

## UGEAVISERNE

### **Formanden, Adm. direktør Jan Hallings beretning ved den ordinære generalforsamling i Kolding tirsdag 12. oktober 2010.**

Velkommen til Ugeavisernes ordinære generalforsamling.

Vi kan i dag se tilbage på et travlt år i Ugeaviserne. Samtidig med at vi kan se frem til en travl dag med Efterårsseminar, uddeling af Ugeavisernes Årspris samt fest i aften. Over 120 mennesker har følt sig fristet til at møde op og følge programmet på DLU og Ugeavisernes fælles efterårsseminar, hvilket i høj grad illustrerer den stigende interesse for og den tættere tilknytning til foreningen. Medlemmerne har i stigende omfang gjort brug af foreningens tilbud om medlemsrådgivning vedrørende brancherelaterede spørgsmål, ligesom medlemmerne aktivt reagerer på foreningens henvendelser og analyser. Det går godt for branchen, men udfordringerne er stigende og mange spørgsmål løses bedst i fællesskab. Derfor arbejder foreningen også fortsat på at skabe de bedste rammevilkår for medlemmerne på spørgsmål som distribution, annoncer, redaktionelle vilkår og uddannelse.

Men tilbage til året der gik.

Året bød på en fornyelse i relation til offentliggørelse af annonceomsætningen, idet Dansk Oplagskontrol nu indsamler og offentliggør data på de enkelte mediegrupper to gange om året. I den helårlige rapport, der offentliggjordes i maj, kunne det konstateres, at det var lykkedes de lokale ugeaviser at holde deres markedsandel på 18% i forhold til 2008 og at vi samtidig rykkede forbi dagbladene og derved er

det største printmedie i Danmark og – som spået i sidste års beretning - det næststørste medie kun overgået af Internet, der står for en fjerdedel af al annonceomsætning i Danmark.

Den samlede annonceomsætning i Danmark faldt fra 14,1 mia. til 12 mia. svarende til 15%.

Som nævnt er Dansk Oplagskontrol gået fra helårlige til halvårslige offentliggørelser og derfor er der netop kommet nye tal, der viser, at hele markedet i første halvår 2010 er faldet med 2%. Mediegruppen lokale og regionale ugeaviser kan ikke helt holde sig indenfor denne ramme og er faldet med 30 mio. eller 4%. Meget tyder dog på, at det største fald stammer fra de regionale aviser og at de lokale ugeaviser derved har oplevet en lille forbedring i forhold til markedet. Det lille fald betyder dog - da TV samtidig har haft et godt 1. halvår – at lokale ugeaviser nu ligger på 3. pladsen. Lad os håbe, at vi med energi og dygtighed kan tilbageerobre placeringen som det næststørste medie i Danmark, inden vi mødes igen.

Internettet kan atter præsentere den største vækst i annonceomsætning og derfor er det vigtigere end nogensinde, at ugeaviserne forfølger de udviklingsmuligheder, der ligger i at udvikle forretningen fra print til net. I disse år fastlægges, hvordan fremtidens mediemønstre etableres og selvom der kan iværksættes tiltag og udvikling, der holder de lokale ugeavisers printdækning oppe, så er det essentielt - også for de lokale medier - at få udviklet den platform, der skal fremtidssikre mediet.

Eftermiddagens seminar tager også fat på netop dette spørgsmål med en

”how-to-do” session om, hvordan man bringer de lokale nyheder på nettet. Flere af Ugeavisernes medlemmer har allerede med succes tilføjet webtilbud til læsere og annoncører og Lokalavisen.dk er Danmarks hurtigst voksende site og større end alle andre lokale og regionale dagblades sites.

Et sted hvor kurven også er opadgående, er UGEAVISERNES medlemstal og ugentlige oplag.

Gennem mange år har medlemstallet svinget mellem 220 og 230 medlemmer. I år har 238 avistitler stemmeret til årets Generalforsamling, hvilket ikke mindst er et udtryk for, at medlemmerne har haft lyst til og mod på at starte nye udgivelser i et ellers krisepreget år. Det ugentlige oplag holder sig stabilt på godt 5½ mio. ugentlige ex.

Hvor sidste år var præget af krisestemning og håndtering af nedskæringer og tilpasninger i virksomhederne, har medlemmerne i dette år i større omfang haft mulighed for at tænke udvikling og fremtid.

[Nej-tak-ordningen]

Foreningsåret 2009-2010 har været første hele år med den meget omdiskuterede nej-tak ordning. Ved indførelsen arbejdede Ugeaviserne på, at ordningen skulle blive så skånsom som mulig i relation til medlemmernes aktiviteter. Det har da også vist sig, at ordningen har fungeret og at den kun i ubetydelig grad har påvirket læsningen af de lokale ugeaviser, der fortsat har en dækning på omkring 73 %, ligesom før ordningen blev indført. Til gengæld viser de seneste tal, at landsgennemsnittet for tilmeldte husstande er 8%. Dette er fortsat et tal,

der er til at leve med, men det må ikke blive meget højere. De 8% rummer dog store variationer, idet det i flere af de større danske byer er hver tredje, der siger nej-tak til den ugentlige lokalavis, mens forstæderne og provinsen i mange tilfælde blot har et par procent, der fravælger lokalavisen. De seneste tal er tilgængelige på Ugeavisernes website. Ordningen er i gang med at blive evalueret og Ugeaviserne har i den forbindelse lagt vægt på, at den planlagte gentilmelding hvert andet år opretholdes. Det er vigtigt, at nej-tak ordningen ikke bliver en uendeligt voksende liste, ligesom Robinsonlisten, der som bekendt er husstandenes mulighed for at fravælge uanmodede henvendelser både i form af telefonsalg og direct mails og som i dag har over 900.000 adresser. Det er vigtigt, at de danske husstande får mulighed for at genoverveje, om de nu er tilmeldt den rigtige ordning og at der jævnligt bliver ryddet op i forkerte klistermærker, fraflytninger og ændrede behov hos forbrugerne. Et sted, hvor ordningen dog har vakt undren, er de steder, hvor nej-tak listen viser en stigning i husstande, der ikke skal modtage den lokale ugeavis, mens Post Danmark fortsat får leveret og fakturerer for et lidt større antal husstande. Det betyder, at der enten er fejl i Nej-tak listerne eller i Post Danmarks fakturering. Begge dele er uacceptabelt og Ugeaviserne har fokus på problemet.

En aflægger af nej-tak ordningen har været den øgede fokus på indstik, som jeg sidste år i beretningen fokuserede meget tydeligt på. Et fokus, der har slået igennem i foreningen, idet der gennem året flere gange har været refereret til ”formandens henstilling fra talerstolen”. Jeg vil gerne her

repetere, hvilket Forbrugerombudsmanden også har gentaget flere gange, at der ingen tvivl er om, at indstik som udgangspunkt er lovlige, blot man kan udlede af indstikket, at det er kommet sammen med avisen. Det er dog UGEAVISERNEs opfattelse, at der ikke blot skal tages hensyn til retningsliniernes ordlyd, men også deres ånd. Det er således i branchens interesse ikke at udfordre de frivillige retningslinier, der er forhandlet på plads ved konsekvent og tilbagevendende at påtvinge læseren noget, som læseren som udgangspunkt ikke ønsker. Dermed ikke være sagt at der ikke kan være enkeltstående tiltag, udgivelser eller andre initiativer, der vurderes som relevant at bringe som indstik i sin avis, men det bør være evident, at hvis der kommer for mange reklamer ind af brevsprækken i de husstande, der har valgt den "lille" ordning, så vælger de bare den store og det er ikke i hverken enkeltmedlemmers eller branchens interesse.

[Post liberaliseringen, Post Danmark og Distributionsudvalget ]

Ugeavisernes Distributionsudvalg har siden etableringen sidste år beskæftiget sig med såvel Post Danmark som med de generelle udfordringer, som lokale aviser står med i relation til omdeling.

Samarbejdet med Post Danmark har jo aldrig været noget kærlighedsforhold, men med den kommende postliberalisering, hvor lovteksten tydeligvis er skrevet hos postvæsenet i Tietgensgade og tilsyneladende er videreformidlet i uredigeret form til Transportministeriet, er der næppe tale om nogen umiddelbar forbedring i dette fornuftsægteskab.

EU-liberaliseringen betyder, at Danmark senest 1.januar 2011 skal ændre

den gældende postlov, der giver Post Danmark eneret på omdeling af breve på op til 50 gram. Eneretten er i den nuværende postlov kombineret med en beforderingspligt, der f.eks. forpligtiger Posten til at bringe post ud i hele landet til alle husstande til ensartede priser seks dage om ugen.

Den planlagte liberalisering ser meget overraskende ud til rent faktisk at blive dyrere for visse brugere og samtidig indeholder lovforslaget et mærkværdigt forslag om, at konkurrerende distributionsselskaber skal sende penge til det selskab, som har den egentlige beforderingspligt.

Elementer der hænger meget dårligt sammen med, at Post Danmarks kvalitet langt fra er på samme niveau som for bare få år siden. Faktisk har dagbladernes distribution i form af Bladkompagniet og DAO overhalet Post Danmark idet reklamationsprocenten her er ca. 0,25%, mens den hos Post Danmark er 0,3%, når man kigger på reklamationer over udeblevne aviser. Post Danmarks egne kvalitetsmål i form af rettidighed er i øjeblikket på 97,2% i forhold deres egne mål på 98,5%.

For de lokale ugeaviser er det primært to ting, der skaber udfordringer:

For det første at man tvinges til at blive registreret som postvirksomhed, hvis man vil have mulighed for at få nøgler til de indelåste postkasseanlæg, der bliver mere og mere almindelige i etageejendomme.

Det er altså ikke nok mere at komme ind i opgangen, man skal også ind til de aflåste postkasseanlæg.

For det andet, at den geografiske prisdifferentiering, som lokalaviserne kender som by- og landpriser nu også kan blive muligt på

dagbladsområdet, hvilket vil sætte langt højere fokus hos Post Danmark på

dette spørgsmål og dermed vil skabe mulighed for, at de i større udstrækning end i dag benytter denne parameter i deres prissætning. Blandt de mere lavpraktiske forslag, der kan skade lokalavisernes læserdækning, er bestemmelser om, at der skal opsættes postkasser ved alle private beboelser i skellet til offentlig vej, så posten ikke længere bæres ind til villaer og rækkehuse.

Vi prøver energisk gennem Ugeaviserne og Ugeavisernes distributionsudvalg at udøve pres på medieordførerne og ministeren for at stoppe dele af lovforslaget. Dette koordineres med en række øvrige foreninger med interesser for området.

[Foreningens sager]

I løbet af året har Ugeaviserne udover de væsentlige spørgsmål om nej-tak ordning og Postlov, beskæftiget sig med en række sager af vital interesse for alle medlemmer. For det første sagen om Vestforbrænding, hvor en kommunalt ejet forbrændingsanstalt pludselig tog initiativ til en affaldsreducerende kampagne, der skulle gå efter den store mængde adresseløse forsendelser som de 400.000 husstande i Vestforbrændingsopland fik i løbet af et år. Ugeaviserne rettede henvendelse til Vestforbrændings direktør og de 19 borgmestre og tekniske chefer i Vestforbrændings ejerkreds. Vestforbrænding viste forståelse for sagen, men henviste til deres opgave som affaldsrådgivende institution i forhold til kommunerne. Flere af de kontaktede kommuner udtrykte ligeledes bekymring for resultatet af et sådan tiltag og ønskede ikke at være med i kampagnen. Det lykkedes desuden at få god kontakt til projektledelsen hos

Vestforbrænding, der var meget lydhør overfor den skelnen, der lå mellem adresseløse forsendelser og reklameaviser. I den endelige udgave af projektet er der således alene sat fokus på ”reklamer – nej-tak”, idet – som de skriver i ideoplægget – lokalaviser er en væsentlig kanal til formidling af information i lokalsamfundet, og det er samtidig i mængden af reklamer, at det største potentiale findes.

Derudover har året i den grad været præget af at der nu for alvor er blevet sat fokus på miljøbevidsthed, bæredygtighed etc. Derfor var det også nødvendigt at reagere, da miljøministeren Karen Ellemann opfordrede til at sige nej til tilbudsaviser og da hun gik ud med en *Brugmere spildmindre-kampagne*, der blandt andet fokuserede på adresseløse forsendelser. Ugeavisernes rettede henvendelse til Miljøministeren blandt andet med budskabet om, at ministeren herigennem opfordrede borgere over hele landet til at frasige sig muligheden for at følge med i det lokale demokrati, det lokale kulturliv og understøtte det lokale handelsliv.

Ministeren tog imod Ugeavisernes opfordring om et møde med sekretariatet og det gav god lejlighed til at fortælle ministeren lidt om de undersøgelser, der peger på, at internettet langt fra altid vinder, når man sammenligner miljøbelastning og at de lokale ugeaviser er med til at skabe et lokalt handelsmiljø og derved fastholder omsætning i lokalområderne og ikke nødvendiggør at køre i bil til de større indkøbscentre. Fokus omkring miljø, bæredygtighed og papirforbrug er næppe overstået og dette bliver et af de områder, som Ugeaviserne fortsat ville holde skarpt øje med i det kommende år.

Mødet med miljøministeren var desuden en kærkommen lejlighed til at lufte de bekymringer, som foreningen har i forhold til det afbureaukratiseringsværktøj, som flere og flere kommuner bliver bekendt med – nemlig Udfordringsretten. Retten til at udfordre den gældende bureaukratisering i relation til elevplaner, institutionsrapporter og plejehjemsdokumentation er blevet et cover-up for kommunerne til at omgå den gældende lovgivning i bl.a. Planloven og derved reducere informationen til borgerne om u hensigtsmæssige, miljøskadelige eller blot uvelkomne kommunale projekter og forslag i form af færre eller ingen annoncering. Dette spørgsmål blev også vendt med miljøministeren, der godt kunne se problematikken og nøje ville overveje, hvordan fremtidige ansøgninger om dispensation skulle behandles samt inviterede Ugeaviserne med i den kommende evaluering af den såkaldte Udfordringsret på det miljømæssige område.

Foreningen reagerer dog ikke alene på steminger og tiltag udefra. På bestyrelsesmødet i februar valgte bestyrelsen at igangsætte et analysearbejde, der skulle kortlægge hvordan ugeavissituationen i Danmark er, sammenlignet med andre europæiske lande. Sekretariatet har besøgt en række ugeaviser og branchesammenslutninger i bl.a Tyskland, Østrig og Schweiz. Resultatet af denne undersøgelse afventer den endelige rapportskrivning, men der er ingen tvivl om, at såvel vores egne lokalaviser som de andre landes ugeaviser kunne have glæde af et mere formaliseret erfaringsudvekslingssamarbejde. De foreløbige konklusioner viser, at en række af de øvrige europæiske lande - specielt de germansk

talende – har et veludviklet ugeavismarked, hvoraf flere af publikationerne ligner de danske i form, indhold og opbygning. For mange er dog specielt den danske læserbrevskultur et nyt bekendtskab, ligesom de kigger misundeligt på annoncesalgssamarbejdet. Senere på året vil Sekretariatschefen offentliggøre rapporten, der sammenligner på tværs af landene på en række faktorer.

[Ugeavisernes Årspris]

Tilbage i egen andedam kan Ugeavisernes Årspris i år fejre fem-års fødselsdag . Dommerkomiteen har været på hårdt arbejde. Både fordi mange flere indsendte bidrag end sidste år skulle bedømmes, men også fordi kvaliteten har været utroligt høj. Ugeavisernes Årspris bliver i højere og højere grad et udtryk for, at der bliver lavet rigtig meget god journalistik rundt omkring i landet. At der udføres lokaljournalistik med hjerte og hjerne og at der findes mange eksempler på, at en del af ugeaviserne i høj grad har opmærksomheden rettet mod, hvordan de kan spille en aktiv rolle i lokalsamfundet. Når Ugeavisernes Årspris for femte gang uddeles i eftermiddag, vil der være guld, sølv og bronze til en række rigtig gode eksempler på, hvad der er god journalistik i de lokale ugeaviser.

[Seminaret]

For andet år i træk er denne Generalforsamling en optakt til et stort fælles seminar for DLU og UGEAVISERNE. Seminaret fik mange gode kommentarer med sidste år samt en række punkter, hvor der var plads til forbedring. UGEAVISERNE og DLU håber, at de tilmeldte deltagere vil

få en udbytterig, underholdende og nærværende dag, hvor der bliver tanket op på både den faglige og sociale front. I hvert tilfælde har ikke mindre end 120 medarbejdere fra såvel redaktionen som salget tilmeldt sig og vi håber, at de alle må få en interessant dag i Kolding.

[UGEAVISERNE og samarbejdspartnere]

Seminaret er langt fra det eneste sted hvor Ugeaviserne samarbejder med andre foreninger og organisationer. F.eks. har DLU og Ugeaviserne også indledt et samarbejde, der ved at inddrage medlemmernes erfaringer, ved brug af desk research og målrettede analyser, skal forsøge at kortlægge, hvorfor de lokale ugeaviser oplever en faldende dækning blandt specielt de 30-39 årige. Arbejdet skal resultere i en række værktøjer, der kan fungere som inspiration for medlemmerne i det videre arbejde med at udvikle de danske lokale ugeaviser. I det hele taget har DLU og UGEAVISERNE på en række punkter intensiveret deres samarbejde i et fælles mål om at skabe større opmærksomhed om mediegruppen og styrke de lokale ugeavisers position på markedet.

Derudover samarbejdes der i Danske Mediers Forum, der primært laver fælles interessevaretagelse på spørgsmål om redaktionelle rammevilkår, uddannelsesmæssige tiltag, samt konferenceaktiviteter. Senest har Danske Mediers Forums skarpt kritiseret, hvordan implementeringen af den digitale tinglysning - udover de allerede kendte problemer har medført en forringelse af journalisters mulighed for at trække oplysninger ud af systemet til brug for redaktionernes arbejde med at følge ejendomsmarkedet og udviklingen i lokalområdet. Danske Mediers Forum

er fortsat i dialog med Justitsministeren og Domsstolsstyrelsen for at finde en acceptabel løsning på dette problem.

Et andet sted, hvor Danske Mediers Forum har lagt et stort stykke arbejde er i journalisterne ret til at lave liveblogging fra retssalen. I forbindelse med ugeavisernes fortsatte styrkelse af deres webinitiativer vil dette værktøj – som det i dag er tilfældet for dagbladene – bliver af større og større relevans.

Endelig er det gennem Danske Mediers Forum, at Ugeavisernes uddannelsesmæssige indsats primært er koncentreret. Vigtigt her har været debatten omkring praktikken for studerende fra de tre journalistuddannelser i Århus, Odense og Roskilde.

Efter en række år med overskud af praktikpladser har den anstrengte økonomi hos mange medier betydet, at der udbydes færre praktikpladser samtidig med, at antallet af studerende er steget. Derfor mangler der nu praktikpladser - men paradokset er, at det samtidig er svært at få studerende til at søge praktikpladser uden for de store byer og hos mindre medier. Det er en udvikling, også flere lokale ugeaviser har mærket.

Danske Mediers Forum har opfordret uddannelserne til at gøre en indsats for at synliggøre de lokale medier i undervisningen, så de studerende kan se, at der her er journalistisk spændende og lærerige arbejdspladser. Det skulle gerne føre til, at det ikke kun er de kendte landsdækkende nyhedsmedier, som de studerende søger imod.

Et andet fokusområde uddannelsespolitisk for Danske Mediers Forum er gennem mediernes repræsentanter i bestyrelsen for

uddannelsesinstitutionerne, at styrke efter- og videreuddannelsen, så vores medarbejdere er i stand til at klare udfordringerne blandt andet i forhold til den digitale udvikling.

UGEAVISERNEs interesser varetages også via engagement og tilstedeværelse en række andre steder. Sidste år rummede beretningen således en kort præsentation af et udviklingsarbejdet i Dansk Oplagskontrol. Et arbejde, der i år er mundet ud i ansættelsen af en ny direktør, der bl.a. har til opgave at få moderniseret dataindsamlingen og videreformidlingen til Dansk Oplagskontrols kernemålgrupper herunder de lokale ugeaviser i Danmark.

Men også i Copy-Dan sammenslutningen, Mediernes Kontaktudvalg og Pressenævnet sidder UGEAVISERNE med eller er repræsenteret sammen med de øvrige store mediegrupper.

[Afslutning]

Det har således været et år, hvor foreningen både har profileret de lokale ugeaviser udadtil, ligesom der er blevet arbejdet på de indre linier.

Sekretariatet er således ved at lægge allersidste hånd på foreningens nye website. Et website, der i princippet har været klar længe, men da det har været en større opgave at få samtlige medlemmers data, websites, avisforside etc. indarbejdet i det samlede lay-out er det først her til morgen, at Ugeaviserne.dk viser sig fra en ny vinkel. Sitet er blevet udbygget og rummer således nu en åben offentlig del, der gerne skulle profilere de enkelte medlemmer tydeligere, ligesom ugeavisernes indlæg,

pressemeddelelser og øvrige holdningstilkendegivelser gerne skulle fremstå stærkere. Samtidig er der blev bygget en ”medlemmerne-only”-del, der rummer orienteringer, udsendelser, medlemsrådgivning samt henvisning til relevante love og bekendtgørelser etc. Målet er, at sitet vil blive et naturligt sted for alle medlemmer at søge information, der skal bruges i vores daglige arbejde med redaktionelle, kommercielle og distributionsmæssige udfordringer.

Afslutningsvist skal jeg blot takke mine bestyrelseskollegaer og ikke mindst de, der i løbet af året lægger yderligere arbejdsindsats i såvel distributionsudvalg som dommerkomité, ligesom jeg gerne vil takke for det gode samarbejde med de øvrige foreninger i Pressens Hus herunder specielt Danske Dagblades Forening.