



Medieklagenemnda

Klagenemndas avgjørelse av 22. januar 2026 i sak 2025/1511

Saken gjelder: Klage over vedtak om avslag på søknad om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier

Klager: Altinget AS

Klagenemndas medlemmer: Bjørnar Borvik, Gunn Enli, Karin Fløistad og Eirik Østerud

Bakgrunn:

- (1) Altinget AS (heretter klager) søkte 9. februar 2024 Medietilsynet om produksjonstilskudd for tilskuddsåret 2024. I søknaden var det opplyst at det søkes om tilskudd i kategorien nasjonalt nisjemedium for avisen «Altinget» (heretter Altinget.no). Dette var første gang klager søkte om produksjonstilskudd.
- (2) I forkant av søknaden ble det avholdt et dialogmøte mellom Medietilsynet og klager 19. januar 2024. Bakgrunnen for møtet var at klager ønsket dialog om deres forretningsmodell, da klager tilbyr innhold fra flere ulike nisjer og klagers abonnementsløsning dermed skiller seg fra andre medier. Klager ønsket også veiledning om utforming av søknaden. Klager har opplyst at tilsynet rådet klager til å søke som én avis. Tilsynet har på sin side opplyst at tilsynet i møtet orienterte klager om tilskuddsordningen og søknadsbehandlingen generelt.
- (3) Medietilsynet ba klager 4. april 2024 avklare om det var søkt om tilskudd samlet for alle nisjene til Altinget.no i Norge, eller om søknaden gjaldt for én av nisjene. Klager svarte samme dag at de ønsket dialog om hva tilsynet mener er mest fornuftig. Klager ga videre uttrykk for at de tenker det er formålstjenlig at klager søker samlet som Altinget.no og ikke per nisje. Klager viste til at Altinget.no per dato har seks nisjer, men at de fremover vil lansere flere nye. Klager så det også slik at tilskudd per nisje ville gi en uforholdsmessig stor tildeling i forhold til klagers faktiske produksjon og størrelse. Klager foreslo at inntekter aggregeres og rapporteres for hele Altinget.no, og at hver abonnent på Altinget.no teller som én abonnent, uavhengig av antall nisjer vedkommende abonnerer på. Tilsynet opplyste 5. april 2024 at dersom flere av nisjeavisene skal kunne stå som søker, må hver enkelt være organisert som et eget aksjeselskap, jf. forskriften § 6, jf. § 3 bokstav a. Det var tilsynets forståelse at dette ikke var tilfellet for klagers nisjeaviser. Tilsynet ba videre klager om en redegjørelse av organiseringen av Altinget.no sin redaksjonelle virksomhet og abonnementsløsning. Klager besvarte henvendelsen 8. april 2024.
- (4) Under søknadsbehandlingen ble Opplagskontrollen/Mediebedriftenes Landsforening (heretter MBL) anmodet av Medietilsynet til å beregne et samlet abonnementstall for Altinget.no. MBL kom frem til at antallet unike abonnenter i Altinget.no i 2023 var 811,

Postadresse:

Postboks 511 Sentrum
5805 Bergen

Besøksadresse:

Zander Kaaes gate 7
5015 Bergen

Telefon: +47 55 19 30 00 post@knse.no

men at dersom det gjøres en avkortning for rabattgrad var tallet 750. MBL presiserte at dette var et abonnenttall, og ikke et abonnementsstall – da det ikke lot seg gjøre å beregne et abonnementsstall for Altinget.no sin abonnementsløsning.

- (5) Medietilsynet avslo søknaden 3. juli 2024. Avslaget var begrunnet i at Altinget AS utgir flere medier, og derfor ikke oppfyller det formelle kravet i forskriften § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a, om at medieselskap som kan motta tilskudd bare kan utgi «ett» nyhets- og aktualitetsmedium. Klagefristen ble i vedtaket satt til 15. august 2024.
- (6) Etter forespørsel fra klager hadde Medietilsynet og klager et dialogmøte 8. august 2024 i sakens anledning.
- (7) Klager påklaget vedtaket 15. august 2024. Klager gjorde her gjeldende at Medietilsynets vedtak bygger på feil faktum og rettsanvendelse. Klager har blant annet fremholdt at Altinget AS ikke utgir seks ulike medier, slik tilsynet har lagt til grunn, men at selskapet utgir én avis; «Altinget», som skriver om politikk, både allment og i smalere fagfelt.
- (8) Medietilsynet etterspurte 23. oktober 2024 ytterligere opplysninger fra klager om Altinget.no sine abonnementsstall, abonnementsløsning og redaksjonelle virksomhet. Klager besvarte henvendelsen 1. november 2024.
- (9) Medietilsynet vurderte klagen, men fant ikke grunnlag for å endre vedtaket. Tilsynet var fortsatt av den oppfatning at Altinget AS utgir seks ulike nisjepublikasjoner, og derfor ikke oppfyller forskriftens vilkår. I tillegg vurderte tilsynet at Altinget.no heller ikke oppfyller vilkåret i forskriften § 5 første ledd bokstav j om minst 700 i abonnementsstall. Tilsynet hadde innhentet nye tall fra MBL som tilsa at Altinget.no sitt abonnementsstall for 2023 – beregnet i henhold til forskriften § 4 nr. 2 – var 369. Tilsynet oversendte saken til Medieklagenemnda for endelig avgjørelse ved innstilling 20. oktober 2025. Tilsynet ettersendte opplysninger til nemnda 3. november 2025.
- (10) Klager innga merknader til Medietilsynets innstilling 18. november 2025. Tilsynet innga kommentarer til klagers merknader 25. november 2025.
- (11) Medieklagenemnda v/Klagenemndssekretariatet etterspurte Medietilsynet 26. november 2025 om opplysninger og dokumentasjon i saken. Tilsynet besvarte henvendelsen 26. og 27. november 2025. Klager innga ytterligere merknader i saken 27. november 2025.
- (12) Medieklagenemnda v/Klagenemndssekretariatet etterspurte Medietilsynet 4. desember 2025 om ytterligere opplysninger i saken. Tilsynet besvarte henvendelsen samme dag. Klager innga også avsluttende merknader samme dag.
- (13) Nemndsmøter i saken ble avholdt 10. desember 2025 og 22. januar 2026.

Medietilsynets begrunnelse for vedtaket i korte trekk:

Krav til medieselskapet, jf. § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a

- (14) Altinget AS utgir seks ulike nisjepublikasjoner, og oppfyller derfor ikke kravet som følger av forskriften § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a om at et eierselskap som søker om produksjonstilskudd kun kan være utgiver av «ett» nyhets- og aktualitetsmedium. Medietilsynet har lagt vekt på følgende forhold:

- (15) I produksjonstilskuddsforskriften av 2014 var medieselskap definert i § 2 som «et aksjeselskap eller allmennaksjeselskap som består av et nyhets- og aktualitetsmedium eller en portefølje av tilknyttede medieprodukter». Bestemmelsen kom inn som følge av endringer i mediesituasjonen, hvor mediene gikk fra å publisere på papir, til at ett medium/mediehus publiserte det redaksjonelle innholdet på en rekke ulike medieplattformer, i tillegg til papir. Der tjenesten besto av en portefølje av tilbud på ulike plattformer, skulle det økonomisk sett mest betydningsfulle produktet i porteføljen (målt i størrelse på samlet omsetning) defineres som «hovedmedium». Medieprodukter som hadde minst 50 pst. av nyhets-, aktualitets- og debattstoffet felles med hovedmediet ble definert som «tilknyttet medieprodukt», og slike medier kunne ikke søke om tilskudd. En slik rangering av produkter i tilknytning til medieselskapet er ikke naturlig i dagens medielandskap. I gjeldende forskrift er tilknyttet medieprodukt fjernet som tilskuddssubjekt. Som en konsekvens av dette, og for å tydeliggjøre kravet til at et medieselskap kun kan utgi ett medium, ble ordlyden endret. Departementet viste i den forbindelse til at et abonnement på et medium kan bestå av ulike komponenter, slik som abonnement på en papiravis som inkluderer tilgang til en nettavis, eller en e-avis og ulike kombinasjonspakker. Den samme publikasjonen kan på denne måten publiseres på flere plattformer. Det ble også lagt til grunn at et medieselskap kan utgi flere versjoner av en publikasjon rettet mot ulike geografiske områder eller befolkningsgrupper. Forarbeidene viser at bestemmelsen er et produkt av en tid der mediene gikk fra å være papiraviser, til å tilby innholdet sitt på flere ulike plattformer, og tilsier dermed at et medieselskap kan gi ut et medium som produserer både papiravis, nettavis og e-avis. De ulike komponentene er da en del av det samme mediet, og dermed «ett».
- (16) Altinget.no har ikke et «hovedmedium», og heller ikke ulike komponenter av innholdet sitt. På Altinget.no ligger innhold fra seks nisjer. Leseren har mulighet til å trykke på hver enkelt nisje for å få tilgang til kun dette innholdet.
- (17) At det må tegnes abonnement for hver nisje, taler etter Medietilsynets vurdering for at Altinget.no er seks ulike medier. Selv om innhold fra alle seks nisjer publiseres på Altinget.no, er stoff fra de ulike nisjene bak ulike betalingsmurer. For å lese alt innholdet på Altinget.no må leseren tegne seks abonnementer da det ikke finnes ett enkeltabonnement som gir tilgang til alt innhold. Typisk for medier er at det tilbys et abonnement som gir tilgang til alt innhold. Fra dette utgangspunktet kan det ofte abonneres på en mindre andel av innholdet, f.eks. innhold på enkelte plattformer, eller tilgang på enkelte dager. Hos Altinget.no er abonnementene inndelt tematisk etter nisjer. Dette gir inntrykk av at hver nisje fungerer som en egen enhet, og er en selvstendig publikasjon. Altinget.no kan fremstå som en samleside for å vise frem alt tilgjengelig innhold fra de seks ulike nisjene.
- (18) At innholdet i hver nisje er spesialisert, har et spisset fokus og er relevant for en bestemt gruppe lesere, taler også etter Medietilsynets vurdering for at Altinget.no er seks ulike medier. Hver nisje hos Altinget.no dekker en politisk sektor, og innholdet som publiseres i de ulike nisjene er spesialisert for den respektive nisjen.
- (19) I tillegg sender Altinget.no ut spesifikke nyhetsbrev flere ganger i uken. Disse sendes ut fra hver nisje, og avsender er for eksempel Altinget Arbeidsliv eller Altinget Helse, ikke Altinget.no. Denne måten å distribuere innholdet på, når abonnenten har tegnet et spesifikt abonnement på en bestemt nisje, styrker inntrykket av at Altinget.no har seks ulike publikasjoner.

- (20) Klager har vist til at redaksjonen er oppbygd som en tradisjonell nyhetsredaksjon. Den redaksjonelle organiseringen kan etter Medietilsynets vurdering indikere at Altinget.no fremstår som «ett» nyhets- og aktualitetsmedium. Dette kan imidlertid ikke tillegges avgjørende betydning i den totale vurderingen. Det at Altinget.no sine nisjer har én felles ansvarlig redaktør, vil ikke alene innebære at disse skal betraktes som én avis. En redaktør kan ha redaktøransvar for flere medier som må betraktes som selvstendige publikasjoner.
- (21) Til klagers anførsel om at Altinget.no oppfyller formålet med ordningen i forskriften § 1 samt supplerende mål som fremgår i høringsnotatet, bemerker Medietilsynet at formålsbestemmelsen i forskriften ikke er et selvstendig vilkår for å motta produksjonstilskudd. Vilkåret i forskriften § 3 bokstav a, jf. § 6 første ledd må være oppfylt for å kunne motta tilskudd. At mediet oppfyller formålet med ordningen, er ikke i seg selv grunnlag for å fravike vilkårene i forskriften.

Usaklig forskjellsbehandling i støtteordningen

- (22) Når det gjelder klagers anførsel om usaklig forskjellsbehandling, vil Medietilsynet bemerke at tilsynet først ble kjent med at Fiskeribladet AS også gir ut Kystens Næringsliv og at Medier24 AS også gir ut KOM24 i forbindelse med møtet med Altinget AS i august 2024. Tilsynet tok kontakt med tilskuddsmottakerne da tilsynet ble kjent med informasjonen, og det har etter dette vært dialog og oppfølging av disse to aktørene utover høsten 2024. Som et resultat har begge tilskuddsmottakere gjort enkelte endringer, og det er tilsynets vurdering at både Fiskeribladet AS og Medier24 AS oppfyller vilkårene for å motta produksjonstilskudd. Medietilsynet har også bemerket at ingen av sakene er like, og at det derfor ikke er riktig å sammenligne situasjonen for Altinget AS med Fiskeribladet AS og Medier24 AS fullt ut.
- (23) Til klagers anførsel om at klager ikke har fått samme oppfølging eller mulighet til å gjøre endringer som Medier24 AS og Fiskeribladet AS, viser Medietilsynet til at både Medier24 AS og Fiskeribladet AS allerede er inne i produksjonstilskuddsordningen. Tilsynets plikter og søkernes rettigheter vil være ulike avhengig av om man er innenfor eller utenfor ordningen. Dette følger av ordningens system. Blant annet sier forskriftens § 23 at det kan gjøres unntak fra bestemmelsen gitt i eller med hjemmel i forskriften for medier som allerede mottar tilskudd.

Vilkåret om minst 700 i abonnementstall, jf. § 5 første ledd bokstav j

- (24) Det er også Medietilsynets vurdering at Altinget.no ikke oppfyller vilkåret i forskriften § 5 første ledd bokstav j om å ha minst 700 i abonnementstall. Tilsynet vurderer at Altinget.no skal få beregnet abonnementstall etter forskriften § 4 nr. 2 tredje punktum, og at Altinget.no sitt abonnementstall i 2023 var 369. Tilsynet har begrunnet dette slik:
- (25) Et abonnement gir kun tilgang til én av klagers seks nisjer. Det er ingen andre aviser i produksjonstilskuddsordningen som har samme abonnementsmodell som Altinget.no. Forskriften har heller ikke bestemmelser som direkte løser hvordan en slik abonnementsmodell skal behandles.
- (26) Mediebedriftenes Landsforening (MBL) har ikke en metode for å beregne et samlet abonnementstall for abonnementsmodellen Altinget.no har. De har derfor tatt utgangspunkt i antall unike abonnenter, fordi det ofte vil være en sterk sammenheng mellom antall abonnenter og antall abonnement. Med denne metoden kom MBL til at

Altinget.no har 811 unike abonnenter. Med en slik metode vil abonnenten som abonnerer på én nisje (1/6 av Altinget.no sitt innhold), og abonnenten som abonnerer på alt innholdet, få like stor uttelling. Denne metoden gir etter Medietilsynets vurdering ikke uttrykk for det abonnementsstallet som må legges til grunn ved behandling av søknader om produksjonstilskudd. Dersom det skal beregnes et abonnementsstall for Altinget.no, er det Medietilsynets vurdering at det må gjøres basert på en analogisk tolkning av forskriften § 4 nr. 2 tredje punktum. Dette vil fastsette et mer korrekt abonnementsstall for Altinget.no, som sikrer en rettferdig fordeling av tilskuddet og likebehandling av støttemottakerne. Utgangspunktet blir dermed at kunder som har tilgang til alt som publiseres på Altinget.no, teller som ett abonnement. Et abonnement som gir tilgang til kun en andel, utgjør en tilsvarende forholdsmessig andel.

- (27) Regelen i forskriften § 4 nr. 2 gjelder hvor stor andel av innholdet en abonnent har tilgang til i løpet av en uke, og knytter seg i utgangspunktet til tid. Det er likevel klart at en andel av mediets utgivelser også innebærer at abonnenten har tilgang på en begrenset mengde innhold som følge av at tilgangen er begrenset i tid. f.eks. gir et lørdagsabonnement tilgang til lørdagsavisa, men ikke fri tilgang til alt innhold som er produsert hele uken, forutsatt at dette konsumeres på en lørdag. Konsekvensen av beregningen i tid er dermed også en begrensning av tilgangen på innhold. Hensynet bak regelen er å få fastsatt et korrekt abonnementsstall, og at hvert abonnement er knyttet til en avtale om betaling for levering av nyhets- og aktualitetsmediet. Derfor er det gode grunner for at også abonnementsmodeller som gir tilgang til en andel av innholdet, må kunne beregnes etter beregningsregelen i § 4 nr. 2.
- (28) Definisjonen av et abonnement i forskriften knytter seg til en avtale om betaling for et nyhets- og aktualitetsmedium, jf. § 4 nr. 1. Det sentrale er dermed at det foreligger en avtale om betaling. Altinget.no sin abonnementsmodell legger opp til at det må inngås separate avtaler om betaling for hver enkelt nisje. For å få tilgang til alt innhold må det derfor inngås flere avtaler om betaling.
- (29) En slik tolkning vil åpne opp for utvikling og innovasjon i mediene, også når det gjelder medienes abonnementsmodeller. Dette er med på å stimulere til et mangfold av medier, i tråd med formålet med forskriften.
- (30) Klager har anført at det ikke bør innføres en ny praksis med at MBLs oppslagskontroll blir tilsidesatt når abonnementsnøkler skal beregnes. Medietilsynet bemerker at de har inngått avtale med MBL om opplagsfastsettelse, men at det er tilsynets oppgave å tolke regelverket, herunder bestemmelsene om hvordan abonnementsstall skal beregnes.

Brudd på veiledningsplikt

- (31) Medietilsynet forstår klagers ønske om en avklaring rundt deres forretningsmodell, men tilsynet kunne ikke gi veiledning om forretningsmodell og/eller organisering før vedtakstidspunktet.

Klager har i det vesentlige anført:

Krav til medieselskapet, jf. § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a

- (32) Klager er uenig i Medietilsynets vurdering av Altinget.no som seks ulike aviser. Klager mener at tilsynets vedtak bygger på feilaktig oppfatning av de faktiske forhold og/eller

feilaktig rettsanvendelse. Etter klagers syn kvalifiserer Altinget AS for produksjonstilskudd med sin nåværende organisasjonsmodell, abonnementsstruktur og redaksjonelle organisering. Klager har fremholdt at Altinget.no er én avis som diversifiserer innholdet gjennom ulike produkter rettet mot ulike målgrupper.

- (33) Klager viser til at det i høringsnotatene som ligger til grunn for forskriftene er forutsatt at regelen om at de ulike delene av det støttemottakende mediets portefølje (slik ordningen var tidligere) og publiseringsmåter skulle samles i ett selskap – var for å unngå at støtten ble gitt til virksomhet som var organisert i kompliserte selskapsstrukturer, som kunne vanskeliggjøre kontroll med bruk av støtten. Det er ingenting i høringsnotatet fra 2012 som gir grunnlag for å oppstille en regel som stiller krav til hvordan utgiver organiserer verken det redaksjonelle arbeidet, den redaksjonelle presentasjonen eller forretningsmodellen for abonnenter av mediet, når det først er samlet i ett utgiverselskap. Tvert imot, fremgår det at departementet var opptatt av at kravet ikke skulle presse frem selskapsorganisering som var forretningsmessig uheldig. I høringsnotatet fra 2022 presiserer departementet at ordlydsendringen i definisjonen av medieselskap, ble gjort for «å tydeliggjøre kravet til at et medieselskap kun kan utgi ett medium», og at dette medførte «ingen realitetsendringer i gjeldende rett». Man kan ved tolkningen og anvendelsen av dette kriteriet, ikke anlegge en snevrere forståelse enn den som gjaldt og ble praktisert før ordlydsendringen.
- (34) Klager mener at Altinget.no treffer svært godt på formålet til ordningen for produksjonstilskudd til nisjemedier. Dersom Altinget.no ikke oppfyller forskriftens krav, innebærer dette etter klagers syn at forskriftens formål undergraves og at man presser frem måter å organisere medier på som fører til en svekkelse av de journalistiske produktet. Det vil også skape et insentiv til å dele eierskapet i ett medium, slik at mediets enkeltdeler blir utgitt av hver sine eierselskaper, som hver og én kan kvalifisere til produksjonsstøtte. Istedenfor å gi støtte til ett medium, ville en da måtte utbetale støtte til hver av det som i realiteten er det ene mediets enkeltdeler. Dette har neppe vært lovgivers ønske. Dette vil også hindre innovasjon i mediene, i strid med ordningens formål. Det har også vært påpekt av Stortinget at en støtteordning ikke skal være konkurransevidende og at den i minst mulig grad skal gi insentiv til uheldige tilpasninger.
- (35) Altinget.no utgis av ett aksjeselskap; Altinget AS. Det er fordi Altinget.no er én avis – ett nyhets- og aktualitetsmedium – som skriver om politikk, både allment og i smalere fagfelt. Altinget.no har sin digitale distribusjon via sitt ene domene; Altinget.no, i motsetning til for eksempel Watch Media. Altinget.no er en klassisk oppbygget nyhetsavis, med nyhetsartikler, debatt, servicestoff, analyser, portretter, lettere saker, kalenderguider og innsiktsartikler. Altinget.no sin redaksjon er videre bygget opp som en tradisjonell nyhetsredaksjon. Altinget.no sin journalistikk distribueres via nettsiden, sosiale medier, søk og intern resirkulasjon, via Altinget.no sitt åpne nyhetsbrev og via Altinget.no sitt abonnementsbaserte kuraterne nyhetsbrev. Mens mange nettaviser i Norge har mye av sin trafikk fra nettsiden, er Altinget.no sitt nyhetsbrev en vesentlig distribusjonskanal. Det er mulig å abonnere på ett nyhetsbrev for ett spesifikt politisk område, men det er også mulig å abonnere på nyhetsbrev for hele Altinget.no sitt innhold.
- (36) I beskrivelsen av abonnementsløsningen til Altinget.no, vises det til at et abonnement på «alle nisjer» er tilgjengelig, men kostbart. Hvis «alle nisjer» var det abonnementsproduktet klager ønsket å bygge sitt medium rundt, hadde nok ikke klager valgt nisjemodellen i første omgang. Da ville Altinget.no ha vært en slags «Aftenposten uten sportssider», altså ingen egentlig nisjeavis, men en ganske bred nyhetsavis med

politikk som omdreiningspunkt. Det igjen ville ha gjort klager mer sårbar for omskiftelige strømninger i mediebildet. Det er nettopp nisjetekningen som gjør det mulig for klager å gå i dybden. Klager kan dekke smalere politikkfelt med kontinuitet – til glede for en litt mindre og annen lesergruppe enn den riksavisene henvender seg mot.

- (37) Klager mener at det må være opp til den enkelte avis å avgjøre hva som er den beste måten å bygge opp en abonnementsstruktur på. Klager har vist til at de siste årenes mediekrise har vist at det er stor innovasjonstilje hos medier til å utvikle abonnementsløsninger som når ut til nye kundegrupper, og som også gjør at kunder blir mer lojale. Nisjetankegangen er her et av de mest interessante utviklingstrekk. Mens Altinget AS (også Medier24 AS og Fiskeribladet AS) har valgt en tematisk inndeling, har for eksempel Klassekampen valgt en inndeling på dag, hvor de tilbyr et komplett-abonnement med tilgang til seks dagers papiravis, og et eget lørdagsabonnement som gir tilgang på alle artikler publisert på print lørdag. Det kan spørres om Medietilsynets konklusjon hadde vært annerledes dersom klager bestemte seg for å publisere de kuraterte nyhetsbrevene som et lørdagstilbud – heller enn som i dag, da nyhetsbrevet sendes ut mandag, onsdag og fredag. Klager er også kjent med at flere mediehus er i gang med å se på et mer nisjeorientert brukermarked innenfor egen avis. Dersom for eksempel en avis bestemte seg for å tilby kulturanmeldelser eller matanmeldelser som et eget abonnementsprodukt, vil det antas at avisen fortsatt ville mene at de utgir én avis. En abonnent på Vink-tjenesten til Aftenposten, kan være et slikt eksempel på kuratering av ulikt innhold til ulike brukerbehov.

Usaklig forskjellsbehandling i støtteordningen

- (38) Klager har gjort gjeldende at Medietilsynets vedtak overfor klager innebærer usaklig forskjellsbehandling i støtteordningen. Støttemottakerne Fiskeribladet AS (som også utgir Kystens Næringsliv) og Medier24 AS (som også utgir KOM24) har blitt vurdert som ett medium. Klager mener at denne forskjellsbehandlingen er svært uklart begrunnet fra Medietilsynet. Som svar på forskjellsbehandlingen viser tilsynet blant annet til forskriften § 23, men overser § 25 andre ledd. Dersom tilsynets tolkning av forskriften § 3 bokstav a skal legges til grunn, har utbetaling av tilskudd til andre mottakere etter klagers syn skjedd «i strid med forskriftens bestemmelser».
- (39) Klager bemerker at det var i møtet med Medietilsynet 8. august 2024, og ikke i klagen 15. august 2025 som tilsynet hevder, at klager første gang gjennomgikk ulike avisers modeller. Da var Medier24 AS og Fiskeribladet AS blant eksemplene som ble diskutert. Informasjonen om at de to mediene opererte med ett AS som ga ut flere aviser, er for øvrig informasjon som er åpent tilgjengelig i Brønnøysundregistret og på avisenes egne nettsider. Ettersom de to mediene allerede var i tilskuddsordningen, antok klager at tilsynet ville behandle deres søknad etter samme prinsipper. Særlig ettersom klagers nisjer var enda mer integrerte som deler av én overordnet utgivelse med felles redaktør og samarbeidende redaksjoner.
- (40) Klager bemerker også at Fiskeribladet AS og Medier24 AS har fått dialog og oppfølging, og mulighet til å gjøre «enkelte endringer» med tilbakevirkende kraft for allerede mottatt produksjonsstøtte. Klager har ikke fått den samme oppfølgingen og muligheten av Medietilsynet. Klager stiller spørsmål ved om det er rettslig korrekt at tilsynets veiledningsplikt er mer omfattende overfor utgivere som allerede har fått tilskudd, enn overfor utgivere som søker om tilskudd for første gang. Dersom Medieklagenemnda opprettholder tilsynets tolkning av Altinget.no som flere aviser, ber klager om å få den

samme muligheten til å omorganisere og omgjøre søknaden for 2024 (og for 2025) med tilbakevirkende kraft.

Vilkåret om minst 700 i abonnementstall, jf. § 5 første ledd bokstav j

- (41) Klager bestrider også Medietilsynets nye, subsidiære anførsel. Klager mener tilsynets vurderinger her bygger på feilaktig beregningsgrunnlag/-metode som ikke har forankring i loven og som tilsidesetter beregningsgrunnlag/-metoder som Mediebedriftenes Landsforbund (MBL) står for, og som tilsynet ellers pleier å benytte som grunnlag i produksjonsstøttesaker.
- (42) MBL har vurdert at Altinget.no i 2024 hadde 811 abonnenter, og har redegjort for hvilke ulike vurderinger de har gjort. MBL peker også på at klager ikke har inkludert IP-abonnement i sin beregning i oversendelsen til MBL. Klager har heller ikke lagt på 20 prosent på «nedlastede tilganger», som det er en mulighet for. Klager stiller seg bak MBLs beregning, og mener den gir et konservativt abonnementstall for Altinget.no sin del. Klager har samvittighetsfullt levert data som har vært etterspurt, og har heller ikke forsøkt å «blåse opp» tallene. Klager mener at Medietilsynets bruk av innsikten og analysen fra MBL er misvisende, og vil på det sterkeste henstille om at det ikke innføres en ny praksis med at MBLs oppslagskontroll blir tilsidesatt når abonnementsnøkler skal beregnes.
- (43) MBL påpeker også at Medietilsynets beregningsnøkkel vil straffe klager for å utvide sin abonnementsbase, ikke belønne klager for å få flere abonnenter. Etter hvert som Altinget.no utvider sin nisjeportefølje og følgelig får flere abonnenter, vil brøken for hvor mye én abonnent teller i tilsynets modell, gradvis bli mindre. Det var 1/6 abonnent i 2024, vil være 1/7 abonnent i 2025, og trolig 1/9 abonnent i 2026.

Brudd på veiledningsplikt

- (44) Klager har i forkant av søknadsprosessen bedt Medietilsynet om veiledning, både i tilknytning til organiseringen av avisprosjektet og utformingen av søknaden. Klager har også hatt dialog med Medietilsynet om hvordan andre medier har organisert sin virksomhet og sine produkter. Denne gjennomgangen bidro til at klagers søknad ble utformet som den ble. Klager mener at informasjonen som kommer fra tilsynet i innstillingen til nemnda med fordel kunne ha vært en del av dialogen i forkant.
- (45) Klager har nå fått avslag både på produksjonstilskudd for 2024 og 2025. Hvis mangel på informasjon og veiledning setter klager to år tilbake når det gjelder å få en forutsigbar finansiell basis for sin virksomhet på lik linje med andre mottakere, mener klager det er et alvorlig tilbakeslag for utviklingen av mediemangfold i nisjemarkedet.

Manglende kontradiksjon

- (46) I innstillingen til Medieklagenemnda anfører Medietilsynet et nytt, subsidiært grunnlag for avslag. Det nye grunnlaget – at vilkåret i § 5 første ledd bokstav j om abonnementstall ikke er oppfylt – har det ikke vært kontradiksjon om.

Saksbehandlingstid

- (47) Klager har vist til at det har tatt Medietilsynet 14 måneder å behandle klagen over vedtaket for tilskuddsåret 2024. For en ny avis er dette kritisk lang ventetid. Klager har

også fått avslag på søknaden for tilskuddsåret 2025. Klager kan potensielt ha mistet nok et år med produksjonsstøtte på grunn av den lange saksbehandlingstiden.

Medieklagenemndas vurdering:

- (48) Saken gjelder klage 15. august 2024 over Medietilsynets avslag 3. juli 2024 på søknad fra Altinget AS om produksjonstilskudd for tilskuddsåret 2024.
- (49) I foreliggende sak fattet Medietilsynet vedtak om avslag 3. juli 2024, og vedtaket ble sendt elektronisk til klager samme dag. Av vedtaket fremgikk det at klagefristen var 15. august 2024, altså seks uker etter vedtaksdato. Fristen for å klage er i utgangspunktet tre uker fra tidspunktet vedtaket har kommet frem til parten, jf. forvaltningsloven (fvl.) § 29 første ledd. Det følger imidlertid av forvaltningsloven § 29 fjerde ledd at underinstansen i «særlige tilfelle» kan forlenge klagefristen før denne er utløpet. Tilsynet har begrunnet den forlengede klagefristen med at vedtaket ble fattet i ferietid. Klagen er følgelig inngitt innen klagefristen og skal derfor realitetsbehandles.
- (50) Medieklagenemnda skal så ta stilling til de materielle spørsmålene som klagen reiser.
- (51) Det rettslige grunnlaget for behandling av søknaden er forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier av 8. desember 2022 nr. 2117 (heretter forskriften eller forskriften 2023). Forskriften trådte i kraft 1. januar 2023, og er hjemlet i lov 18. desember 2020 nr. 153 om økonomisk støtte til mediene (mediestøtteloven). Forskriften erstatter forskrift av 25. mars 2014 nr. 332 (heretter forskriften 2014).
- (52) I forskriften oppstilles en rekke vilkår som søker må oppfylle for at søknaden om produksjonstilskudd kan innvilges. Vilkårene fremgår av forskriftens kapittel 2. I tillegg oppstiller forskriften § 3 bokstav k særlige krav til nasjonale nisjemedier. Vilkårene er kumulative. Dersom ett av vilkårene ikke er oppfylt, vil ikke søker kvalifisere til tilskudd etter ordningen.
- (53) Medietilsynets avslag er i innstillingen til Medieklagenemnda begrunnet i et prinsipalt og subsidiært grunnlag. Prinsipalt mener tilsynet at Altinget AS utgir flere nyhets- og aktualitetsmedier, nærmere bestemt seks ulike nisjepublikasjoner. Tilsynet ser det slik at det er et vilkår etter forskriften at et medieselskap som søker om produksjonstilskudd, kun kan være utgiver av ett nyhets- og aktualitetsmedium. Tilsynet har forankret et slikt vilkår i forskriften § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a. Subsidiært, for det tilfellet at nemnda kommer til at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium, vurderer tilsynet at Altinget.no heller ikke oppfyller forskriftens krav om minst 700 i abonnementstall, jf. § 5 første ledd bokstav j.

Krav til medieselskapet, jf. forskriften § 6 første ledd, jf. § 3 bokstav a

- (54) Forskriften § 6 regulerer etter sin tittel «Vilkår knyttet til medieselskapet». Bestemmelsens første ledd lyder:

«Et nyhets- og aktualitetsmedium må eies av et medieselskap for å få tilskudd etter denne forskriften. Offentlige institusjoner eller myndigheter kan ikke ha reell styringsrett, økonomisk ansvar eller inneha mer enn 49 prosent av eierandelene i selskapet.»

- (55) Etter sin ordlyd oppstiller forskriften § 6 første ledd første punktum kun et vilkår om at et nyhets- og aktualitetsmedium må «eies av et medieselskap» for å få tilskudd etter forskriften. Et «medieselskap» er videre legaldefinert i forskriften § 3 bokstav a, som «et aksjeselskap eller allmennaksjeselskap som gir ut ett nyhets- og aktualitetsmedium». Forskriften § 3 er i utgangspunktet kun en definisjonsbestemmelse, mens vilkårene for tilskudd følger av forskriften § 5 flg. (kapittel 2). Dette tilsier at § 3 bokstav a ikke er et selvstendig vilkår etter forskriften. Oppfyllelse av definisjonen i § 3 bokstav a er imidlertid en forutsetning for å oppfylle vilkåret for tilskudd i § 6 første ledd.
- (56) Det første Medieklagenemnda må ta stilling til er dermed om Altinget AS er et medieselskap i forskriftens forstand, nærmere bestemt «et aksjeselskap eller allmennaksjeselskap som gir ut ett nyhets- og aktualitetsmedium», jf. forskriften § 3 bokstav a.
- (57) Det er klart at Altinget AS er et registrert aksjeselskap. Vurderingen blir dermed om Altinget AS «gir ut ett nyhets- og aktualitetsmedium».
- (58) Det er Medieklagenemndas syn at ordlyden «ett» – etter en naturlig språklig forståelse – oppstiller en antallsbegrensning. Forskriften gir imidlertid ingen videre veiledning om hva som menes med «ett» «nyhets- og aktualitetsmedium».
- (59) Medieselskap var definert også i den tidligere forskriften av 2014, men da var ordlyden en annen. I forskriften fra 2014 var et medieselskap definert i dagjeldende § 2 første ledd, som «et aksjeselskap eller allmennaksjeselskap som består av et nyhets- og aktualitetsmedium eller en portefølje av tilknyttede medieprodukter». Medieklagenemnda forstår høringsnotat av 7. april 2022, som ligger til grunn for gjeldende forskrift, slik at dette var en bevisst ordlydsendring fra departementets side, se side 28 i høringsnotatet under punkt 4.7.2. Det fremgår av høringsnotatet at ordlydsendringen var ment å «tydeliggjøre kravet til at et medieselskap kun kan utgi ett medium», jf. høringsnotatet side 10, under punkt 4.1.1. Departementets uttalelser i høringsnotatet tilsier videre at det har vært et bevisst valg å avgrense tilskuddsordningen mot medieselskap som utgir flere medium. Dette synes begrunnet i at kompliserte selskapsstrukturer kan gjøre det vanskelig for forvaltningen å ettergå om tilskuddet er brukt i henhold til forutsetningene, jf. høringsnotatet på side 10, under punkt 4.1.1.
- (60) I forskriften er det ikke definert hva som utgjør et «nyhets- og aktualitetsmedium». Medieklagenemnda ser det slik at forskriftens oppbygning, forutsetninger og vilkår for tilskudd kan bidra til å belyse dette.
- (61) Forskriften § 2 oppstiller flere forutsetninger til støtteberettigede nyhets- og aktualitetsmedier. Av bestemmelsens første ledd fremgår det at tilskuddsordningen er forutsatt å være plattformnøytral, slik at ett nyhets- og aktualitetsmedium både kan utgis på papir og/eller digitalt. Det er også en forutsetning at mediet er tekstbasert, jf. samme bestemmelse. Medieklagenemnda forstår saksopplysningene slik at klager oppfyller forutsetningene i § 2 første ledd.
- (62) Forskriften § 5 første ledd bokstav a-j oppstiller videre en rekke krav til støtteberettigede nyhets- og aktualitetsmedier. Bestemmelsen oppstiller blant annet krav til mediets hovedformål, innhold, redaksjon, produksjon og utbredelse (abonnement). Bestemmelsen må ses i sammenheng med § 2 andre ledd som fastslår hvilke medier tilskuddsordningen ikke gjelder for. Bestemmelsen må også ses i sammenheng med § 3 bokstav k som stiller

særskilte krav til nasjonale nisjemedier. Disse vilkårene synes ikke problematisert av Medietilsynet i behandlingen av saken.

- (63) Medieklagenemnda vil i denne sammenheng også fremheve kravet i forskriften § 5 første ledd bokstav d om at et nyhets- og aktualitetsmedium må være redaksjonelt selvstendig. Nemnda anser at dette kravet også er relevant for vurderingen i foreliggende sak. Nemnda viser til departementets uttalelser om dette vilkåret i høringsnotatet på side 17, under punkt 4.3.2.2.:

«Vurderingen av om publikasjonen er redaksjonelt selvstendig må bero på en helhetsvurdering, der det blant annet skal legges vekt på om medieproduktene deler redaksjonelle ressurser og om mediet har en selvstendig redaktør. Det er imidlertid ikke et krav at medieselskapet må ha fast ansatte, slik at bruk av frilansere eller ansatte fra et morselskap kan benyttes. Vurderingen må bero på om mediet har tilstrekkelig antall fast tilknyttede redaksjonelle ressurser til å utgi publikasjonen. Videre er det relevant om publikasjonene deler distribusjonskanal eller -plattform, om de har felles økonomiske interesser og om de markedsfører seg samlet eller på annet vis fremstår som én enhet. I vurderingen av hvordan publikasjonen fremstår, skal det blant annet legges vekt på publikasjonens kjennemerke, utseende, layout og navn. Videre mener departementet at det skal legges vekt på om publikasjonens innhold har en selvstendig verdi for mediet, eller om innholdet snarere bærer preg av å være en utvidelse eller tillegg til saker publisert av et annet medium i eller utenfor eget medieselskap. I denne vurderingen kan det også sees hen til om publikasjonen har ekstra elementer som gir mediet en annen funksjon for brukeren enn det andre mediet.» (nemndas understreking)

- (64) På bakgrunn av de overnevnte utgangspunktene må det etter Medieklagenemndas syn foretas en samlet vurdering av om Altinget AS utgir ett eller flere nyhets- og aktualitetsmedier.
- (65) Klager har vist til at Altinget.no utgis av ett aksjeselskap; Altinget AS. Altinget.no (med sine seks nisjer) er dermed eid av ett og samme juridiske subjekt. Dette taler for at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium.
- (66) Klager har også vist til at Altinget AS distribuerer alt sitt redaksjonelle innhold via Altinget.no. Under fanen «Om Altinget» beskrives Altinget.no som «en politisk avis». Det fremgår videre at Altinget.no dekker «syv ulike politiske sektorer», som kalles for «nisjer». Altinget AS synes dermed å markedsføre Altinget.no som ett nyhets- og aktualitetsmedium på sin nettside. I Brønnøysundregistrene fremgår det videre at Altinget AS har som vedtektsfestet formål å «[u]tgi nettavisen Altinget, og det som står i naturlig forbindelse med den». Dette understøtter at intensjonen er at Altinget AS skal utgi ett nyhets- og aktualitetsmedium.
- (67) Medietilsynet har i sin vurdering vektlagt at innholdet som publiseres i de ulike nisjene er spesialisert for den respektive nisjen, og at et så spisset fokus indikerer at Altinget.no består av seks ulike publikasjoner. Tilsynet har vurdert at hver nisje er designet for å møte behovene til en bestemt målgruppe som har interesse for det spesifikke temaet, noe som gir inntrykk av at hver nisje fungerer som en egen avis. Tilsynet har også vektlagt at Altinget.no distribuerer spesifikke nyhetsbrev per nisje til sine abonnenter, flere ganger i uken. Klager har på sin side gjort gjeldende at Altinget.no er én avis som skriver om politikk, både allment og i smalere fagfelt. Klager har fremholdt at Altinget.no kun diversifiserer innholdet gjennom ulike produkter rettet mot ulike målgrupper.

- (68) Medieklagenemnda forstår det slik at Altinget.no publiserer noe generelt nyhets-, aktualitets- og debattinnhold om politikk på sin forside, som er åpent for alle (gratis). Fra forsiden kan leseren trykke seg videre inn på ulike spesialiserte fagområder (nisjer), men her kreves det et abonnement på den aktuelle nisjen for å få lest artiklene i sin helhet. Nemnda forstår også saksopplysningene slik at Altinget.no sender ut abonnementsbaserte kuraterte nyhetsbrev for de ulike nisjene. Nemnda er enig med Medietilsynet i at kategoriseringen av innholdet i «nisjer», både på forsiden og på egne undersider, samt at det sendes ut ulike nyhetsbrev per nisje, kan indikere at Altinget.no er en samleside for ulike nisjepublikasjoner, hvor hver nisje utgjør ett nyhets- og aktualitetsmedium. Bruken av ett, felles domene/nettside for publisering av innholdet – slik at nisjene deler én felles distribusjonskanal/-plattform – styrker imidlertid, etter nemndas syn, inntrykket av at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium. Dette underbygges av at hele Altinget.no har et felles kjennemerke/ én felles logo, samt felles utseende og layout. Dette gjelder både for forsiden og nisjenes egne undersider. Altingets logo følger altså de ulike nisjene, og nemnda forstår det slik at nisjene heter «Altinget Arbeidsliv», «Altinget Digital», «Altinget Helse», osv.
- (69) Medieklagenemnda forstår det også slik at nyhetsbrevene som sendes ut per nisje, også består av åpne artikler som er relevant innenfor flere av nisjene. Debattstoffet er åpent for alle, og de politiske kommentarene kan leses av alle som abonnerer – uavhengig av hvilke nisjer det abonneres på. Altinget.no sender etter det opplyste også ut et åpent nyhetsbrev for alle abonnenter. Det er nemndas syn at klagers kategorisering av innholdet i ulike nisjer på nettsiden, samt løsningen med utsendelsen av nyhetsbrev per nisje, ikke i seg selv tilsier at nisjene må anses som ulike nyhets- og aktualitetsmedier.
- (70) Når det gjelder innholdet som publiseres i nisjene, vil Medieklagenemnda vise til at departementet i høringsnotatet – i tilknytning til § 3 bokstav a – fremholder at et medieselskap for eksempel kan utgi flere versjoner av et medium rettet mot ulike geografiske områder eller befolkningsgrupper, jf. høringsnotatet av 2022 punkt 4.1.1. på side 10. Medieklagenemnda forstår det derfor slik at forskriften åpner for at ett nyhets- og aktualitetsmedium kan dele opp sitt innhold i tematiske kategorier, rettet mot ulike, bestemte målgrupper. Nemnda bemerker også at selv om klager har kategorisert innholdet i seks nisjer, så er det felles for alle nisjene at de dekker politiske tema. Inndelingen i nisjer er dermed ikke i seg selv en klar indikator på at Altinget AS utgir seks ulike nyhets- og aktualitetsmedier.
- (71) Medieklagenemnda mener videre at opplysningene om felles redaksjonelle ressurser indikerer at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium. Nemnda peker på at de ulike nisjene ikke har selvstendig sjefsredaktør, men at Altinget.no har én felles ansvarlig redaktør. Videre har riktignok hver journalist et hovedansvar for å følge sitt fagområde, men etter det opplyste bidrar disse også til andre områder/nisjer og til fellesnyheter ved behov. Dette understøttes av at journalistene er ansatt hos Altinget AS og ikke hos en spesifikk nisje, samt at journalistenes stilling, arbeidsoppgaver og plikter i arbeidskontrakten heller ikke synes begrenset til én av nisjene. Nemnda anser at den redaksjonelle organiseringen med felles redaksjonelle ressurser for Altinget.no, tilsier at den enkelte nisje ikke er redaksjonelt selvstendig, slik at de redaksjonelle ressursene på hver nisje ikke er tilstrekkelig for å kunne utgi hver nisje som en selvstendig publikasjon. Dette taler følgelig med styrke for at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium, jf. forskriften § 5 første ledd bokstav d.

- (72) Medietilsynet har også vurdert at abonnementsløsningen hos Altinget.no gir inntrykk av at hver nisje fungerer som en egen selvstendig enhet/ publikasjon. Medieklagenemnda forstår saksopplysningene, og «Bli abonnent»-siden på Altinget.no, slik at hver leser tegner ett abonnement på Altinget.no. Leseren velger selv om abonnementet skal bestå av én, flere eller alle nisjer. For å få tilgang til alle nisjene må altså alle seks nisjer velges i bestillingen. Det finnes ikke ett valg som gir tilgang til alle nisjene, slik klager har fremholdt. Selv om leseren kun tegner ett abonnement, mener nemnda at inndelingen i nisjer ved bestilling av abonnementet gir inntrykk av at de ulike nisjene er selvstendige publikasjoner. Dette understøttes også av abonnementsprisen per nisje. Klager har opplyst at månedsprisen for et abonnement er 499 kroner per nisje, slik at leserens månedspris blir antall nisjer multiplisert med pris. Nemnda mener at prisen per nisje er høy, og tilsvarende prisen på ett nyhets- og aktualitetsmedium. Det er imidlertid nemndas syn at klagers abonnementsløsning ikke alene kan gi grunnlag for å anse nisjene som selvstendige publikasjoner, all den tid innholdet distribueres gjennom én felles plattform, Altinget.no, med felles redaksjonelle ressurser.
- (73) Klager har også vist til at flere medier som mottar produksjonstilskudd har utviklet ulike abonnementsløsninger. Klager har pekt på at Medier24 AS og Fiskeribladet AS, i likhet med klager, tilbyr ulike tematiske abonnementsprodukter, og at Klassekampen tilbyr abonnementsprodukter inndelt etter dag. Medieklagenemnda har for avgjørelsen av denne saken ikke funnet det nødvendig å gå nærmere inn i detaljene i abonnementsløsningene til Medier24, Fiskeribladet og Klassekampen. Nemnda nøyer seg med å vise til at departementet i høringsnotatet av 2022 la til grunn at forskriften er ment å være et «modernisert regelverk for produksjonstilskudd for å imøtekomme utviklingen på mediefeltet», jf. punkt 1.1., s. 4.
- (74) Klager har også fremholdt at dersom Altinget.no ikke anses som ett nyhets- og aktualitetsmedium, vil dette presse frem måter å organisere nyhets- og aktualitetsmedier på som fører til en svekkelse av det journalistiske produktet. Tilsynets vedtak vil etter klagers syn skape et insentiv til å dele eierskapet i ett medium, slik at mediets enkeltdeler blir utgitt av hver sine eierselskaper, som hver og én kan kvalifisere til produksjonsstøtte. Klager har vist til at departementet var opptatt av at kravet i forskriften § 3 bokstav a ikke skulle presse frem selskapsorganisering som var forretningsmessig uheldig, jf. høringsnotatet fra 30. mars 2012 punkt 6.4.7, side 20. Klager har også vist til at Stortinget har påpekt at en støtteordning ikke skal være konkurransevridende og at den i minst mulig grad skal gi insentiv til uheldige tilpasninger, jf. Innst. 365 S (2018-2019) punkt 6.1, side 10. Medieklagenemnda er enig med klager i at hensynet til å unngå forretningsmessig uheldige selskapsorganiseringer og uheldige tilpasninger til støtteordningen vil kunne tale for å anse Altinget.no som ett nyhets- og aktualitetsmedium.
- (75) Etter en samlet vurdering har følgelig Medieklagenemnda kommet til at Altinget.no er ett nyhets- og aktualitetsmedium, som utgis av Altinget AS. Altinget AS er dermed å anse som et medieselskap i forskriftens forstand, jf. § 3 bokstav a.
- (76) Altinget.no oppfyller følgelig vilkåret i forskriften § 6 første ledd. Medieklagenemnda har på denne bakgrunn kommet til at Medietilsynets vedtak overfor Altinget AS ikke beror på korrekt rettsanvendelse. Vedtaket må dermed oppheves, og saken sendes tilbake til Medietilsynet for ny behandling.

- (77) Som følge av at Medieklagenemnda opphever vedtaket begrunnet i rettsanvendelsesfeil, har nemnda ikke funnet det nødvendig å ta stilling til klagers anførsler om saksbehandlingsfeil.
- (78) På denne bakgrunn har Medieklagenemnda heller ikke funnet grunn til å ta stilling til Medietilsynets subsidiære avslagsgrunnlag, om at Altinget.no ikke oppfyller vilkåret om å ha minst 700 i abonnementstall, jf. forskriften § 5 første ledd bokstav j. Nemnda ser det slik at dette avslagsgrunnlaget må utredes nærmere av tilsynet i første instans, av hensyn til sakens opplysning og klagers rett til behandling i to instanser. Nemnda viser til at tilsynets subsidiære avslagsgrunnlag først ble gjort gjeldende i klagerunden, i innstillingen til nemnda, og dermed ikke var en del av det opprinnelige vedtaket. Nemnda viser til klagers behov for og rett til en forsvarlig behandling i to instanser.

Konklusjon:

På denne bakgrunn treffer Medieklagenemnda følgende

vedtak:

Medietilsynets vedtak 3. juli 2024 om avslag på søknad fra Altinget AS om produksjonstilskudd for tilskuddsåret 2024 oppheves. Saken sendes tilbake til Medietilsynet for ny behandling.

Vedtaket kan ikke påklages, jf. forvaltningsloven § 28 tredje ledd.

Etter forvaltningsloven § 36 kan en part kreve dekket vesentlige sakskostnader som har vært nødvendige for å få endret et vedtak til gunst for parten. Eventuelt krav om dekning av sakskostnader må settes fram senest 3 uker etter at melding om klageinstansens vedtak er kommet fram til parten. Kravet sendes i utgangspunktet til Medieklagenemnda v/Klagenemndssekretariatet. Dersom Medietilsynet har fattet nytt vedtak i saken, sendes sakskostnadskravet til tilsynet, jf. § 36 tredje ledd.

Dokumentet er elektronisk godkjent og har ingen signatur