

Foreningen Informations Venner: Medlemsmøde 14.januar 2024

Avisernes krise og Information

Foreningen Informations Venner holdt søndag den 14.januar 2024 et medlemsmøde om den aktuelle mediesituation og udsigterne for den uafhængige presse i Danmark.

Efter **Christian S. Nissens** velkomst, hvor han glædede sig over det store fremmøde, gav analysechef **Dennis Christensen** fra brancheorganisationen Danske Medier en overflyvning over det danske medielandskab i 2024.

Dennis Christensen indledte med følgende iagttagelser:

- Medieforbruget er stabilt eller voksende. Danskerne bruger 7 timer og 35 minutter pr. dag på diverse medier. Tallet dækker dog over at vi ofte bruger mere en ét medie ad gangen, og ofte laver andre ting, mens vi bruger medier.
- Ældre bruger mere tid på "gamle" medier (flow-tv, trykte aviser mv.) end unge.
- Unge bruger mere tid på digitale platforme, herunder Sociale Medier.
- Forbruget af traditionelt tv (flow) falder drastisk.
- Lyd (radio, podcasts, lydaviser mv.) oplever en kraftigt stigende efterspørgsel.
- Avisforbruget rykker fra trykte papiraviser til digitale e-aviser og lydformater.

Trods den, med trykte dagsbladsøjne, dystre udvikling, kunne Dennis Christensen opmuntre med, at dagblade, ugeblade, månedsmagasiner, hvis man medregner deres digitale udgaver, stadig når 90% af befolkningen. Der er stadig efterspørgsel på daglige nyhedsmedier. Dagblade står således ikke foran døden. Det er kun papirformatet, der langsomt glider ud af medieforbrugernes hverdag. Selv mange ældre foretrækker at læse deres daglige avis på en i-pad eller PC.

Når aviserne således stadig har kontakt med en stor del af befolkningen, skyldes det først og fremmest, at de er lykkedes med at flytte indholdet ovre fra det trykte papirformat til digitale platforme. Og at de unge ikke læser aviser, er ikke nyt. Sådan var det også inden internettet. Det nye er, at de i stigende omfang heller ikke ser deres forældre læse trykte aviser. Da medievaner er "arvelige" betyder det at den trykte papiravis på længere sigt næppe vil overleve.




Trods tv-mediets tilbagegang står tv stadig stærkt som nyhedsmedie. 53% af befolkningen opgiver tv som sin "primære nyhedskilde". For de yngre generationer gælder det imidlertid at de sociale medier angives som primær nyhedskilde. Her driller metoden dog lidt, da de nyheder, de unge tilgår på de sociale medier, sagtens kan stamme fra de traditionelle medier.

Dennis Christensen gennemgik herefter avisernes økonomi. Aviser finansieres traditionelt via tre kilder: (1) abonnemeter, (2) annoncer, og (3) offentlig støtte.

Abonnementstallene viger, især blandt de yngre, men digitale abonnemeter vinder frem, også for Information, som i 2022 for første gang har flere digitale end analoge abonnenter.

Den samlede *annonceindtægt* er 16,595 mio. kr., hvilket er mere end tidligere, men langt det meste (næsten 70%) omsættes på internettet, mens kun 10-15% af omsætningen er rettet mod trykte medier. Da langt de fleste annoncekroner endvidere går til internationale tech-platforme, bløder det danske annoncemarked. Selvom den samlede annonceomsætning i Danmark er øget over de seneste 15 år, går op og to tredjedele af den samlede annonceomsætning til udenlandske medier.

Den offentlige *mediestøtte* i Danmark er fortsat stor, næsten 5 milliarder kr., men mere end 80% går til de store statsfinansierede udbydere DR, TV2-regionerne, Radio 4, 24 Syv mv. Af de resterende 535 mio. kr. er de fleste (377 mio. kr.) øremærket til mediestøtten, hvor Information og Kristeligt Dagblad nyder godt af den særlige aftale om støtte til nichemedier. Information således modtager 24.5 mio. kr. i mediestøtte i 2024, hvilket udgør næsten 20% af bladets samlede omsætning. Til sammenligning modtager JP/Politikens Hus 68,6 mio. kr., Jysk-Fynske Medier 67,5 mio. kr. og Berlingske Media 47,3 mio. kr.

		<p>Hvad drejer avisernes krise sig om? – Hvordan rammer den Information? - Hvad kan vi gøre ved det?</p> <p>Medlemsmøde søndag den 14. januar kl. 11 – 13, Informations kantine.</p> <p>Oplæg ved Informations adm. dir. Stine Carsten Kendal og analysechef Dennis Christensen, Danske Medier.</p> 
--	--	---

Informations administrerende direktør **Stine Carsten Kendal** orienterede herefter om Informations aktuelle situation, som rummer både gode og dårlige nyheder,

Det samlede antal *abonnenter* er steget fra 20.000 til 25.000 på blot fem år. Og dertil kommer en langt større udbredelse gennem internettet, podcasts, events, nyhedsbreve, prøveabonnemeter mv. Samlet er op mod 280.000 mennesker således i kontakt med et af Informations produkter hver eneste uge. Opgaven er at få de, der bruger de gratis produkter over på abonnemeter. Det sker bedst gennem opbygning af vaner, og derfor er de gratis produkter en god investering, så længe de ikke udkonkurrerer hovedproduktet.

Stigningen i abonnemeter de seneste år gælder især den digitale avis, hvilket imidlertid giver den udfordring, at stigende distributionsudgifter for de trykte aviser betyder, at de trykte aviser giver mindre indtjening end de digitale abonnenter på trods af højere priser. Distributionsprisen for de trykte aviser er således steget 30 %, fra 25 til 30 mio. kr. Også digital distribution er omkostningstung, men dog ikke i forhold til ”gamle dage” med trykpresse, typografer, sætteri osv.

Informations samlede omsætning er ca. 140 millioner kr., fordelt med 91,5 mio. kr. abonnementsindtægter, 25,5 mio. kr. mediestøtte, 7.5 mio. kr. annonceomsætning, 14 mio. kr. fra kommerciel virksomhed (forlag, fundraising, events, merchandise mv.). Der er i dag omkring 100 medarbejdere på Information.

Selvom mediestøtten ”kun” bidrager med 20% af den samlede omsætning, er det en aktuell trussel, at de private medier argumenterer for at den særlig mediestøtte til de små aviser, Kristeligt Dagblad og Information, skal afskaffes af ”konkurrencehensyn”. Det er allerede besluttet at reducere mediestøtten

med 4% årligt i den kommende forligsperiode (2024-2026), og det kan udgøre en farlig glidebane, hvor politikerne vil mene, eller blive presset til, at en sådan løbende reduktion kan fortsætte.

Salg af annonceplads har aldrig været den største indtægtskilde for Information, og udgør kun godt 5% af omsætningen, men det rammer alligevel hårdt, at annoncemarkedet er vigende, og i stigende omfang rettes mod internationale techgiganter.

Efter oplæggene fra Dennis Christensen og Stine Carsten Kendal drøftede deltagerne hvad man som abonnent eller medlem af Informations Venner kunne gøre for at støtte Information. Her er nogle af de ideer, der blev nævnt:

- *at donere støttebidrag direkte til avisen.*
 - *at hjælpe med at uddele de 100 gratis abonnementer til unge under 30 år, som Informations Venner har muliggjort gennem en donation på 25.000 kr. (se under fanebladet "Støtte" på foreningens hjemmeside, <https://informations-venner.dk>).*
 - *at anbefale gratis prøveabonnement til unge, eller reklamere for de gratis nyhedsbreve, Radio Information, podcasts mv. Alle de gratis tilbud kan hentes via Informations nye app.*
 - *at fortsætte eller styrke Informations fysiske tilstedeværelse ved festivaler, folkemøder, læsermøder osv.*
 - *at række ud efter folketings- eller partimedlemmer og understrege vigtigheden af at fastholde mediestøtten til de små aviser, og stoppe den igangværende nedtrapning med 4% om året.*
-