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

No må også kommunane og annonsørane ta vare på lokalavisene!

Særleg kommunene må no kjenne si besøkelsestid og bruke lokalavisene som annonsekanal. Slik vil innbyggjarane få viktig informasjon i krevjande tider. Samstundes vil kommunane bidra til at lokalsamfunnet har ei oppegåande lokalavis også når den verste korona-tida er over. Det er nok alle interesserte i.

Lenge før korona-krisa slo inn over oss, la ANFO Annonsørforeningen fram si årlege store studie blant norske annonsørar. I ANFOs annonsørrapport står det at 86 % av norske annonsørar støttar påstanden om at det er viktig at norske medier har ei positiv utvikling. Og at «81 % av norske annonsørar har betydeleg større tillit til kvaliteten på eksponeringa i norske medier enn i utanlandske». Samstundes er veldig mange av dei same annonsørane uroa over dominansen til Google og Facebook. ANFO er tydeleg i oppsummeringa: Norske annonsørar heiar på norske medier.

Den same haldninga oppdaga vi i Landslaget for lokalaviser (LLA) då Kantar for ei god stund sidan spurde eit par hundre av lokalavisenes annonsørar om kva som var viktigaste årsak til å bruke lokalavisa. Heldigvis, og sjølvsagt, var det viktigaste for den lokale skobutikken, matvareforretninga, frisøren og bilforhandlaren at dei gjennom annonser i lokalavisene ville få kundar inn i butikken. På same tid oppdaga vi at nesten 25 % av dei som deltok i Kantar og LLA si undersøkjing, faktisk også var opptatt av å støtte lokalavisa økonomisk! I tillegg til å nytte marknadsføringspengar på å få fram eige bodskap, er mange annonsørar genuint oppteken av å ha ei lokalavis i lokalsamfunnet.

No er vi inne i ei tid der både tradisjonelle annonsørar, men også kommunedirektørar, rådmenn og lokale politikarar, i praksis kan visa at dei verkeleg meiner å støtte opp om norske medier og lokale aviser.

Tilliten til norske medier og lokalaviser, som både LLA og ANFOs undersøkjing avdekker, må lokalavisene forvalta med stor respekt. Det er eg overtydd om at lokalavisene gjer – også no når korona-krisa har snudd opp ned på kvardagen til oss alle. Det er lokalavisene som har sendt sine medarbeidar inn på heimekontora, men som får ut løpande og livsviktig informasjon til innbyggjarane. Nærast frå time til time byr lokalavisene på samfunnsviktig informasjon på nett og mobil som innbyggjarane bør ha for å få den nye kvardagen til å gå rundt. Og éin eller flere gonger i veka kjem nyhende, bakgrunnsinformasjon og intervju i papirutgåvene. På same måte som alle andre i lokalsamfunnet no gjer sitt aller beste frå morgon til kveld, viser lokalavisenes medarbeidarar ein imponerende innsats for å formidle livsviktig informasjon til innbyggjarane.

Dette arbeidet kostar pengar! Til vanleg lever ei typisk lokalavis både av annonseinntekter og abonnementsinntekter. Ein god del av dei minste lokalavisene får også ein slump pengar i produksjonsstøtte frå staten. Dessverre stuper annonseinntektene til lokalavisene når korona-viruset herjar. Ei spørjeundersøkjing vi i LLA gjennomfører i desse dagar blant dei rundt 115 medlemsavisene våre, dokumenterer eit dramatisk fall i annonseinntektene. Blant dei lokalavisene som har svart i skrivande stund, har over halvparten av avisene mista mellom 50 og 90 % av dei lokale annonseinntektene. Mange har mista over 90 % av inntektene! Samtlege lokalaviser merker betydeleg fall i annonseinntektene, blant anna fordi så mange lokale butikkar stenger og andre aktivitetar i nærmiljøet er innstilt. Lokalavisenes fall i annonseinntektene er eit speilbilde av det som skjer i nærmiljøet og i kommunane. I tillegg har fleire av dei store matvarekjedene tatt pause i avisannonseringa, i frykt for at kundane skal hamstra tilbodsvarer i matbutikken. Også dette gjer at lokalavisene taper svært mange annonsekroner kvar einaste dag.

Med alt dette i bakhovudet, har vi i LLA og lokalavisene ei klar oppfordring som kan vere til god hjelp for fellesskapet: Staten og kommunane må bruke lokalavisene også som annonsekanal! Joda, avisene formidlar sjølvsagt livsviktig informasjon på redaksjonell plass, men no må lokale politikarar, kommunedirektørar og rådmenn vise i praksis det som også andre annonsørar er oppteken av; å ha norske redaktørstyrte medier både i gode og dårlege tider. Det kan kommunane bidra til gjennom å kjøpe annonseplass i lokalavisene, der dei informerer innbyggjarane om korleis dei skal opptre i korona-krisa lokalt. Gode hygiene-råd, informasjon om kommunane sine helsetiltak og nye opningsstider i dei kommunale tilboda er berre tre døme på det som kommunane kan fortelje om i annonsene. Behovet for informasjon er stort.

Samstundes som kommunane bør kjenne si besøkelsestid og bruke lokalavisenes annonsetilbod på nett og papir, bør også staten, blant anna Helsedirektoratet, kjøpe annonseplass i samtlege aviser i Norge for å få fram viktig informasjon til innbyggjarane. Staten og kommunane har eit felles ansvar. Heldigvis har engasjerte lokalpolitikarar og dyktige kommunearbeidarar fullmakter til å gå i gang alt i dag med å bruke lokalavisene som annonsekanal. Slik kan dei bidra til å ha ei god lokalavis også når vi er ute av unntakstilstanden. Å ha ei livskraftig lokalavis også til hausten, har innbyggjarane og fellesskapet stor nytte og glede av.

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

PS! Dette innlegget var først publisert hos Medier24.no