

Statusrapport Medie-Norge

Innlegg av Rune Hetland, Landslaget for lokalaviser, 6. januar 2016

”2015 er eit år som vil bli hugsa. Det var året då fritaket på avgift på journalistisk samfunnsinnhald uavhengig av kor det blir levert og konsumert vart endeleg forankra som norsk politikk frå eit samla politisk miljø. LLA har som de veit stått fjellstøtt på at avgiftsfritaket skal vere uavhengig av plattform. Etter at LLA besøkte ESA i 2010 vart vi sikre på at dette var muleg, og det har vore bakgrunnen for at vi i LLA aldri har vilja setja i spel eit så viktig prinsipp for det norske demokratiet. Regjeringa har følgd opp heilhjarta og nå ser det ut til å vera nær ei endeleg avklaring i ESA.

Det er mange som skal ha æra for at målet er nær, men det har nok vore avgjerande med godt samarbeid i pressa og med det politiske miljøet. Men som i andre maratonløp kan ein ikkje feire sigeren før målsnøret er brote.

Men 2015 er kanskje også året der vi måtte erkjenne at det ikkje ser ut til å vere muleg å få ein vekst i digitale annonseinntekter som kan kompensere for tilbakegangen på papir. Lesarbetaling er for dei fleste viktigare enn nokon gong. Det er altså krevjande og meir usikre tider; dei aller fleste må kutte kostnader.

Vi i LLA ser det som viktig å finne inspirasjon og søke innsikt og kunnskap hos dei som lukkast. Men det er store forskjellar og ingen opplagt fasit. Det er alltid fleire faktorar som spelar inn, men vi vågar å hevde at den viktigaste føresetnaden for å lukkast er satsing på journalistikken. Innhald som er viktig for lesarane er og ei av årsakene til at mange lokalaviser klarer seg etter forholda bra. Men dei fleste slit med å halde oppe annonseinntektene. Det er heller ikkje lett for lokalavisene når det er byråa er i storbyane som bestemmer kvar den lokale butikken skal annonsere. Dei lokale kremmarane har ikkje så mykje å seia, sjølv om dei gjerne vil bruka lokalavisa.

Vi har ikkje knekt koden på å få nok annonseinntekter digitalt, og her er det og store internasjonale aktørarar, utan publisistisk ambisjonar, som stikk av med altfor stor del av ei for lita kake. Bransjen i samarbeid med politikarane, og her trengst sikkert internasjonalt samarbeid, må for alvor sjå korleis ein kan hindre at Google og Facebook stikk av med annonsekronene utan å bidra tilbake til samfunnet verken med skatt eller uavhengig journalistikk.

Det er sjølvsagt ikkje slik at lokalavisene lever i ein oase utan påverknad utanfrå, og slik opptrer dei heller ikkje. Mange lokalaviser er langt framme i den digitale utviklinga. Men det er og mange som har mykje å gå på og heilt sikkert både må og vil løfta seg framover. Så lenge dei fleste inntektene kjem frå papirproduktet, er det viktig å også utvikle dette, og vi ser mykje kreativitet. Vi trur ikkje framtida handlar berre om digital innovasjon, men om ein kombinasjon mellom publisering på papir og digitalt.

Vi vil nok sjå at dei forskjellige plattformene blir mindre like, dei vil utvikla seg slik at ein utnyttar plattformene sine unike kvalitar betre. Produktutvikling generelt og digital innovasjon spesielt er sjølvstøtt svært krevjande for små organisasjonar som fådagarsavisene. Eg håpar inderleg at kulturpolitikarane ser at det er eit uendeleg behov både for forskning og kompetanse framover. Her treng bransjen og ikkje minst lokalavisene hjelp og støtte for å lukkast.

Det er eigentleg ei fin arbeidsdeling i presse-Norge. Vi har riksmidia som for eksempel tar opp asyl- og flyktnings spørsmålet i eit nasjonalt perspektiv, medan det er lokalavisene som informerer og leverer god journalistikk om busetjinga i den enkelte kommune. Lokalavisene er utvilsamt svært viktige for om integreringa skal lukkast i praksis. Dei treng ressursar til å fylle det viktige samfunnsoppdraget. LLA har derfor i 2015 tatt initiativ til å tenkje nytt om fordelinga av produksjonstilskotet, ved å innføre eit golv som løftar minstetilskotet. Det kan enten løysast ved auka ramme, ellers vil det gå litt ut over av dei som får mest støtte, altså dei som i dag har godt over 40 mill. i årleg støtte.

For nettopp ressursar til journalistikken må ligge i botn. Pressa må stå opp for alle innbyggjarane, og ta medansvar for å skape eit betre lokalsamfunn. Difor har LLA nyleg gjennomført innhaldsprosjekt som engasjert og PJ-prosjektet Levande lokalsamfunn gjennom demokratistyrkande journalistikk. Nå er vi i gang med eit Fritt ord-støtta innhaldsprosjekt for å løfte journalistikken om lag og organisasjonar, den store og viktige frivilligsektoren.

For uansett korleis marknaden utviklar seg, så er godt og ikkje minst relevant innhald for lesarane ein føresetnad for å klara seg i framtida.”

Nokre nøkkeltal for fådagarsavisene, 1-3 utg. per veke

Kjelde: Medietilsynet

- Tal fådagarsaviser: ca 150 avistitlar
- Samla opplagstal for fådagarsavisene 2014: 500 000 (1,5 – 1,8 mill lesarar)
- Omsetning fådagarsavisene 2014: ca 1,6 milliardar kroner
- Produksjonstilskot 2015: Til saman ca 135 aviser: 303 mill. kroner. Av dette går ca 50 mill. til ca 120 fådagarsaviser
- Avishusa samla annonseinntekter i 2014: ca. 6,6 milliardar kroner
- Ned 657 millioner frå 2013, altså minus 9 prosent. Fådagarsavisene minus 4,5 prosent
- Salg av annonseplass i nettutgåvene auka med 205 mill (kompenserte for ca.1/4 av papirfall)
- Annonser i papirutgåvene utgjer framleis 85 prosent av avisenes totale annonseinntekter
- Abonnements- og laussalgssinntektene var ca. 6 milliardar kroner. Stabilt trass fall i opplag.
- Reklameinntektene frå papiravisene finansierer stadig mindre del av avisutgåvene.