelse, og eit redaksjonelt råd blei starta. I 2011 blei dette rådet til stiftelsen Polaris Media for å styrke redaktøransvaret. Stiftelsen har i dag uttale- og vetorett ved forslag til endring av konsernet sin redaksjonelle plattform, og moglegheit til å uttale seg om kandidatane til sjefredaktørstillinga i Adresseavisa. I nokre særtilfelle kan stiftelsen konsulterast av styret i andre publisistiske spørsmål, men stiftelsen har mest påverknad i arbeidet med den redaksjonelle årsrapporten frå mediehusa. Stiftelsen kjem med årlege innspel på kva tema dei ynskjer redaksjonane skal fokusere på i rapporten, og kjem òg med omfattande kommentarar til rapportane.

Eit søk i Retriever får opp tre artiklar som handlar om måten stiftelsen behandlar dei redaksjonelle årsrapportane, og korleis redaktørane ser på tilbakemeldingane. Elles kjem det opp ein del artiklar knytt til dei to siste sjefsredaktørtilsettingane.

4.6 Stiftelsen Moss Avis

Stiftelsen Moss Avis blei oppretta i 1986, etter at avisa blei kjøpt opp av Orkla Media, og eig to aksjar i Moss Avis. Stiftelsen blei oppretta for å vere vaktbikkje for den redaksjonelle fridomen til avisa og for å sørge for at verdiparagrafen i vedtektene vert fylgd. Styret i stiftelsen skal dessutan godkjenne tilsettinga av ansvarleg redaktør, og stiftelsen kan ikkje kjøpast opp, noko nye eigarar må forholde seg til. I tillegg til desse oppgåvene, deler stiftelsen ut stipend til mediehuset sine tilsette, dei vert løypande informert om kva som skjer og dei vedtek budsjett, årsmelding og årsberetning.

Eit søk i Retriever viser at stiftelsen har vore aktiv når nye eigarar har vore drøfta og aktuelle. Stiftelsen uttrykka ved fleire høve misnøye ved potensielle nye eigarar, fult klar over at dei som

minoritetseigar kunne få problem med å gjere jobben sin som vaktbikkje dersom nye eigarar ikkje ynskja å høyre på dei.

4.7 Stiftelsen Stavanger Aftenblad

Stiftelsen Stavanger Aftenblad blei eig ein prosent av aksjane i Stavanger Aftenblad og blei oppretta i 2010 for å sikre og fremme avisa sitt grunnsyn, redaksjonell uavhengigheit og avisa si tilknytning til Rogaland. Stiftelsen har vetorett ved tilsetting av sjefsredaktør og ved endringar i føremålsparagrafen i vedtektene. I tillegg har stiftelsen arrangert nokre debattar om diverse tema som er viktige i medieverda, noko som kjem fram i eit Retrieversøk.

4.8 Stiftelsen Fædrelandsvennen

Då Media Norge blei oppretta krevde stiftelsestilsynet at dei skulle opprette stiftelsen Fædrelandsvennen. Stiftelsen fekk ein b-askje i Fædrelandsvennen. Stiftelsen skal passe på at avisa beheld sin regionale tilknytning og fokus, vere eit rådførande organ for redaksjonen og stiftelsen har vetorett ved tilsetting av redaktør. Fant ikkje noko om stiftelsen i Retriever.

4.9 Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke

Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke blei opprett i 1994 for å sikre den redaksjonelle fridomen og uavhengigheita til Asker og Bærums Budstikke, og for å tilsette redaktør. Stiftelsen fekk 100.000 kroner av avisa, men eig ikkje aksjar. Stiftelsesleiaren har ein del rådgivande kontakt med redaktør om det redaksjonelle. Finn ikkje noko interessant om stiftelsen i Retriever.

4.10 Stiftelsen Østlendingen

Stiftelsen Østlendingen blei opprett i 1994 for å sikre den redaksjonelle fridomen og uavhengigheita til Østlendingen ved å ha veto på tilsetting av ny redaktør og endringar i føremålsvedtektene til avisa. Stiftelsen fekk ein aksje i avisa Østlendingen. I Retriever finst nokre få artiklar med vedtektene til avisa, opprettinga av stiftelsen og årsberetninga for 2011.

4.11 Stiftelsen Svalbardposten

Stiftelsen Svalbardposten blei oppretta i 1992 då justisdepartementet ga stiftelsen sin grunnkapital. Oppgåva til stiftelsen er å gje ut avisa Svalbardposten etter dei reglar og retningslinjer gitt av Norsk Presseforbund og Pressens Faglige Utvalg. Alt overskot skal brukast på avisa.

4.12 Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon

Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon blei oppretta i 2004 for å bidra til utbreiing av Vårt Land til menneske som arbeidar med misjon og bistand i utlandet. Stiftelsen kan òg velje å støtte til anna kristen medieverksemd. Stiftelsen eig 5,58 prosent i morselskapet Mentor Medier. Stiftelsen si hovudoppgåve er å samle inn pengar for å kunne oppfylle eige føremål. Men i 2018 var stiftelsen med på å varsle mistillit mot styreleiaren i Mentor Medier. I Retriever finn ein nokre artiklar som omtalar denne konflikta.

4.13 J. W. Eides stiftelse (Bergens Tidende)

J. W. Eides stiftelse etablerast i 1985 for å godkjenne val av redaktør og for å bevare eigaren sin intensjon med avisa Bergens Tidende. Føremålsparagrafen til avisa kan ikkje endrast utan at stiftelsen godkjenner det. Stiftelsen har ein symbolsk eigardel av avisa Bergens Tidende. Kvart år deler stiftelsen ut ein journalistpris og dei delar ut stipend til journalistiske prosjekt som det elles ikkje er budsjettert for.

I Retriever finn ein mange døme på kva journalistiske prosjekt som har fått økonomisk støtte av stiftelsen. Ein finn òg ein del artiklar om ulike vinnarar av journalistprisen. I tillegg finst ein del artiklar om då avisa skulle bli med i Media Norge. Stiftelsen kunne ha blokka fusjonen, men velde å ikkje gjere det.

5: Norske mediestiftelsar - tidslinje over medieoppslag henta frå A-tekst/Retriever. Av Daniela Mala.

År	Dagbladets stiftelse	Stiftelsen Dagsavisen	Stiftelsen Fredrikstad Blad	Stiftelsen Polaris Media	Stiftelsen Moss Avis	Stiftelsen Stavanger Aftenblad	Stiftelsen Vårt Lands Bladmisjon	Stiftelsen Svalbardposten	J. W. Eides stiftelse	Stiftelsen Smaalenes Avis	Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke	Stiftelsen Østlendingen	Stiftelsen Fædrelandsvennen		
1984	Dagbladets stiftelse														
1985	Etablering														
1986	Etablering														
1987	Stiftelsen delar ut Journalistprisen for fyrste gong														
1992	Etablering														
1993	Etablering														
1994	Etablering														
1998	Stiftelsen Dagsavisen														
1999	Dagbladet opnar for at ein eigar kan eige 30% - Norsk Journalistlag skeptisk - debatt om eigarskap og utbyttepress i media								Pågår ei drøfting om kor demokratisk det er at staten eig ei avis. Vert ikkje gjort endringar						
2004	Fritt Ord seier nei til														
2006	Stiftelsen Fredrikstad Blad vert oppretta														
2007	Stiftelsen eig avisa aleine, men slit økonomisk. Treng sterk investor, men ingen vil kjøpe			Leiaren er ikkje nøgd med at Orkla Media er seld til Mecom					Leiaren i stiftelsen er misfornøgd med å miste dei lokale styremedlemmene i Mediehuset Østfold. Er òg bekymra for nedkjæringar pga overskotskrav til eigar					Stiftelsen godtek at avisa går inn i Media Norge	
2008	Leiaren i stiftelsen seier han vil stoppe eit evt sal til A-Pressen														
2009	Vårt Land kjøper seg inn i Dagsavisen		Stiftelsen deler jamnt og trutt ut pengar til graveprosjekt og journalistprisen										Avisa får kritikk for å ikkje fylgje føremålsparagrafane (politisk syn)		
2010	Vedvarande konflikt mellom stiftelse og Heyerdahl														
2011	Etablering														
2012	Mentor Medier kjøper														
2013	Dagbladet vert seld til Aller					Stiftelsen misfornøgd med at styret i Stavanger Aftenblad bestemmer at det er nok at to i styret bur i Rogaland (ikkje tre som før)					Stiftelsen arrangerer debatt			Avisa får kritikk for å vere for lik dei andre Schibsted-avisane	
2014	Stiftelsen arrangerer debatt														
2016	Stiftelsen opprettar														
2017	Tidlegare eigar av Dagbladet (Heyerdahl) heftig kritisert.		Stiftelsen og andre bidrar med pengar pga dårleg økonomi i avisa			Redaktørane får tilbakemeldingar frå stiftelsen på drift. Dette vert gjort kvart år					Stiftelsen får kritikk frå Human Rights Services fordi stiftelsen sponsar saker				
2018	Dagbladets stiftelse trekt fram som årsak til at Dagbladet vann mange SKUP-prisar		Uro mellom eigarkonsern Mentor Medier og avisa. Maktkamp internt i Mentor Medier			Stiftelsen og andre inviterar til gratis konferanse					Stiftelsen er bekymra etter langvarig uro mellom eigar og avisa. Ynskjer avklaring frå Mentor Media korleis vegen vert for avisa.				