

Årsmøtepapirer - Landslaget for lokalaviser

12. mars 2020

Saksliste

Torsdag 12. mars, kl 17.00

1. Konstituering
- Godkjenning av innkalling og stemmefullmakter
- Val av møteiarar
- Val av referentar
- Val av redaksjonskomité
2. Årsmelding for 2019
3. Rekneskap for 2019 og balanse per 31.12.2019
4. Strategi- og handlingsplan for 2020 og 2021
5. Fastsetjing av medlemspengar for 2021
6. Val
7. Landsmøte 2021

STYRETS ÅRSMELDING 2019

Historisk år for lokalavisene

2019 vil for alltid stå som eit merkeår for LLA og lokalavisene landet rundt.

Kulturminister Trine Skei Grande la fram den etterlengta mediestøttemeldinga på LLAs landsmøte i Drammen. Meldinga varsla eit historisk løft i produksjonsstøtta til lokalavisene, i tillegg til hyllest av kor viktig lokalavisene er i sine lokalsamfunn og for landet samla. LLA opplever meldinga som eit gjennombrøt både i respekt og status for lokalavisene ved at det følgjer pengar til journalistikk og innovasjon med dei gode ord. Løftet i støtta vil kome i 2020.

2019 var og prega av arbeidet med å få ei best muleg distribusjonsløyning etter at Posten skal redusere frekvens frå juli 2020. LLA lukkast med å få godt gjennomslag for ein kompensasjon som sikrar distribusjonen dei neste åra.

2019 var og året der LLA løfta innovasjonsarbeidet kraftig for å kunne hjelpe medlemsavisene til å ta nødvendige steg i arbeidet med å nå lesarar og annonsørar digitalt. Dette vil vere ei hovudoppgåve for LLA dei komande åra.

Betra rammevilkår er viktig for det er krevjande tider i mediebransjen, også for lokalavisene. Samla sett står lokalavisene sterkt! Folk i bygder, tettstader, byar og bydelar les lokalavisene på papir og digitalt, og annonsørane opplever at annonsane i lokalavisene blir lagt merke til og gir resultat.

Det er framleis mykje å gle seg over i lokalaviserverda, men det er nok av utfordringar; annonsemærknaden er tung. Det gir optimisme at mange lokalaviser klarer å halda og endåtil auke opplaget, først og fremst gjennom fleire digitale abonnentar. Mange av LLAs medlemsaviser har nå høgare inntekter frå abonnement enn frå annonsar. Men dei uavhengige lokalavisene har samla sett ikkje har klart å få den same veksten i digitale abonnement som konsernavisene, noko LLAs innovasjonssatsing vil ta tak i.

Det har vore ein kamp i mange år for å oppretthalde nivået på produksjonstilskottet, men i 2019 fekk lokalavisene reell auke over inflasjonsjustering og det var auke i den nokså nye innovasjonsstøtta som fleire lokalaviser har god nytte av. Men mange aviser ventar nå på eit sårt tiltrengt kraftig løft i støtta som er vedtatt i Stortinget frå og med 2020.

Digitale og teknologiske utfordringar står og i kø, marginane er små, og mange lokalaviser har måtte redusere i talet tilsette.

2019 har vore nok eit år der dei politiske og marknadsmessige rammevilkåra har vore under press. Samtidig har dette vore ei påminning om at det truleg er viktigare enn nokon gong å ha ein eigen interesseorganisasjon for lokalavisene – der sakene til fådagarsavisene blir løfta fram for dei som bestemmer, og der lokalavisene kan stå saman om mange av utfordringane. Sjølv om Landslaget for lokalaviser har nøkterne ressursar, gler styret seg over at organisasjonen gjer ein solid og viktig jobb for lokalavisene.

Medlemstal

LLA hadde gleda av å ta imot nye medlemsaviser også i 2019: Det er Ytringen på Kolvereid, Ringsaker Blad i Brummundal, Arbeidets Rett på Røros, Firda Tidend på Sandane, Stord24.no og nye Avisa Lofoten. Avisa Nordvestnytt på Smøla og Avisa Lofoten (ny eigar driv vidare) gjekk konkurs i 2019. LLA hadde 113 medlemsbedrifter ved årsskiftet 2019/2020, fire fleire enn førre årsskifte.

Økonomi

Økonomien til LLA er prega av nøkterne ressursar, men styret meiner at sekretariatet får mykje av ut kronene. I 2019 auka aktiviteten og dermed omsetninga i LLA kraftig først og fremst gjennom storsatsinga på innovasjon gjort muleg gjennom innovasjonsstøtte. Men dei aller fleste støtteordningar krev og eigenfinansiering og denne har vore krevjande for LLA å finne. Det har teke litt tid å omstille drifta i organisasjonen slik at det blir frigjort tilstrekkeleg midlar til eigenfinansiering av prosjekt. Saman med stor aktivitet også med rammevilkår og ikkje pårekna kostnader med å rekruttere ny generalsekretær gir dette eit underskot i drifta for 2019. Inkludert landsmøtefakturering, prosjektstøtte frå fleire og noko offentleg kursstøtte, var driftsinntektene totalt 8 475 162 kroner. Driftskostnadane, også dei inkludert prosjektutgifter, landsmøtekostnader og kurs- og kompetansesarbeid, var totalt på 8 710 749 kroner. Årsresultatet etter finanspostar er eit underskot på 196 369 kroner. Underskotet vert dekkja frå fri eigenkapital.

Samla eigenkapital er nå i 935 330 kroner.

LLAs årsoppgjer viser at det er vilkår for vidare drift, at arbeidsmiljøet er godt, og at verksemda ikkje ureinar det ytre miljøet meir enn det som er vanleg for denne type organisasjonar.

Pressepolitikk og rammevilkår

For LLA og lokalavisene er 2019 eit historisk år. Først og fremst fordi kulturminister Trine Skei Grande kom til LLAs landsmøte og la fram ei mediestøttemelding der lokalavisene si store betydning vart framheva sterkare enn før. Samstundes lova kulturministeren eit skikkeleg løft i produksjonstilskottet til dei minste lokalavisene.

– Vi treng lokalavisene for at lokaldemokratiet skal fungere, sa kulturministeren.

Overfor 200 lokalavismedarbeidarar frå store deler av Norge, understreka kulturministeren at regjeringa vil prioritera lokalavisene og gi dei eit betydelig løft i statsbudsjettet for 2020 og at dei deretter vil leggja føringar for vidare satsing på lokalavisene dei neste åra.

Dette har LLA kjempa for i mange år og vi er derfor svært nøgde med at LLA og lokalavisene har blitt høyrde i regjeringas mediestøttemelding. Lokalavisene er grunnfjellet i det norske medielandskapet. Med den varsla auken og prioriteringa, kan desse avisene gjere ein enda betra jobb for og i lokalsamfunna landet rundt. Ei større prioritering av lokalavisene kan og medverke til at enda fleire lokalaviser kan ta del i ei heilt nødvendig digital omstilling dei neste åra. Det vil kome lokaldemokratiet og innbyggjarane i Norge til gode. Både fine ord, men ikkje minst at det endeleg følgde med pengar til den viktige journalistikken er ein milepæl for LLA og lokalavisene. Godt arbeid i lokalavisene med å levere god og viktig journalistikk i sine lokalsamfunn og hardt informasjonsarbeid frå LLA-sekretariatet over mange år har gitt lokalavisene løftet dei fortener og treng.

I statsbudsjettet for 2020 følgde regjeringa opp lovnadene med 30 millionar i eit ekstra løft til lokalavisene frå og med 2020. I tillegg vart ramma auka med 10 millionar for å møte prisstiginga. Dette er lova å vidareføra komande år. For LLA og lokalavisene var mediestøttemeldinga historisk viktig og eit bevis på at lokalavisene sitt viktige arbeid for å gjere sine lokalsamfunn betre. Vi er sikker på at betre

rammevilkår vil gi meir viktig journalistikk rundt om i lokalavisene i heile landet.

Lokalavisene skal styrke lokaldemokratiet, kulturlivet og lagsarbeidet. Vi skal også vere ein attraktiv mediekanal for annonsørane våre. I tillegg skal lokalavisene vere attraktive arbeidsplassar for flinke mediefolk i lokalmiljøet. For å få til alt dette, må lokalavisene ha gode – og føreseielege – rammevilkår. Det er dette arbeidet LLA bruker mest tid og ressursar på, og det er godt å få forståing og støtte frå politikarane !



Kulturminister Trine Skei Grande blei tatt i mot av LLAs Tomas Bruvik og Rune Hetland då ho kom med gode nyhende til lokalavisene under landsmøte i Drammen mars 2019.

LLA er kjende for å vere prinsipielle, engasjerte og tolmodige i arbeidet med rammevilkåra. Det viste arbeidet med moms-saka der styret vil hevde at kampen for nullmomsen ikkje hadde fått det same resultatet utan LLA. Ved avgjerande vegskil stod LLA knallhardt på kravet om at det ikkje skal vere avgift på det frie ord, verken på nettet eller på papir. Fritaket har på alle vis gjort det lettare og motivert til auka satsing på å satse for fullt på å få digitale abonnentar. Dette viser nå godt både på digitale opplagstal og inntekter frå lesarmarknaden. Det gode samarbeidet mellom medieorganisasjonane, spesielt i innspurten på momssaka er vidareført og gir tyngde og håp i det vidare arbeidet for gode rammevilkår. Men LLA markerer og tydeleg skilje i interessene mellom lokalavisene og andre medietypar, avisgrupper og medieorganisasjonar. Langsiktig tolmodig arbeid med informasjon om lokalavisenes betydning til politikarane, saman med stadig betre kvalitet på lokalavisene er og grunnlaget for gjennombrøtet i mediestøttemeldinga.

Men LLA meiner at det framleis er heilt nødvendig med nye løft i rammevilkåra for lokalavisene. Nokre hundre tusen kroner i auke er ikkje nok i ei tid der annonseinntektene fell. Arbeidet med ny postlov og kompensasjonsordninga for redusert postfrekvens har og vore særskilt krevjande både i strategiske val, argumentasjon, samarbeid og omfattande tidsbruk. LLA arbeider både kortsiktig og langsiktig for å sikre gode, fornuftige og rettferdige rammevilkår. Det er heilt nødvendig for LLA å vere med og ta ansvar for heilskapen i mediepolitikken. Alt heng saman, og LLA har vore og er aktive i å utvikle mediepolitikken slik at rammevilkåra kan møte framtida offensivt og ikkje vere på etterskot. Det er heile tida nødvendig å gjere endringar tilpassa tida ein er i og framtida. Vi ser og stadig nye, kreative tilpassingar til regelverket for pressestøtte. Tilpassing kan vere positivt, men det er heile tida viktig at reglane fremjar målsettinga for mediepolitikken

og tiltaka for å nå desse. Mellom endringane som det nå blir arbeidd med er å finne alternativ til utgåver som faktor i ei digital tid med meir eller mindre kontinuerleg publisering i dei fleste medium. LLA har arbeidd lenge for å få eit minstetilskott (golv) i støtteordninga, og det er nå semje om å få dette på plass.

Det er og mange andre utfordringar for å sikre gode, påreknelege og rettferdige støtteordningar. LLA har vore i høyringsmøte med kulturkomiteen på Stortinget, møtt politisk og administrativ leiing i Kulturdepartementet og hatt ei rekkje møte med enkelt representantar og grupper frå forskjellige politiske parti. I alle samanhengar har LLA framheva lokalavisenes betydning for sine lokalsamfunn og for landet samla sett og lagt vekt på å skape forståing for betydninga av gode rammevilkår og spesielt for produksjonstilskottet.

I dei same høyringane har og LLA, saman med dei andre medieorganisasjonane, bede om å justere avgrensingane når det gjeld digitalt avgiftsfritak slik at det blir meir rettferdig. I statsbudsjettet for 2020 er det og løyvd ei ekstra innovasjonsstøtte som ekstra hjelp til digitalisering når Posten reduserer omdelingsfrekvens. Både den ordinære innovasjonsstøtta (10 mill.) og den ekstra innovasjonsstøtta (10 mill.) er i hovudsak retta mot dei mindre lokalavisene. Alt etter vel eit år med den nye innovasjonsstøtte har fleire lokalaviser fått støtte til å gjennomføre gode innovasjonsprosjekt med positive resultat.

Redusert postfrekvens, men god kompensasjonsordning

Distribusjon av papiravisene er ei aukande utfordring, på fleire måtar. Nedgangen i opplaget for dagsavisene har gjort at det er praktiske og økonomiske utfordringar i avisene sine distribusjonsselskap. På same måte brukar Posten nedgang i postvolumet som grunngeving for omfattande endringar for å spare kostnader. LLA har vore med på å kjempe for best muleg struktur og kvalitet på postdistribusjon av aviser og lågast muleg avisporto.

LLA har både åleine og saman med dei andre medieorganisasjonane vore i fleire møte med både politisk og administrativ leiing i både Samferdselsdepartementet og Kulturdepartementet om denne saka. For LLA har dette vore ei særskilt krevjande sak både når det gjeld strategi, løysingsforslag, samarbeid med andre bransjeorganisasjonar og ikkje minst når det gjeld tidsbruk.

Først og fremst måtte ein få politisk forståing for at papiravisene framleis er viktige og heilt avgjerande for å finansiere journalistikken både i store og ikkje minst små lokalaviser. LLA argumenterte for å utsetje redusert omdelingsfrekvens i Posten. LLA argumenterte og for at endringa måtte gjerast på ein meir kundevennleg måte enn foreslått, med 2,5 dagar i veka med varierende dagar frå veke til veke. Dette betyr at avisene ikkje kan bruke ordinær postgang. Heile tida hadde LLA god kontakt med både Samferdselsdepartementet og Kulturdepartementet og fekk klare signal om at det ville kome kompensasjonsordningar som var tilfredsstillande.

Samferdselsdepartementet la fram eit forslag om å lyse ut på anbod ein kompensasjon tre faste dagar i veka. Dette var tenkt å tilfredsstille lokalavisene, men ville spesielt vore svært uheldig for dagsavisene, og for alle aviser som då ville måtte endre utgjevardag. Dette ville og medføre store utfordringar

for logistikken med opphopping av både trykking og distribusjon nokre få dagar.

LLA foreslo tidleg å sjå kompensasjonsordninga i samanheng med Posten slik at ressursane kunne utnyttast best muleg. Kompensasjonsordninga skal gjennom anbod dekke den geografien som avisene sine eigne distribusjonsselskap ikkje dekker i dag.

Dette var ei sak der det var vanskeleg å vurdere konsekvensen av Postens endringar og MBL brukte mykje ressursar på å få fram godt talmateriale for heile landet. LLA fekk vere med på dette arbeidet som var viktig også som dokumentasjon om konsekvensane overfor politikarane.

Undervegs var det fleire alternative løysingar framme og LLA opplevde ei stund spenningar ved interesse motsetningar mellom forskjellige avisgrupper.

LLA og MBL samla seg til slutt om eit felles forslag som Stortinget slutta seg til og som Samferdselsdepartementet fann det muleg å gjennomføre.

På denne måten får ein nå avisdistribusjon i heile landet også etter at Posten reduserer frekvens frå 1. juli 2020.

Hausten 2019 lyste Samferdselsdepartementet ut på anbod (delt i fire anbod) distribusjon i dei delane av landet der avisene ikkje har eigendistribusjon ut frå LLA/MBLs forslag til modell med motprogrammering mellom kompensasjonsordning og Posten.

Stortinget har stilt vel 750 millionar kroner til rådvelde til kompensasjonsordninga frå juli 2020 til juli 2023. Det er og lagt føringar om å gjere nye vurderingar om vidare behov for kompensasjonsordning etter dette.

LLA er særst godt nøgd og takksame overfor politikarane som har stilt tilstrekkeleg med midlar til disposisjon for å gjere det muleg med ei fullgod distribusjonsløysing som sikrar fram-sending av papiravisa til abonnentar i heile landet også etter at Posten reduserer omdelingsfrekvens frå 1. juli 2020.

LLA er og takksame for godt og raust samarbeid med MBL, der vi kom til eit svært godt felles utspel etter nokre interesse-motsetningar undervegs.

Opplag

Opplagstala viser at lokalavisene står sterkt blant abonnenta-ne og annonsørane. Opplagstala er nokså stabile frå det eine halvåret til det andre. Då vi la fram opplagstal for første halvår 2019, såg vi at over 83 % av lokalavisenes opplag no er digitale pakkar, der lesarane får lokal journalistikk og lokale annonser både på nett og papir. Når vi ei veker tid etter landsmøtet 2020 legg fram nye opplagstal for andre halvår 2019, reknar vi med at denne utviklinga held fram.

Det er Norsk Opplagskontroll AS som kontrollerer opplags-tala til avisene i Norge. Opplagstala er dei einaste tala som følgjer pengestraumen i avisene, og slik er desse kontrollerte og godkjente tala eit viktig kvalitetsstempel som avisene har god nytte av. Tala er dessutan viktige overfor annonsørar og lesarar. Opplagstala er også utgangspunkt for spreingstala og husstandsdekningstala som LLA arbeider fram for medlemsavisene. Denne dokumentasjonen er til god hjelp mellom anna for mediebyråa. Landslaget for lokalaviser (LLA), Medie-bedriftenes Landsforening (MBL) og Medietilsynet eig Norsk Opplagskontroll AS. Henry Nilsen er direktør.

Marknads- og informasjonsarbeidet

Det er framleis spennande og krevjande tider både for lokal-avisene og for kundane våre i varehandelen. Nye markeds-føringskanalar og nye handlevarar gir både oss og annonsørane nye utfordringar. Blant anna forsyner interna-sjonalt eigde digitale plattformer som Facebook og Google seg grovt av veksten i digitale markedsføringsinntekter. Nett-handelen og nye generasjonars handlevarar utfordrar lokale butikkar. Alt dette betyr at lokalavisene både må auke sin eigen marknadskompetanse, og gjerne søke samarbeid med andre aktørar om å løfte fram lokale butikkar og lokal handel.

Tal blant anna frå Medietilsynet tyder på at avisenes brukarinntekter blir stadig viktigare, samtidig som dei tradi-sjonelle annonseinntektene blir ein mindre del av avis-bransjens totale inntekter. Likevel er inntektsfordelinga for dei typiske lokalavisene i LLA-familien fortsatt nokså stabil; om lag halvparten av eigeninntektene blir henta frå annonsørane, den andre halvparten er gjerne brukar- og abonnementsinntekter.

Vi ser også at mange lokalaviser aukar sine digitale inn-tekter både frå abonnentane og frå annonsørane. Likevel er det inntektene frå papirutgåvene som framleis er avgjerande for økonomien til lokalavisene. LLA er redd for at det utviklar seg eit digitalt klasseskilje blant avisene i Norge. Små aviser som er knytt til dei store konserna får ta del i digital kunn-skap og teknologi som styrker marknadsposisjonen deira. Det gler vi oss stort over. Samtidig er vi framleis uroa over at dei minste lokalavisene i like stor grad får ta del i den teknologiske utviklinga, slik at dei minste avisene på sikt kan tape viktige digitale inntekter både i lesar- og annonse-marknaden. Derfor er det viktig at LLA-sekretariatet framleis får økonomiske ressursar til å vere rådgjevarar og kunnskaps-formidlarar overfor lokalavisene. Gjennom regjeringas innovasjonsstøtte, initiert av Kulturdepartementet og fordelt av Medietilsynet, er LLA godt i gang med å motivere og rett-leie også dei minste lokalavisene til å satse meir digitalt.

LLA brukar også ressursar på å vise fram lokalavisene overfor mediebyrå og andre som avgjer handelskjedene sine markeds-føringsbudsjett. Gjennom samtalar, møter, og nettverksbyg-ging med mediebyråa, annonsekampanjar, marknadsaviser, Nærpressekatalogen, nettsidene våre og andre praktiske tiltak, minner vi både byråa, varehandelen, offentlege institusjonar og andre annonsekundar om at lokalavisene er ein svært nyttig og truverdig mediekanal, der også annonsane blir lagt merke til og gir effekt. I 2019 gjennomførte vi ei betydeleg oppgradering av LLAs nettsider, der «Finn din lokalavis» er ein viktig del av LLAs nye tilbod på nett. Gjennom våre opp-graderte kart- og nøkkelopplysningar er det blitt langt enklare for mediebyråa og annonsekundane å finne lokalavisene. Utover dette har LLA også i 2019 halde fram med råd og rett-leiing overfor medlemsavisene. Vi har også lagt eit større og betre grunnlag for å samarbeide om lokal handel med andre aktørar som er opptatt av levande lokalmiljø. Intern-informasjonen frå LLA-sekretariatet ut til medlems-avisene blir gjort gjennom LLAs nettsider – og som e-post direkte til medarbeidarane i avisene. Facebook-sida til Lands-laget for lokalaviser blir nytta til små og store nyhende om det som skjer i lokalavisene.

Innovasjonsprosjekt

LLA har i 2019 gjennomført eit stort arbeid med å hjelpe medlemsavisene i den digitale satsinga. Dette arbeidet er gjort muleg gjennom den nye, offentlege innovasjonsstøtta. LLA engasjerte Tomas Bruvik, redaktør i avisa Kvinnheringen, til å gjennomføre arbeidet. Først som innleigd ved at han fekk permisjon frå avisa, frå september som prosjekt-tilsett i LLA i stilling som leiar for innovasjonsprosjektet.

Mellom Landslaget for lokalaviser sine medlemmer er det eit stort sprik i økonomi, kunnskap og ressursar i forhold til korleis ein klarer å digitalisera seg.

Aviser som er eigd av konsern har det enklare i den store digitaliseringsprosessen. Dei får levert teknologi og får i større og mindre grad og råd og innspel om korleis ein kan jobba for å stå rusta i den digitale framtida.

Særleg mindre aviser med knappe ressursar har det vanskeleg. Avisene må forholde seg til eit 10-tals leverandørar, og gjera alle val sjølv. Dei har heller ingen som analyserer, evaluerer og gir råd om kva som fungerer eller ikkje fungerer. Eksempelvis må avisene utanfor konsern halda seg til: leverandør av nettside, abonnementsløyising, betalingsløyising, annonseløyising, produksjonsløyising, ulike distributørar, trykkeri, fakturaleverandørar, rekneskapsbyrå osv. Dette treng ikkje konsernaviser tenka på.

LLA har difor hovudsakeleg valt å bruke innovasjonsstøtta til å hjelpa avisene som er små, og som står utanfor konsern. Samtlege medlemsavisar er og gjennomgått, og vi identifiserte om lag 30 aviser som vi meiner det er særleg grunn til å hjelpa vidare. Etter dette har utan tvil den viktigaste delen vore å gi hjelp og ikkje minst råd om korleis avisene bør arbeide med den digitale overgangen.

Opplæring og forståing

I oppbygging av eit kompetansesenter har LLA i stor grad lagt vekt på at eit kompetansesenter består i å kunne gje avisene råd og rettleiing.

Deler av råda, innspela og praktiske tips vert og delt på dei nye nettsidene til LLA, som er ein del av prosjektet.

I perioden på seks månader har totalt 29 lokalaviser hatt fysisk besøk enkeltvis eller samla i grupper, og fått hjelp på ulikt vis for å koma vidare i digitaliseringsprosessen. I tillegg har vi vore i dialog med ei rekke aviser via e-post og telefon. Besøka i avisene viser at det er ulike utfordringar frå stad til stad, og frå avis til avis.

Nokre vil velja leverandør av teknologi der ein kan få hjelp til «alt» på ein stad. Dette for at ein skal sleppa å handtera mange ulike leverandørar med omsyn til alt frå sentralbord, rekneskap, abonnement, distribusjon. Per i dag er dette eit val mange ikkje kan ta, fordi det medfører høgare kostnader. Kostnad er svært sentralt når ein skal ta desse vala, og det er ikkje slik at avisene kan velja frå øvste hylle. Dei har rett og slett ikkje råd til å velja dei løysingane som vil vera til det beste for avisa, framtida og ikkje minst brukarane av avisa. Økonomien er med andre ord for enkelte mindre aviser ei stor hindring for digitalisering.

Idebanken og ny nettside

I arbeidet med eit kompetansesenter har LLA oppretta nye nettsider, slik at det skal bli langt enklare for avisene og finna fram i den store digitale jungelen. Desse sidene var på plass

første november og sidene skal vera meir levande enn tidlegare. Her skal vi fortelja historier. Kva skal til for å lukkast digitalt? Kvifor aukar nokre aviser i opplag? Kva har dei gjort? Kva er det som blir mest lest, og kvifor blir det mest lest. Dette vil vi ha med. Vi vil ha små kurs for innan sosiale medium som er digitale og i tillegg kjem vi med ulike råd til avisene.

LLA er og i gang med eit prosjekt som går på streaming og podcast. Dette er det i dag få lokalaviser som jobbar med. Også dei mindre avisene bør byrja med dette, og vi vil vera med å auka kompetansen, og gje råd til dei som vil byrja med levande bilde og lyd.

Det har vore ulike opplegg for avisene som har hatt besøk, men med visse like trekk.

I nokre aviser har heile avishusa vore med, i tillegg til styremedlemmer som og treng kompetanse.

Vi har informert om trendar som er i marknaden i dag. Korleis går det med ulike aviser, og ikkje minst korleis er forbrukarane. Kor mykje tid bruker dei på nett-papir osv. Sentralt er det og at ein må tenkja på lesarane/brukarane. Vi må vera på dei plattformene dei er og vi må gje dei meir av det dei vil ha.

Eit viktig tema har og vore kvifor koma i gang så raskt som mogleg på nett. Fakta syner at papirfallet er stort, og at det av den grunn hastar. Vi har og gått gjennom korleis ein bør jobba på nett, og korleis avisene må gjera ei total omlegging i måten ein tenkjer med i forhold til tidlegare.

Styresamling

Styret i Landslaget for lokalaviser, som også er styringsgruppe for innovasjonsprosjektet har hatt to møter og ei større samling med hovedefokus på innovasjon. Dette for å drøfta både vegen vidare og prøve å sjå kreativt på korleis ein kan jobba for å få best muleg resultat.

LLA har og hatt fleire møter med NRK der vi har drøfta samarbeid på ulike måtar. NRK har ein unik kompetanse som også lokalavisene kan få ta del i, og vi drøftar no eit fellesprosjekt mellom NRK og LLA.

Talmateriale

Ei av dei største utfordringane for aviser som ikkje er i konsern er tilgjengeleg statistikk. Dei har gjerne ei nettside, eit abonnementsystem og eit system for innlogging. Det gjer at systema ikkje «snakkar» saman. Dermed får ein ikkje relevant viktig informasjon. Ein kan få informasjon om kva saker som vert lest, men ein får ikkje vita kva saker som fører til sal og talet på saker som fører til sal.

Ei heller har desse avisene noko form for analyse, for å sjå kva type innhald som vert mest lest. Er det samanhengar i kva type saker ein skriv og kva som vert lest.

I denne prosessen har det vore viktig å ha samtalar med ulike leverandørar, slik at dei kan levera denne forma for data til avisene. Det er noko som ikkje har vore prioritert tidlegare, men avgjerande viktig for dei som star utanfor konserna. I etterkant av dette veit vi no at ein av leverandørane vil prøva å utvikla eit slikt system.

Konferanse og kurs

Planlegginga av konferansen Lokal & digital og innovasjonsdel på landsmøtet har og vore ein del av prosjektet. På landsmøtet hadde vi i år særskild fokus på det digitale. Ein eigen

innovasjonsdel var foredrag frå ulike aviser om korleis ein kan lukkast digitalt.

Lokal & digital i oktober samla 96 personar over to dagar. Her var ei samling der vi ville miksa foredrag med ei innovasjonsmesse. Det som skulle bli vår første innovasjonsmesse, vart diverre noko amputert, grunna låg påmelding frå leverandørane. Det var difor ingen eiga messe, men dei 10 leverandørane som kom vart integrert i programmet. Sjølv konferansen hadde rekorddeltaking, og vi hadde foredrag og praktiske eksempel frå avisene om alt frå direktesendingar, streaming, diskusjon om framtidens inntekter, podcast, tittelskriving på nett og debattar.

I staden for ei eigen messe kom det ulike leverandørar som hadde stand under konferansen.

Kurs- og kompetansetiltak

I fjor deltok over 389 personar på kurs med LLA som arrangør.

LLA satsar mykje ressursar på eit sterkt fagleg program på landsmøta. Her er det omfattande program med plenumsforedrag og fagkurs i store og små grupper. Det er og fleire parallelle kurs slik at alle skal finne mest muleg aktuelt, interessant og nyttig å ta med seg heim til arbeidet i avisa.

I 2019 utvida vi landsmøtet med eit kurs i undersøkjande journalistikk (gravekurs) i samarbeid med SKUP og Faktisk. Det var god deltaking og gode tilbakemeldingar

Fag- og landsmøtekursa er praktiske og lokalavisene får skreddarsaum tilpassa kvardagen i avisene. LLA har i 2019 følgd opp satsinga på bedriftsinterne fotokurs i 2018 med ein serie praktiske fotokurs lagt ut som webkurs i 2019. Vi har og laga webkurs for dei som arbeider på marknadssida i avisene. Vi får tilbakemeldingar om at webkursa er ei nyttig nysatsing som gjer at aviser som ikkje har tid eller råd til å reise langt på kurs nå også får nyttig, lett tilgang på kompetanse.

I tillegg hjelper LLA avisene med råd og rettleiing gjennom heile året. Her handlar det om å gje råd når ein kan, og elles vise kor avisene finn kompetansen dei søker.

Eitt av dei kanskje viktigaste kompetansetiltaka er LLAs idé- og kunnskapsbank. Her legg vi stadig inn nye gode døme frå avisene – både redaksjonelt, om marknaden og tekniske løysingar. Gjennom idébanken får avisene praktiske tips og gode idear.

LLA arrangerte i 2019 for fjerde året konferansen Lokal & digital, med nesten 100 deltakarar.

Vi har og planlagt og gjennomført kurs og kompetansetiltak for enkeltaviser og grupper av aviser.

Lokalavissamkjøringa

Lokalavissamkjøringa landet rundt AS er LLA-avisene si eiga annonsesamkjøring. Ho blir nytta som reiskap for LLAs fellesannonser, og tilbyr annonseplass til eit lite utval organisasjonar, stiftingar og verksemder som stort sett ikkje konkurrerer med avisenes egne kundar eller andre annonsesamkjøringar. Samkjøringa er med på å finansiere marknadsarbeidet til LLA. Geir K. Hus er dagleg leiar for Lokalavissamkjøringa.

Innkjøpsavtalar

Gjennom LLA får medlemsverksemdene også nytte av gunstige samarbeids- og innkjøpsavtalar, skreddarsydd for lokalavisene. I 2019 har vi både fornya avtaler og fått på plass endå fleire avtalar. I tillegg til informasjonsbrosjyre om avtalane,

ligg alle samarbeidspartnarane våre på www.lla.no.

Landsmøte

LLAs landsmøte er på mange måtar årets høgdepunkt for lokalavisene. Over eit par dagar kjem medarbeidarane saman for å få ny kunnskap, inspirasjon og nye idear som kan brukast i kvardagen. I april 2019 var landsmøtet i Drammen med over 200 avismedarbeidarar og bransjefolk.

På landsmøtet blei Kvinnheringen kåra til Årets lokalavis. Kvinnheringen kjem ut på papir tre dagar i veka i tillegg til netttutgåva. Lokalavisa dekkjer Kvinnherad kommune i Sunnhordland/Hardanger. Juryen uttalte mellom anna dette om årets lokalavis:

Kvinnheringen velger ut gode saker, har tydelige prioriteringer og er ikke redde for å gi seg i kast med vanskelige og store temaer. Kvinnheringen er flink til å bygge relasjoner i lokalmiljøet og avisa er gode både på lim og lupe.

Lokalavis-juryen delte ut hederlige omtaler til Dølen og Strandbuen.

Årets lokalavisfoto til Signe Fuglesteg Luksengard i Hallingdølen, LLAs journalistpris til Line Nagell Ylvisåker i Svalbard-posten, markedsprisen til Saltenposten, årets digitale satsing til Gjesdalbuen og årets lokalavisside til Kvinnheringen.

Dagen før fikk Hilde Eika Nesje i Bø Blad og Ståle Melhus i Fanaposten LLAs hederspris.

Satsingsområde

Med jamne mellomrom set Landslaget for lokalaviser i gang tiltak som kan løfta kunnskapen og engasjementet i lokalavisene på utvalde område.

LLA legg spesielt vekt på å motivere og hjelpe lokalavisene til å løyse samfunnsoppdraget best og mest muleg.

I 2016 og starten på 2017 har; "Med på laget" vore eit viktig arbeid for å gjere journalistikken rundt lag og organisasjonar betre og meir interessant.

I 2018 og 2019 har LLA lagt ned mykje arbeid på ei ny satsing på undersøkjande lokal journalistikk, som vi kallar "Grave lokalt". Dette prosjektet starta for fullt med eige seminar under LLAs landsmøte i 2018, og har vist gode redaksjonelle resultat i både 2018 og 2019. Svært mange er i sving med viktig undersøkjande journalistikk og mykje er ferdig presentert i avisene. Dette arbeidet har fått viktig støtte frå Fritt ord, og vil vidareførast i 2020.

I 2019 har vi løfta vidare ei lyd og bilde-gruppe – for at lokalavisene skal få kunnskap og teknologi til å nå ut til nye generasjonar mediekonsumentar. LLAs lyd og bilde-gruppe – med Eugen Hammer i Gjesdalbuen, Eivind Dahle Sjøstad og Arja Wiik-Hansen i Hardanger Folkeblad og Geir K. Hus i LLA-sekretariatet – har hatt fleire kompetansesamlingar gjennom året. Spesielt på Lokal & digital i Bergen blei lokalavisene sine erfaringar og kompetanse delt også med andre aviser. Vi har og hatt kurs i streaming på Sola.

Formidling av journalistisk innhald som lyd og bilde vil vere svært viktig for lokalavisene også i tida framover. I ei spørjeundersøking utført av LLA kjem det då også tydeleg fram at lokalavisene ønskjer eit forum både for teknisk kompetanse, gode idear og erfaringsutveksling, gjerne i regi av LLA. Vi håper derfor på meirfinansiering til lyd og bilde-arbeidet også i 2020.

På slutten av 2018 fekk LLA også støtte frå Design og arkitektur Norge til eit designdrive innovasjonsarbeid. Dette prosjekt er gjennomført i 2019 med lokalavisene Sør-Varanger Avis, Steinkjer-avisa, Os og Fusaposten, Hallingdølen og Stange-avisa. Arbeidet vart leia av Brandgarden og Ogle Noor. Dette var eit utprega kreativt innovasjonsarbeid som utfordra deltakarane. Fleire av avisene har bestemt seg for å saman ta med seg det beste frå dette prosjektet til nye digitale utviklingsprosjekt i 2020.

LLA samarbeider også med andre medieorganisasjonar om tiltak som styrker den enkelte og mediebransjen samla. I 2019 var LLA med på felles tiltak under Arendalsuka. LLA deltok både som aktørar og arrangørar. LLA har hatt møte med leiinga i NRK og har lagt planar om omfattande samarbeid om viktig undersøkjande journalistikk gjennom heile 2020. NRK har sett av store ressursar for å leia samarbeidet og grave fram grunnlagsdokumentasjon for viktige journalistiske prosjekt. Tomas Bruvik er med frå LLA saman med Tone Sidsel frå Dølen og Øystein Øygarden frå Vest-Telemark Blad. Målet er at samarbeidet med NRK skal styrke lokalavisene bidra til å skape meir og betre mediemangfald.

Representasjon i råd og utval

LLA er representert i offentlege og institusjonelle utval der det blir arbeidd med rammevilkår. I 2019 har LLA vore med i følgjande råd og utval:

Tilskuddsutvalet

Tilskuddsutvalet er oppnemnd av Kulturdepartementet for å handtera forskriftene for produksjonstilskot. Pressepolitisk rådgjevar Rune Hetland representerer LLA.

Offentlegheitsutvalet

Utvalet er sett saman av Norsk Presseforbund for å arbeide med offentlegheitsspørsmål og lovgjeving. Lokalavisene er godt representerte i offentlegheitsutvalet. Frå LLA-avisene er Esben Hesjedal i Vaksdalsposten med.

Norsk Presseforbund

I hovudstyret til Norsk Presseforbund møtest medieorganisasjonane for å drøfte pressesaker av særleg prinsipiell og publisitisk verdi. Presseforbundet er også sekretariat for Pressens Faglege Utval (PFU). Pressepolitisk rådgjevar Rune Hetland er LLA sin representant i hovudstyret der LLA og Lokalradioforbundet vekselvis er medlem eller (møtande) varamedlem.

Distribusjonsutval

Arbeidet med distribusjon (posten, distribusjon ellers og politisk): Styreleiar Øystein Øygarden, Vest-Telemark Blad og LLAs pressepolitiske rådgjevar Rune Hetland utgjer LLAs ekspertgruppe knyta til distribusjon av aviser. Generalsekretær Tomas Bruvik er med etter behov.

Referansegruppa for mediemangfaldsregnskap

Medietilsynet oppretta i 2018 ei ny referansegruppe som skal støtte Medietilsynet i arbeidet med å få utarbeidd så god reiskap for mediemangfaldsregnskap som muleg. Pressepolitisk rådgjevar Rune Hetland representerer LLA i dette arbeidet.

Bransjeråd (MBL, LLA, NJ, NR, NP, FP, LR)

Bransjerådet er ein uformell, men viktig møteplass mellom organisasjonane i bransjen for samtalar, organisering av samarbeid, tiltak, avklaring av posisjonar mm.

Sekretariatet

LLA har i 2019 hatt 4,4 årsverk i sekretariatet: Generalsekretær Rune Hetland, marknads- og informasjonssjef Geir K. Hus, organisasjonssekretær Lene Østberg og redaksjonell fagmedarbeidar Laila Borge (40% stilling).

I tillegg har Tomas Bruvik vore innovasjonssjef frå februar, først innleigd frå Kvinnheringen, frå september som tilsett innovasjonssjef.

Rune Hetland varsla i mai styret om at han ønskte avløyning som generalsekretær og ba styret starta prosessen med å finne ny.

Tomas Bruvik vart tilsett i styremøte 26. september og tok over som generalsekretær 5. november. Han skal framleis vere leiar for innovasjonsarbeidet.

Rune Hetland gjekk frå same tid over i ny stilling som pressepolitisk rådgjevar.

Det er tre menn og to kvinner tilsett i sekretariatet.

LLA har rekneskapen gjennom Tveit Regnskap. Revisor er Deloitte.

Styret i LLA meiner aktivitets- og ambisjonsnivået til sekretariatet er svært høgt. Medlemsavisene får mykje att for nøkterne ressursar. LLA som organisasjon har tydeleg profil, klare prioriteringar og målretta planar. Handlingsplanen følgjer opp dette.

Styret

I 2019 har styret i LLA hatt seks møte og handsama 49 saker. Det har vore eit ekstra krevjande år for styret med løysing for distribusjon, eit nytt omfattande innovasjonsprosjekt og ikkje minst rekruttering av ny generalsekretær. Alt i tillegg til det ordinære styrearbeidet som alltid har viktige saker.

Styret har hatt ekstra møter for å planlegge og gjennomføre tilsetting av ny generalsekretær etter at Rune Hetland i mai varsla at han ønskte avløyning.

To av møta har i hovudsak vore styringsgruppe for innovasjonsprosjektet.

Med eit nytt, stort prosjekt har styret her hatt mykje arbeid med å planlegge, rekruttere, gjennomføre kreative prosessar og ikkje minst følge opp både arbeid og økonomi.

Etter valet i mars 2019 er styret i LLA slik:

Styreleiar:

Tomas Bruvik, Kvinnheringen (til 25. september)

Øystein Øygarden, Vest-Telemark Blad (frå 25.september)

Nestleiarar:

Hilde Dypaune, Saltenposten (til 1.januar då ho slutta i avisa)

Øystein Øygarden, Vest-Telemark Blad (til 25.september)

Øvrige styremedlemer:

Tone Sidsel Sanden, Dølen (nestleiar frå 25. september)

Holger Austvoll, Strandbuen

Hilde Eika Nesje, Bø blad

Camilla Skaar, Hordaland Folkeblad

Varamedlemer:

Erling Waage, Fjordenes Tidende (styremedlem frå 25. september)

Knut Martinsen, Avisa Hemnes

Robin Røkke, ØyBlikk/Avisa Lofoten

Oslo/Ålesund 12. mars 2020

Styret i Landslaget for lokalaviser (LLA)

REGNSKAP 2019

	Regnskap 2019	Regneskap 2018	Regnskap 2017
Medlemspenger	1 869 778	1 799 097	1 825 217
Fellesannonser	999 996	833 330	916 663
Salg produkt	237 809	268 966	282 459
Markedskontingent	481 783	487 400	504 447
Kurs og landsmøte	1 666 975	1 899 562	1 718 742
Tilskudd offentlige	525 000	760 000	610 000
Prosjektstøtte	2 541 850	328 050	
Andre inntekter	151 971	100 000	195
Sum inntekter	8 475 162	6 476 405	5 857 723
Varekjøp	1 736 507	1 383 013	1 023 459
Lønnskostnader	3 392 555	2 670 574	2 430 268
Kostnader lokaler	262 937	202 893	228 858
Leiekostnader	72 276	69 815	40 588
Verktøy og rekvisita	123 163	119 812	80 179
Kjøp av tenester	1 421 891	987 681	901 306
Kontorrekvisita	394 213	205 148	277 670
Telefon, porto-frakt, tidsskrifter	53 596	52 638	48 672
Reisekostnad inkl. diett	848 375	432 083	478 520
Reklame, kontingenter	285 968	254 549	261 519
Forsikringer	5 755	20 398	9 069
Andre driftskostnader	7 942	31 949	9 443
Tap på fordringer	99 258	26 800	23 970
Avskrivinger	16 313	17 541	17 400
Sum driftskostnader	8 710 749	6 474 894	5 830 921
DRIFTSRESULTAT	- 235 587	1 511	26 802
Finansinntekter	39 743	29 412	29 825
Finanskostnader	- 525	- 476	-858
Ekstraordinære inn/kost			
SUM FINANS/EKSTRAORDINÆRE	39 218	28 936	28 967
RESULTAT	- 196 369	30 447	55 769
Disposisjonar:			
Avsett til prosjekt			
Avsett til fri egenkapital		30 447	55 769
Sum disponert		30 447	55 769

BALANSE FOR 2019

Balanse pr. 31.12.2018

	2019	2018	2017
EIENDELER			
Anleggsmidler			
Kontormaskiner o.l.	97 862	-	17 540
Aksjer	115 951	115 951	115 951
Andre langsiktige fordringer	27 702		
Sum anleggsmidler	245 059	115 951	133 491
Omløpsmidler			
Kontanter, bank m.v	2 445 136	3 517 112	2 571 652
Debitorer	753 173	302 543	48 921
Andre kortsiktige fordringer	75 999	8 772	3 120
Varebeholdning	21 950	26 950	31 950
Sum omløpsmidler	3 296 258	3 855 377	2 655 643
SUM EIENDELER	3 537 773	3 971 328	2 789 134
GJELD OG EGENKAPITAL			
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld	126 918	106 392	116 088
Off. avgifter, skattetrekk m.m.	274 631	183 792	191 383
Annen kortsiktig gjeld	1 201 094	1 449 945	230 910
Sum kortsiktig gjeld	1 602 443	1 740 129	538 381
Avsett prosjekt	50 000	50 000	50 000
Egenkapital			
Aksjonsfond	553 715	653 215	703 215
Sum bundet egenkapital	553 715	653 215	703 215
Egenkapital, fri	1 331 615	1 527 984	1 497 538
Sum egenkapital	1 935 330	2 181 199	2 200 753
SUM GJELD OG EGENKAPITAL	3 537 773	3 971 328	2 789 134

STRATEGI OG MÅL FOR LLA SITT ARBEID I 2019 OG 2020

LLAs strategi og handlingsplan skal vere oversiktleg og tydeleg styringsverktøy for styret og administrasjonen, frå overordna visjon og verdiar til langsiktige og kortsiktige mål.

MÅL OG STRATEGI

Posisjon:

Interesseorganisasjonen for lokalavisene i Norge.

Visjon:

LLA skal vere den viktigaste organisasjonen for lokalavisene i Norge.

Verdiar:

LLA skal fremje interessene til lokalavisene slik at dei har best mulege rammevilkår.

LLA skal medverke til at lokalavisene lagar gode aviser, og er solide bedrifter til beste for lokalsamfunnet dei skal tene.

LLA skal vere med på å setje høge kvalitetsmål for lokalavisene slik at medarbeidarane kan vere stolte av arbeidet sitt.

MÅL, DELT INN I FIRE OPPGÅVEOMRÅDE.

1. Rammevilkår
2. Marknad og informasjon
3. Samfunnsoppdrag
4. Organisasjon

LANGSIKTIGE MÅL

1. Rammevilkår

LLA skal alltid fremje medlemmene sitt beste i møte med styresmaktene. Det skal skje på ein truverdig måte.

LLA skal sikre rammevilkåra uavhengig av kven som sit i regjering og av stortingsfleirtalet.

LLA skal kommunisere dette tydeleg til eigne medlemmer, eksterne medieobservatørar og samfunnet generelt.

2. Marknad og informasjon

LLA skal styrke omdømmet til lokalavisene.

LLA skal styrke posisjonen lokalavisene har som mediekanal.

LLA skal gjere det tydelig for annonsørar og reklamebyrå at lokalavisa er ein effektiv annonsekanal.

LLA skal hjelpe avisene med større sals- og rådgjevingskompetanse

LLA skal hjelpe med råd om digitale strategiar og val av gode samarbeidsavtaler.

LLA skal styrke eige omdømme som relevant organisasjon for lokalavisene.

LLA skal arbeide aktivt overfor enkeltaviser, spesielt konsernuavhengige lokalavisere for å hjelpe dei med å lukkast digitalt

3. Samfunnsoppdrag

LLA skal gjennomføre tiltak som hevar statusen til organisasjonen og lokalavisene.

LLA skal hjelpe avisene til systematisk kompetanseheving.

Landsmøta er den største fellesarenaen for kompetansebygging. I praksis skjer dette mellom anna ved å bruke kompetansen som finst i dei enkelte lokalavisene.

LLA skal arrangere kurs og gje råd til enkeltaviser gjennom eit nettverk av kompetansepersonar.

Gjennom konkrete prosjekt skal LLA setje dagsorden og vere premissleverandør for samtalen om dei digitale løysingane for dei minste avisene i framtida.

4. Organisasjon

LLA skal vere ein attraktiv presseorganisasjon å arbeide for.

I ein bransje i kontinuerleg forandring må LLA ha tilgang til den kompetansen som medlemmene etterspør. I LLA-sekretariatet må det vere god grunnkompetanse innan avisdrift, pressepolitikk og marknad. Mellom dei tilsette bør det vere personar med lokalavisfagleg bakgrunn.

KORTSIKTIGE MÅL FOR 2020 OG LITT VIDARE

1. Pressepolitikk

LLA skal vere synleg i den sentrale mediedebatten.

Arbeidet med å auka støtta til LLA sine medlemsaviser skal halda fram.

Politiske mål

Styrke lokalavisenes interesser i det politiske arbeidet generelt og spesielt i samband med

Konkrete mål

LLA skal arbeide for:

Innføring av golv (minstesats) for produksjonstilskottet på eit nivå som gir eit viktig løft i produksjonstilskottet til lokalavisene. Dette gjennom auka rammer og/eller omfordeling av ramma.

Best muleg distribusjon av lokalavisere, gjennom samarbeid med distribusjonsselskap og Posten, på fornuftige vilkår.

Fritak eller i det minste frådrag for arbeidsgjevaravgift for redaksjonelle personalkostnader.

Skal hjelpa aviser i den digitale omstillingsprosessen.

2. Marknad og informasjon

LLA skal arbeide for å få fleire medlemmer spesielt blant lokalaviser som naturleg høyrer heime blant medlemsavisene. Det vil seie aviser med ei til tre utgåver i veka og mindre, lokale dagsaviser.

LLA skal dokumentere god effekt av annonsering i lokal avisene.

LLA skal formidle gode idear og kunnskap for å halde oppe eller auke inntektene både ved digital distribusjon og på papiraviser.

LLA skal arbeide kontinuerlig mot mediebyråa.

LLA skal vere meir aktiv i sosiale medium, særleg på Facebook.

LLA skal undersøke og tilrettelegge for at alle lokalaviser får tilgang til framtidsretta teknologi og kunnskap om digitale inntekter.

3. Samfunnsoppdrag

LLA skal gjennomføre tiltak som styrker lokalavisjournalistikken, både i omdømme og lesar marknaden. På landsmøta til LLA skal prioriteringa av avisenes samfunnsrolle vere tydeleg.

LLA skal gjennomføre kurs i journalistikk som har som mål at lokalavisene blir endå viktigare for lesarane, lokalsamfunnet og Norge. Dette gjennom kurs, idébanken og innhaldsprosjekt som "grave lokalt", satsing på undersøkende journalistikk. Det er og eit mål at kompetansetiltaka skal føre til at flest muleg deltek meir aktivt i samfunnslivet og slik styrker lokaldemokratiet.

LLA skal vidareutvikle konferansen "Lokal & digital".

LLA skal gjennomgåande snakke opp verdien av den lokale annonsen, formidla på papir eller digitalt.

LLA skal samarbeida med NRK for at lokalavisene skal ta betre rusta til arbeid med gravande og undersøkende journalistikk.

4. Organisasjon

LLA skal definere tydelege mål for kvar medarbeidar for kva den enkelte skal bli god på, og om det er nødvendig med tiltak som kan heve kompetansen, for eksempel gjennom kurs.

Det er eit mål at sekretariatet skal besøke minst kvar fjerde medlemsavis kvart år.

FASTSETJING AV MEDLEMPENNGAR FOR 2021

	2020	2021
Medlemspengar	450,-	475,-
Serviceavgift		
Grunnavgift for aviser med:		
Mindre enn ei utgåve per veke (48 utg.)	4.200,-	Utgår
Ei utgåve per veke (min.48 utg. per år)	8.000,-	
(Omsetning 0-10 mill. kroner i året)		9.200,-
To utgåver per veke (min.96 utg. per år)	9.100,-	
(Omsetning over 10 mill.)		9.600,-
Tre - fem utg. per veke (min.148 utg. per år)	9.600,-	Utgår
Eksemplaravgift etter godkjent opplag (inkl. digital betaling):		
Per eksemplar opp til 3000	2,00	2,00
Per eksemplar 3000 - 5000	1,05	Utgår
Per eksemplar 3000 - 4000		1,50
Per eksemplar 4000 - 5000		1,00
Per eksemplar over 5000	0,,25	0,25
Opplagskontrollen		
(Norsk Opplagskontroll)	1.600,-	1.600,-
- Dobbelmedlemmer LLA/MBL	400,-	400,-
Aksjonsfond		
Innbetaling til aksjonsfond for aviser med:		
Ei utgåve i veka og oftare	500,-	500,-
Prosjektkontingent		
Mindre enn ei utgåve per veke (<48 utg.)	1.000,-	
Ei utgåve per veke (min. 48 utg. per år)	2.800,-	Utgår
(Omsetning 0-10 mill. kroner i året)		3.000,-
To-fem utgåver per veke (min. 96 utg. per år)	3.500,-	Utgår
(Omsetning over 10 mill.)		3.600,-
Digitale medier (Frittstående utan papiravis)		
Medlemspengar	9.300,-	Utgår
Markedskontingent		
To promille av annonseomsetnaden for føregående år. Maks. kr. 7.000,- (Denne kontingenten har vore uendra sidan 2003)		

Avgrensing:

Medlemspengane skal samla ikkje overstiga kr. 29.900,- per år for ei enkelt avis.

Hevast til kr. 31.990,- fra 2021.

VAL AV STYRE I LLA FOR PERIODEN 2020-2021

Styret i LLA

Øystein Øygarden	Vest Telemark Blad	På val	2 år
Tone Sidsel Sanden	Dølen	På val	2 år
Camilla Skaar	Hordaland Folkeblad	Ikkje på val	1 år
Knut Martinsen	Avisa Hemnes	På val	2 år
Erling Waage	Fjordenes Tidende	På val	2 år
Trude Hiller	Steinkjeravisa	På val	2 år
Holger Austvoll	Strandbuen	Ikkje på val	1 år

Leiar: Øystein Øygarden	Vest Telemark Blad	1 år
Nestleiar: Tone Sidsel Sanden	Dølen	1 år
Nestleiar: Camilla Skaar	Hordaland Folkeblad	1 år

Varamedlemer:

1. Lillian Holden	Hallingdølen	1 år
2. Reidar Hystad	Sunnhordland	1 år
3. Christoffer Johansen	Vennesla Tidende	1 år

Revisor:

Deloitte	alltid på val
----------	---------------