(Leserbrev til LLA-avisene og Medier24.no 20. mars 2020)

Nå må også kommunene og annonsørene ta vare på lokalavisene!

Særlig kommunene må nå kjenne sin besøkelsestid og bruke lokalavisene som annonsekanal. Slik vil innbyggerne få viktig informasjon i krevende tider. Samtidig vil kommunene bidra til at lokalsamfunnet har en oppegående lokalavis også når den verste korona-tiden er over. Det er i alle sin interesse.

Lenge før korona-krisen slo inn over oss, la ANFO Annonsørforeningen fram sin årlige store studie blant norske annonsører. I ANFOs annonsørrapport står det at 86 % av norske annonsører støtter utsagnet om at det er viktig at norske medier har en positiv utvikling. Og at «81 % av norske annonsører har betydelig større tillit til kvaliteten på eksponeringen i norske medier enn i utenlandske». Samtidig er veldig mange av de samme annonsørene bekymret for dominansen til Google og Facebook. ANFO er tydelig i sin oppsummering: Norske annonsører heier på norske medier.

Den samme holdningen oppdaget vi i Landslaget for lokalaviser (LLA) da Kantar for en god stund siden spurte et par hundre av lokalavisenes annonsører om hva som var viktigste grunn til å bruke lokalavisa. Heldigvis, og selvfølgelig, var det viktigste for den lokale skobutikken, matvareforretningen, frisøren og bilforhandleren at de gjennom annonser i lokalavisene ville få kunder inn i butikken. Samtidig oppdaget vi at nesten 25 % av de som deltok i Kantar og LLAs undersøkelse, faktisk også var opptatt av å støtte lokalavisa økonomisk! I tillegg til å bruke markedsføringspenger på å få fram eget budskap, er mange annonsører genuint opptatt av å ha en lokalavis i lokalsamfunnet.

Nå er vi inne i en tid der både tradisjonelle annonsører, men også kommunedirektører, rådmenn og lokale politikere, i praksis kan vise at de virkelig mener å støtte opp om norske medier og lokale aviser.

Tilliten til norske medier og lokalaviser, som både LLA og ANFOs undersøkelser avdekker, må lokalavisene forvalte med stor respekt. Det er jeg overbevist om at lokalavisene gjør – også nå når korona-krisen har snudd opp ned på hverdagen til oss alle. Det er lokalavisene som har sendt sine medarbeidere inn på hjemmekontorene, men som får ut løpende og livsviktig informasjon til innbyggerne. Nærmest fra time til time serverer lokalavisene samfunnsviktig informasjon på nett og mobil som innbyggerne trenger for å få den nye hverdagen til å gå rundt. Og én eller flere ganger i uka kommer nyheter, bakgrunnsinformasjon og intervjuer i papirutgavene. På samme måte som alle andre i lokalsamfunnet nå gjør sitt aller beste fra morgen til kveld, viser lokalavisenes medarbeidere en imponerende innsats for å formidle livsviktig informasjon til innbyggerne.

Dette arbeidet koster penger! Vanligvis lever en typisk lokalavis både av annonseinntekter og abonnementsinntekter. En god del av de minste lokalavisene får også en slump penger i produksjonsstøtte fra staten. Dessverre stuper annonseinntektene til lokalavisene når korona-viruset herjer. En spørreundersøkelse vi i LLA gjennomfører blant våre rundt 115 medlemsaviser i disse dager, dokumenterer et dramatisk fall i annonseinntektene. Blant de lokalavisene som har svart i skrivende stund, har over halvparten av avisene en nedgang på mellom 50 og 90 % av de lokale annonseinntektene. Mange har mistet over 90 % av inntektene! Samtlige lokalaviser merker et betydelig fall i annonseinntektene, blant annet fordi så mange lokale butikker stenger og andre aktiviteter i nærmiljøet er innstilt. Lokalavisenes fall i annonseinntektene er et speilbilde av det som skjer i nærmiljøet og i kommunene. I tillegg har flere av de store matvarekjedene tatt pause i avisannonseringen, i frykt for at kundene skal hamstre tilbudsvarer i matbutikken. Også dette gjør at lokalavisene taper betydelige annonsekroner hver eneste dag.

Med alt dette i bakhodet, har vi i LLA og lokalavisene en klar oppfordring som kan være til god hjelp for fellesskapet: Staten og kommunene må bruke lokalavisene også som annonsekanal! Joda, avisene formidler selvsagt livsviktig informasjon på redaksjonell plass, men nå må lokale politikere, kommunedirektører og rådmenn vise i praksis det som også andre annonsører er opptatt av; å ha norske redaktørstyrte medier både i gode og dårlige tider. Det kan kommunene bidra til gjennom å kjøpe annonseplass i lokalavisene, der de informerer innbyggerne om hvordan de skal forholde seg til korona-krisen lokalt. Gode hygiene-råd, informasjon om kommunenes helsetiltak og nye åpningstider i de kommunale tilbudene er bare tre eksempler på det som kommunene kan fortelle om i annonsene. Behovet for informasjon er stort.

Samtidig som kommunene bør kjenne sin besøkelsestid og bruke lokalavisenes annonsemuligheter på nett og papir, bør også staten, blant annet Helsedirektoratet, kjøpe annonseplass i samtlige aviser i Norge for å få fram viktig informasjon til innbyggerne. Staten og kommunene har et felles ansvar. Heldigvis har engasjerte lokalpolitikere og dyktige kommunearbeidere fullmakter til å gå i gang allerede i dag med å bruke lokalavisene som annonsekanal. Slik kan de bidra til å ha en god lokalavis også når vi er ute av unntakstilstanden. Å ha en livskraftig lokalavis også til høsten, har innbyggerne og fellesskapet stor nytte og glede av.

Geir K. Hus, markeds- og informasjonssjef i Landslaget for lokalaviser

PS! Dette innlegget var først publisert hos Medier24.no