

# KVALITETSJOURNALISTIKK I OMSTILLINGSTIDER

Innlegg på NRs høstmøte 5. november 2012  
Stig Finslo, Amedia



# AMEDIA – UTGIVER AV LOKALE MEDIER

- Eier 64 utgiverselskap spredd over hele landet.
- Publiserer 77 avistitler med tilhørende digitale utgivelser.
- Har 1100 fast ansatte redaksjonelle medarbeidere.
- Amedias lokale mediehus når fram til 2,4 millioner mennesker daglig.



# AMEDIA – FOKUS PÅ KJERNEVIRKSOMHETEN

**TIL STEDE.  
ENGASJERT.  
HVER DAG.**

**MANGFOLDIG.  
TROVERDIG.  
HVER DAG.**



**TETT  
PÅ  
LIVET.  
HVER  
DAG.**



**VI BRYR  
OSS OM  
OG MED.  
HVER  
DAG.**

**NYE IDEER.  
HVER DAG.**

## UTGIVERERKLÆRINGEN

” Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressfriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.

Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjement og rettsikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare mediernes uavhengige rolle.

Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimesse stædet og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.

Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktorplakaten og Vær Varsom-plakaten.

Amedia forsvare på dette grunnlag den enkelte redaktors frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktor skal utøve sitt redaktoransvar fritt i forhold til eiendomme, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.

**KORTREISTE  
NYHETER.  
HVER DAG.**



# TYDELIG PUBLISISTISKE STÅSTED

---

- Amedia er forpliktet til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn.
- Amedia skal fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, utvikle mediemangfoldet og forsvare medienes uavhengige rolle.
- Amedia respekterer den enkelte publikasjons identitet, grunnsyn, lokale tradisjon og egenart. Amedia vil som utgiver stimulere den enkelte publikasjon til å dyrke sitt publisistiske, lokale og verdimeslige ståsted og utvikle troverdige, relevante produkter og tjenester.
- Amedia skal styrke og verne den enkelte redaksjons frihet og integritet, meningsmangfoldet og de publisistiske verdiene uttrykt i Redaktørplakaten og Vær Varsom plakaten.
- Amedia forsvare på dette grunnlag den enkelte redaktørs frie og selvstendige rolle og publiseringsansvar. Den enkelte redaktør skal utøve sitt redaktøransvar fritt i forhold til eiere, politiske, ideologiske og økonomiske interesser.

# DEN VIKTIGE JOURNALISTIKKEN

---

- > **Våre redaktører sier:** Den viktige journalistikken er det redaksjonelle bearbejdede innholdet som daglig blir kommunisert til lesere og brukere gjennom redaksjonelle produkter - og som er lokal, nær, unik, relevant og nyttig for både lesere, brukere og samfunn.
- > Viktig journalistikk holder høy faglig kvalitet, setter dagsorden og er både troverdig, kritisk og engasjerende.
- > **Våre lesere/brukere sier:** Den viktige journalistikken er profesjonell, holder høy kvalitet og ivaretar pressens samfunnsoppdrag. Men den viktige journalistikken skal også fungere som en positiv kraft i lokalsamfunnet, støtte opp under lokal patriotisme og bringe frem de gode, positive historiene for å bygge lokal stolthet og identitet.

# VÅR ROLLE SOM EIER/UTGIVER

---

- > Sørge for at det blir utgitt et mangfold av relevante, uavhengige redaksjonelle publikasjoner på flest mulig steder.
- > Verne om og utvikle disse publikasjonene på best mulig måte.
- > Redaksjonell kvalitet er en forutsetning – både for våre ideelle og kommersielle mål.

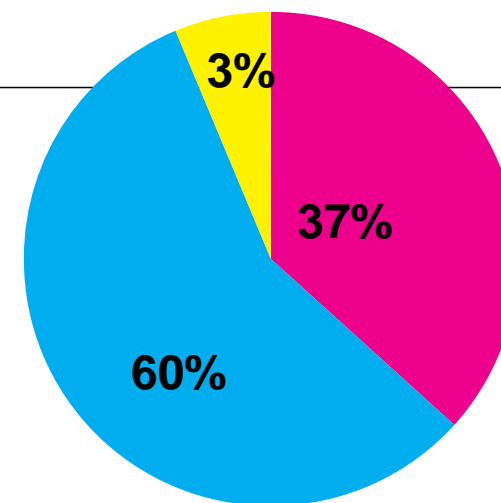
# KVALITETSJOURNALISTIKK MÅ FINANSIERES

Den årlige veksten i mediehusenes kostnadene finansieres ikke lenger av tilsvarende vekst i brukermarkedet og annonsemarkedet.

Eksempel A-pressen:

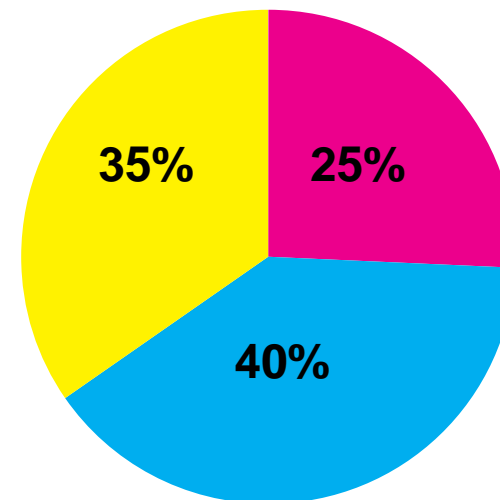
- I 2011 hadde A-pressen 51 millioner kroner lavere inntekter fra opplag og reklame enn i 2008!
- Å finansiere et vanlig lønnsoppgjør koster mediehusene 30 millioner kroner.

Mediehus inntekter



■ opplag ■ annonser ■ annet

Mediehus kostnader



■ varer ■ lønn ■ annet

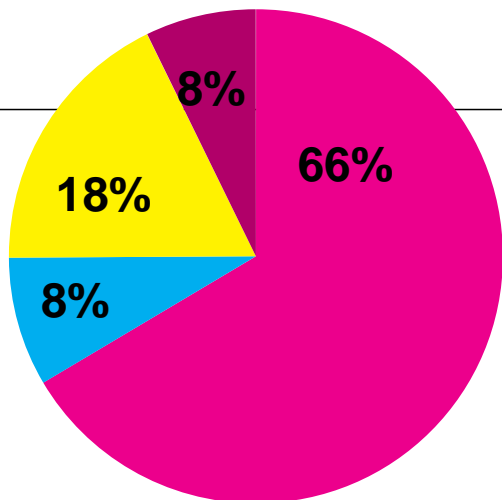
# UTFORDRINGEN

---

- > Spørsmålet er ikke om det må kuttes kostnader.
- > Spørsmålet er hvordan vi gjør det?

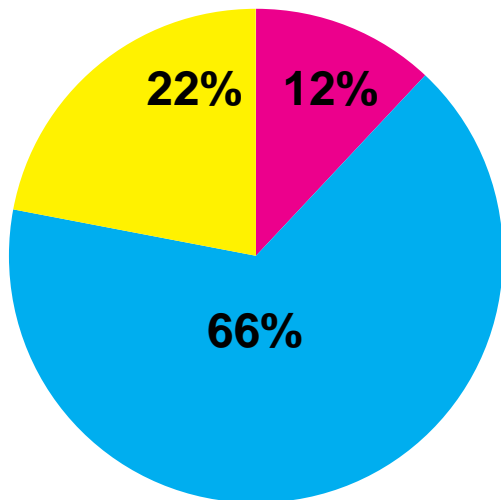


# HVORDAN SIKRE KJERNEN MED MINDRE RESSURSER?



■ Redaksjon ■ kundesenter ■ Marked ■ grafisk prod

## Redaksjonelle funksjoner - fordeling



■ Ledelse ■ Innhold ■ Produksjon

To av tre ansatte i mediehusene jobber i redaksjonell linje.

Eksempel Edda Media:

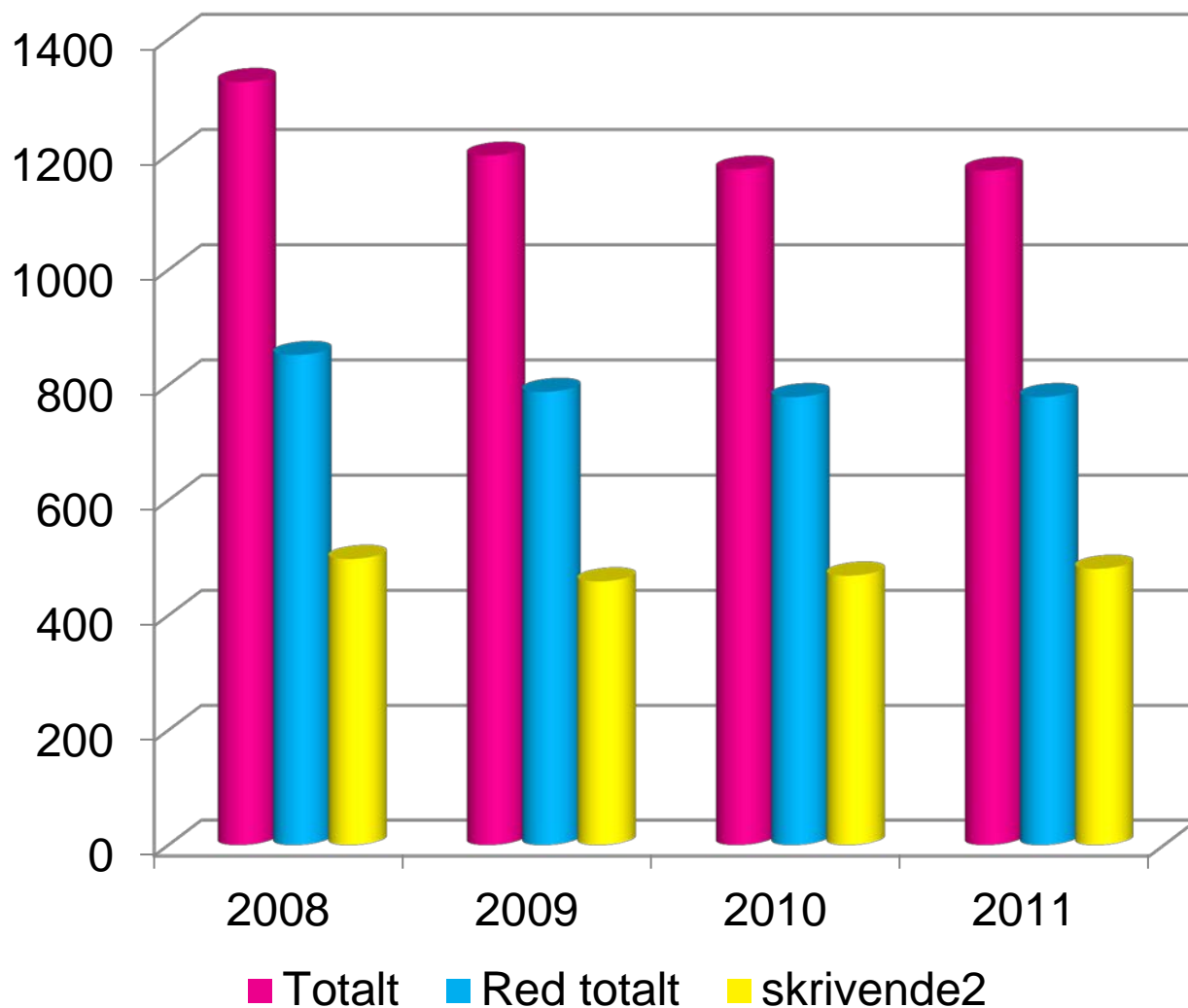
- I prosjektet «Den viktige journalistikken» ble det kartlagt at
- to av tre redaksjonelle årsverk var «skrivende».
- Ett av fem årsverk ble brukt til redaksjonell sideproduksjon.

# DETTE HAR VI GJORT I VÅRE MEDIEHUS SIDEN 2008

Bemanningen  
redusert med 154  
årsverk.

17 av disse er  
skrivende årsverk.

UTVIKLINGEN AV ÅRSVERK I A-PRESSENS MEDIEHUS

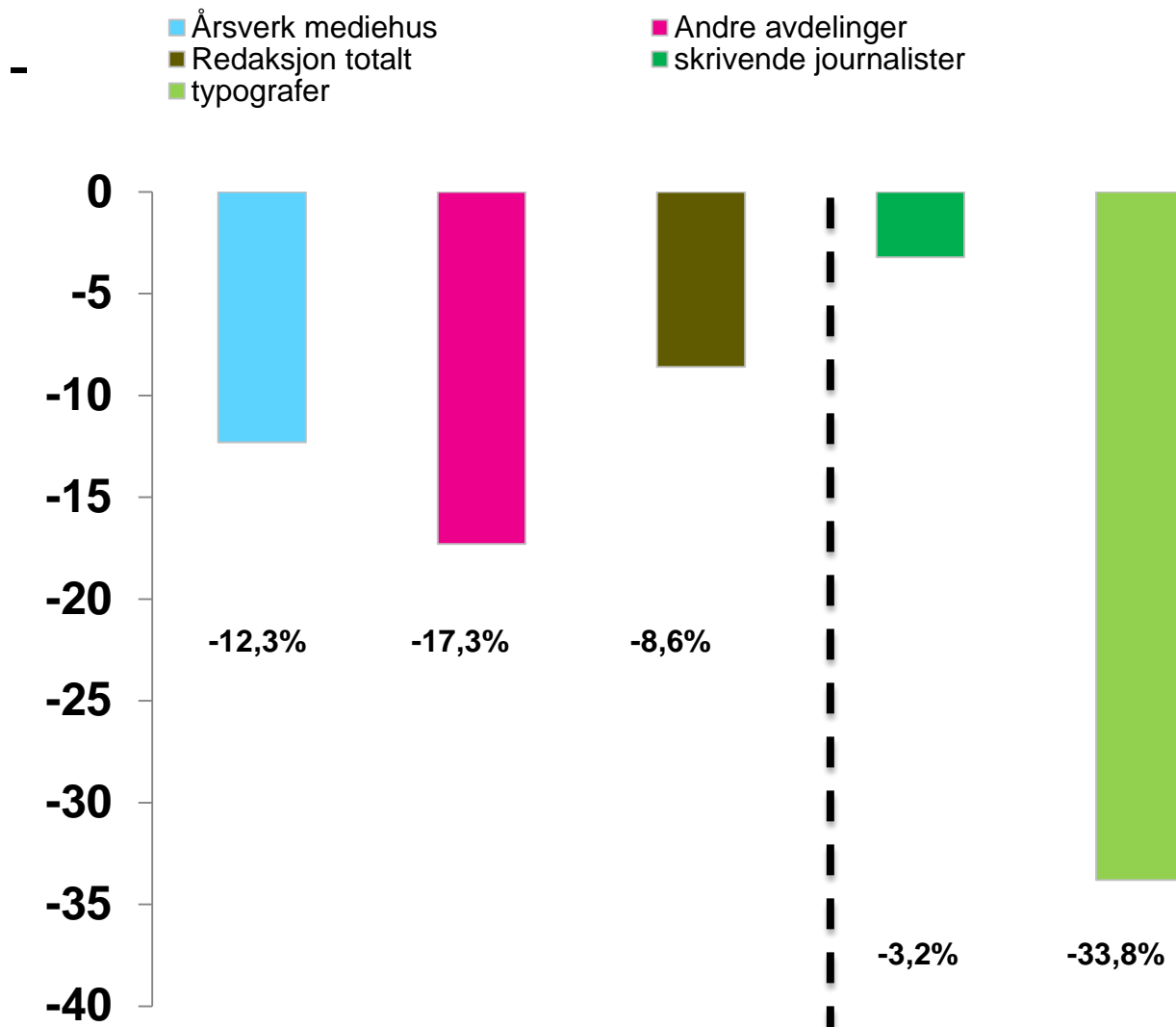


# DETTE HAR VI GJORT I VÅRE MEDIEHUS SIDEN 2008

Bemanningen i A-pressen og Edda Medias mediehus redusert med 254 årsverk – eller med 12,3%.

Effekten er «skjevfordelt».

## UTVIKLINGEN AV ÅRSVERK I MEDIEHUSENE I AMEDIA 2008 - 2011



# OG SLIK HAR VI TENKT...

---

## > Sentralisering = effektivisering

### • Hittil:

- Trykk
- Distribusjon
- Økonomitjenester
- IT drift
- Kundeservice
- Annonseproduksjon
- Nasjonalt annonsesalg
- HR

### Nå:

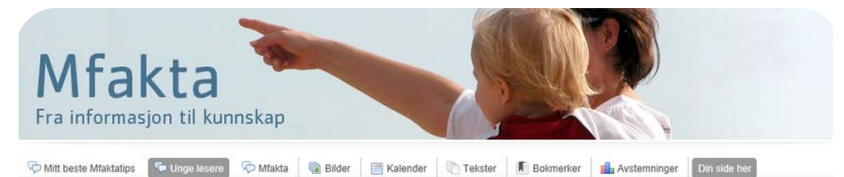
- Redaksjonell sideproduksjon
- Ledelse mediehusene (økonomi, salg og opplag)
- Ytterligere synergier innenfor kundeservice og nasjonalt annonsesalg.

# REDAKSJONELL STØTTE FRA SENTRALT HOLD

- **Sentralisering = innovasjon, utvikling, økt kvalitet**
  - Amedia Utvikling har 60 medarbeidere med redaksjonell, kommersiell, digital og teknisk spisskompetanse.
  - Tilfører mediehusene nye produkter og tjenester – som de ikke kunne ha utviklet på egenhånd.
  - Gjennomfører analyse og markedsundersøkelser – gir økt kunnskap og bidrar til lokalt forbedringsarbeid.
  - Koordinerer fellesprosjekter / tiltak på tvers av mediehusene:

## Eksempler:

- Postjournalgruppe / gravegruppe på tvers av mediehus.
- Felles avtaler; live fotball
- Digital coaching.
- Tekniske løsninger på lokale ideer; Bandwagon



## Har du gjort noe bra som du kan dele med andre?

Amedias ressursutvalg for unge lesere er i ferd med å revidere "Konsept Ung Leser" (KUL). Her finner du blant annet en verktøykasse med helt konkrete tips, ideer og eksempler til hvordan du kan arbeide mot ungdom og unge voksne.

Nå leter vi etter nye eksempler til denne verktøykassen.

Har din avis gjort noe bra i forhold til å rekruttere unge lesere vil jeg gjerne høre fra deg. Det er en fordel, men ikke et krav, om tiltaket har målbar effekt.

Har du gode eksempler du vil dele med resten av kosemet, [send meg et skjembrev!](#)

Visst 6 ganger. Følges av 1 person.

Del med andre Skriv ut

Anders Nyland Sjefredaktør  
lørdaag 13. oktober kl 14 for Medlemmer [Bral fra Christian Semning Andersen og Anne Jacobsen](#) Bra?  
[Sjefredaktør](#) [Sjefredaktør](#)



# amedia

**Amedia AS**

Akersgata 47/49

Postboks 1168 Sentrum, NO-0107 Oslo

Telefon +47 22 00 90 00

[www.amedia.no](http://www.amedia.no)

