

# Danske Dagblades Forening

---

ÅRSBERETNING 1. JULI 2008 TIL 30. JUNI 2009

## Medlemmer af DDFs bestyrelse

Chefredaktør, adm. direktør  
Jens Bebe (formand)  
Horsens Folkeblad

Ansvh. chefredaktør og koncernchef  
Lisbeth Knudsen (næstformand)  
Berlingske Media

Adm. direktør  
Lars Henrik Munch (næstformand)  
JP/Politikens Hus A/S

Adm. direktør  
Poul Erik Andersen  
Fynske Medier P/S

Chefredaktør, adm. direktør  
Erik Bjerager  
Kristeligt Dagblad

Chefredaktør  
Ole Dall  
Skive Folkeblad

Direktør  
Per B. Jørgensen  
Midtjyske Medier

Chefredaktør, adm. direktør  
Torben Dalby Larsen  
Sjællandske Medier A/S

# Indhold

---

## Danske Dagblades Forening

Et år med alvor	3
Markedet er hårdt ramt af finanskrisen	8
Avisen i Undervisningen	10
Årets Avisside	11
Årets Avisside – nordisk 2009	11

---

## Æresmedlemmer

Redaktør Thyge Madsen

## Direktion

Adm. direktør Ebbe Dal  
Vicedirektør Thomas Rønnow



# Et år med alvor

I DDF's rapporteringsperiode fra juli 2008 til juni 2009 har hele verden ændret sig mere end nogen havde kunnet forudse.

Annoncekonjunkturene er et af de sikreste og tidligste konjunkturbarometre, og set i bakspejlet kunne hele samfundet have haft nytte af at følge situationen, da annoncenedgangen satte ind i begyndelsen af 2008 og med fuld kraft fra 2. kvartal. For tiden ligger niveauet 25-30 % under dagligt vande.

For dagbladene var omvæltningernes tid imidlertid allerede sat ind for længst, da annoncemarkedet begyndte sin nedtur. En ting var, at to hektiske år med indædt konkurrence med gratisavisen Nyhedsavisen sluttede med avisens sammenbrud. Indsatsen på internet er naturligvis afgørende vigtig. Det er selvfølgelig hævet over enhver tvivl, at internettet har en afgørende rolle at spille for dagbladene i fremtiden, også selvom andre nye medieformer vil opstå. Mediets hurtighed og fleksibilitet, dets mulighed for at bringe uanede mængder af dokumentation og dets evne til at kombinere tekst, billede og lyd betyder, at internet er en afgørende del af fremtiden. Det gælder i forhold til alle aldersgrupper, men jo ikke mindst i forhold til de yngre generationer.

Dagbladene er tungt repræsenteret blandt de websteder, der kan betegnes som medier. Af de tyve største websites på nettet er 7-8 medier, og af disse har alle undtagen DR's og TV 2's dagbladsudgangspunkt.

Men selvom dagbladsvirksomhederne er blandt de fremmeste til at udnytte internettet og har de største markedsandele på lokalradio, så er det fortsat suverænt indtægterne på selve dagbladene suppleret med ugeaviser, der er bærende for virksomheden.

## Dagbladsstøtten er afgørende

I det lys har det i det forløbne år været afgørende for dagbladene at skabe politisk forståelse for, at de eksisterende støtteordninger er af afgørende betydning for branchens overlevelse. Og ikke blot for dagbladsbranchen i snæver forstand, men for hele mediefeltet, der i så høj grad fortsat har dagbladene som centralt element i den journalistiske fødekæde.

Dagbladene i al væsentlighed har to subsidier: 0-momsen på bladsalg, støtte til distribution af aviser, og dertil kommer en pulje, der administreres af Dagbladsnævnet.

Ordningerne har i almindelighed til formål at fremme avislæsningen og udbredelsen af avi-

ser. 0-momsen reducerer den pris, kunderne ellers skulle betale, med 20 %. Distributionsstøtten er en økonomisk hjælp til distributionen, men gives på betingelse af, at dagbladene leverer til samme pris uanset adressen i Danmark. Det indebærer naturligvis, at der også skal distribueres mange urentable abonnemeter. Dagbladsnævnet kan holde en (lille) hånd ind under dagblade i økonomisk udføre og give penge til udviklingsplaner.

I september 2008 kom midtvejsrapporten fra den arbejdsgruppe, som kulturministeren i 2006 havde bedt beskrive og evaluere den samlede mediestøtte. Rapporten rummede ingen konklusioner, men var hovedsagelig en kortlægning af den nuværende situation. Af den eksisterende mediestøtte på 6 mia. kr. tager DR naturligvis hovedparten, nemlig lidt under 4 mia. kr., medens dagbladenes ordninger er beregnet til omkring 1,5 mia. kr.

Inden det nye folketingsår er omme, skal mediepolitikkerne efter alt at dømme indgå aftale om, hvordan mediernes subsidier skal fordeles og håndteres i en kommende periode, der sandsynligvis som vanligt bliver fireårig. Danske Dagblades Forening har i det forløbne år gjort en

stor indsats for at bibringe alle relevante mennesker en nuanceret forståelse af, hvorfor det er afgørende, at der ikke røres ved den eksisterende støtte til dagbladene. Dagbladene er stadig suverænt den største journalistiske arbejdsplads, og det output, der produceres på redaktionerne, er i største udstrækning fundament for, hvad andre medier bringer for stof.

I oplysningsmaterialet har også indgået en bogudgivelse, der under titlen "Danske Medier" giver et indblik i struktur og balance i den danske medieverden og dokumenterer oplysningerne med et omfattende talmateriale. DDF har med bogen haft til hensigt at skabe en neutral oversigt, hvorfor den tidligere rektor for Danmarks Journalisthøjskole, Kim Minke, blev valgt som forfatter. Bogen rummer tillige et klart markeret afsnit med DDF's synspunkter. Den er sendt til en bred modtagergruppe og kan rekvireres i DDF.

En vigtig sidehistorie i forbindelse med distributionsstøtten er tilkendelsen af støtte til gratisaviserne MetroXpress og 24timer, der skete for første gang i år. De fik begge maksimumbeløbet 17 mio. kr. Urban havde afholdt sig fra at søge, men vil naturligvis ikke undlade det, når muligheden for det viser sig at

være der. Det vil til næste år betyde, at distributionsstøtten lænses for omkring 15 % af det samlede beløb. DDF finder, at kriterierne for, hvad der kan opfattes som abonnement, ikke er opfyldt af gratisaviserne. Foreningen har meddelt kulturministeren, at DDF ganske vist ikke beder om flere midler eller støtteordninger, men at den udhuling af distributionsstøtten, ydelsen til gratisaviserne forårsager, må forhindres ved enten at fjerne gratisaviserne fra ordningen eller lægge disses støttebeløb oven i den hidtidige sum.

### Grænser for public service

Et andet område, hvor DDF har været aktiv for at sikre rimelige vilkår for dagbladene, er internetområdet. DDF har også her perspektiveret sine synspunkter gennem en publikation, "I konkurrence med staten – DR truer dagbladene på nettet".

DF har her haft tre hovedbudskaber.

For det første har det været et mål at få nedlagt DRs kommunewebsites, som i stor udstrækning har anvendt stoffet fra de lokale dagblades web som livsgrundlag. Det var en stor glæde for Foreningens medlemmer, at kulturminister Carina Christensen og kulturordførerne før sommerferien enedes om

at stoppe denne aktivitet.

For det andet var DR's portaler på f.eks. sundhedsområdet ikke blevet tjekket med den værditest, som egentlig har været en forudsætning for, at DR starter nye initiativer siden den nuværende radio- og fjernsynslov trådte i kraft i 2007. Også dette imødekom mediepolitikkerne.

For det tredje har dagbladene det synspunkt, at værditesten skal udbygges fremover, så den vurderer det formentlige brugerudbytte af en ny tjeneste, samtidig med at der gennemføres en konkret vurdering af, hvilken kommerciel betydning, DR's nye aktiviteter vil få for markedets øvrige aktører. Mønstrer er set i England, og indtil videre er der tegn på, at politikkerne ønsker at se nærmere på disse muligheder under vinterens arbejde med den næste mediaaftale. I EU arbejdes der tillige med en meddelelse om statsstøttereglernes anvendelse på public servicemedierne. Meddelelsens indhold ventes at blive til støtte for sådanne test.

### Ytringsfriheden og åbenhed

Helt centralt i Foreningens arbejde står bestræbelserne på at beskytte ytringsfrihed og pressefrihed og udvide rammerne for redaktionernes virksom-

hed. Der arbejdes på flere fronter, både i relation til friheden til at skabe det bedst mulige indhold og til at beskytte de ophavsretlige interesser.

Efter syv års arbejde bårsler regeringens offentlighedskommission i efteråret 2009 med en omfattende betænkning, der vil komme til at danne baggrunden for en revision af offentlighedsloven, der ikke er ændret siden 1980'erne. På skrivende tidspunkt er materialet endnu ikke frigivet, men det kan uden at røbe for meget slås fast, at der lægges op til en række betydelige forbedringer af adgangen til aktindsigt og behandlingen af anmodninger herom. DDF har i samarbejde med en række andre medieorganisationer, DR, TV 2/Danmark m.fl., gjort en stor indsats for større åbenhed, og selvom ikke alt er lykkedes, er der langt hen ad vejen skabt forståelse mellem på den ene side mediesiden i kombination med repræsentanter for offentligheden og på den anden statens, regionernes og kommunernes medlemmer af Offentlighedskommissionen. Det bliver en af de kommende års store opgaver at følge op på betænkningen, når dens resultater skal udmøntes i lovgivning.

Også i samarbejdet med domstolene er der nået

resultater. Der er nu givet mulighed for, at medierne kan få flere oplysninger på domstolenes retslistor, og der vil blive oprettet en særlig adgang for pressen til at få de elektroniske retslistor i uanonymiseret form. At den bærbare pc, mobiltelefonen m.m. er vigtige arbejdsredskaber er ligeledes blevet anerkendt af domstolene, idet de ellers så restriktive regler om medbringelse af teknisk udstyr i retssalene kan lempes for journalister, ligesom disse kan få tilladelse til at transmitere tekst fra retsmøderne. DDF har en god forståelse med Domstolsstyrelsen om disse sager.

Der har i årets løb været en vis debat om det redaktionelle ansvar i forhold til de nye medieformer, hvor læsere og brugere bidrager med indlæg i forbindelse med blogs og andre former for interaktiv journalistik og debat. Den velfungerende regel, der gælder i dag, er, at så længe redaktionen har lagt artikler og debatindlæg på nettet, er ansvaret som sædvanlig, men gør læseren det selv, f.eks. som kommentar til en blog, er redaktøren fritaget for ansvar, så længe redaktionen ikke er gjort opmærksom på en eventuel lovstridig tekst. Selvom der fra flere sider har været rejst ønske om, at medieansvarsloven re-

videres med henblik på at indskrive digitale medier eksplicit i loven, er der god forståelse mellem DDF og Justitsministeriet om, at den eksisterende ordning virker hensigtsmæssigt. Den går ud på, at netmedier, der ønsker at arbejde under medieansvarsloven i stedet for de almindelige ansvarsregler, kan tilmelde sig til Pressenævnet.

En stor del af ikke mindst de redaktionelle spørgsmål, som DDF arbejder med, behandles med Danske Mediers Forum som afsender. I Danske Mediers Forum arbejder alle betydende medieforeninger samt DR, TV 2/Danmark og TV 2/Regionerne sammen om alt, hvad der er fælles interesse. DDF varetager sekretariatet.

Medens der i forhold til Justitsministeriet og domstolene i et godt samarbejde er ryddet problemer af vejen, arbejder Danske Mediers Forum fortsat med politiet, der gennem de senere år har strammet på mulighederne for, at journalister overværer politiforretninger. Politiet har i nogle år præsenteret medierne for kontrakter, der giver etaten ret til at afgøre alle spørgsmål om reportagevilkårene og det journalistiske udkomme af reportagen. Sagen har været drøftet både lokalt og med rigspolitichefen,

men er ikke løst, og imens breder tendensen sig til, at alverdens foretagender, som medierne ønsker at rapportere om, slår sig på kontraktsskriveri. I nogle tilfælde har det absurde udtryk, som når et fynsk museumscenter, der gøres til genstand for en ukontroversiel portrætudsendelse i tv, ønsker at skrive kontrakt med tv-stationen om, hvad den må og ikke må. Andre situationer har dog et lidt mere forståeligt grundlag, som når f.eks. koncertarrangørerne ønsker hånd i hanke med, hvornår der må fotograferes under en rockkoncert. Her kan ufravigelige krav fra kunstnerne nemlig være afgørende, og det fremhæves af arrangørerne, at begivenhederne finder sted på private områder, f.eks. koncertsale eller stadioner. Men netop her opstår problemerne med at definere, hvor grænsen går mellem hensynet til den private virksomheds domæne og hensynet til offentlighedens interesse.

Dette spørgsmål bliver ikke mindre aktuelt, når det gælder reportage fra sportsbegivenheder. I de glade amatørsportsdage var der fri adgang for pressen overalt. I dag er de fleste sportsbegivenheder forbundet med penge, ofte store penge, og den udvikling medfører, at sportsklubber og -forbund

ser mindre på offentlighedens interesse end på pengepungen. Der sker derfor en imponerende kreativ tænkning i retning af at lægge begrænsninger på reportagefoto og -video, ikke mindst i forhold til mediernes netudgaver, men også i relation til dagbladene. Senest har en række af DDFs medlemmer i sommer været konfronteret med krav fra Divisionsforeningen om betaling af flere hundrede tusinde kroner for at måtte bringe web-tv-indslag fra de områder, hvor fodboldtrænere og -spillere færdes efter kampene. **Sagen blev afgjort sådan og sådan...**

#### **Ophavsretten skal beskyttes**

Et andet felt, hvor redaktionelle interesser jævnligt udfordres, er på ophavsretsområdet. Videogramindustriens og måske især pladeproducenternes kamp mod piratkopiering har gennem de seneste år været dækket grundigt af dagblade og andre medier. Mindre spektakulær, men ligeså principielt betydningsfuld, er DDFs stadige kamp mod store og små foretagender, som ønsker at skabe forretning ved kopiering af avisernes indhold på web og på tryk. Med udgangspunkt i sagen om Newsbooster for syv år siden har DDF til stadighed vedligeholdt trykket

mod andre tjenester, der vil slå sig op på at udnytte dagbladenes indhold til erhvervsmæssigt formål uden aftaler herom. Det er lykkedes så godt, at der reelt er dæmmet op for denne ulovlige virksomhed. Men der er flere former for misbrugsmuligheder, og DDF har gennem de seneste par år ført sager i Danmark og Sverige mod nyhedsresumetjenesten Infopaq. Infopaq har i sit arbejde med at forsyne virksomheder o.a. med skræddersyede informationstilbud efter DDFs opfattelse brugt ulovlig kopiering af avissider i arbejdsprocessen. DDF har fået medhold i Sø- og Handelsretten, men sagen er bragt videre til Højesteret, der har bedt EF-domstolen om en fortolkning af den aktuelle paragraf i det relevante EU-direktiv. EF-domstolens svar, der er positivt for dagbladene sag, kom i sommer og må i sagens natur blive lagt til grund for Højesterets afgørelse sent i 2009.

Også på annonceområdet er der behov for til stadighed at følge udviklingen, særligt inden for de digitale medier, hvor mange nye udtryksformer opstår og bliver afprøvet. I foråret forsøgte en ny tjeneste ved navn AidOnline i samarbejde med et dusin velgørhedsorganisationer at give folk mulighed

for ved download af en programstump at skifte dagbladswesidernes kommercielle annoncer ud med annoncer for virksomheder, der støtter organisationerne. Sidstnævnte indså hurtigt, at deres deltagelse var et skråplan - de fleste allerede inden DDF anmodede om nedlæggelse af fagedforbud mod aktiviteten. Sagen føres dog videre, fordi firmaet bag projektet fortsætter med at tilbyde sit produkt til andre kunder.

### Kommerciel ytringsfrihed

Endelig har der inden for det juridiske felt været diskuteret videre med Skatteministeriet, om det er korrekt, når annoncering for udenlandske spil og bookmakerannoncer er forbudt. Dagbladene har fastholdt, at annoncering ikke kan rammes af Danske Spils monopol. I foråret tog sagen en ny drejning, da skatteministeren besluttede at fremsætte lovforslag om en delvis liberalisering af spilmarkedet. Lovforslaget ventes til efteråret og vil fjerne grundlaget for de verserende sager mod dagblade, der har bragt bookmakerannoncer mv.

### Journalistuddannelse

For overhovedet at kunne fastholde, at mediernes tilbud til befolkningen er at-

traktivt, er det nødvendigt med ordentlig uddannelse. Mediernes og ikke mindst dagbladenes velfærd og relevans står og falder med kvaliteten af indholdet.

DDF har derfor sammen med Dansk Journalistforbund og andre organisationer fokus på at opgradere efter- og videreuddannelsen af journalister. Den nu to år gamle fusion af Danmarks Journalisthøjskole og Den Grafiske Højskole til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole forventes at udvikle sig til et kraftcenter både for grunduddannelse og efter- og videreuddannelse, herunder kandidatuddannelse i samarbejde med Aarhus Universitet. Hertil kommer et stadig mere målrettet arbejde med den journalistiske kandidatuddannelse på Roskilde Universitetscenter og den etablerede bachelor- og kandidatuddannelse på Syddansk Universitet Odense. I det forløbne år har branchen og Journalistforbundet samarbejdet med Journalisthøjskolens efteruddannelsesinstitution Update om en gennemgribende modernisering af den store del af uddannelsestilbudet, der betales af parterne og udbydes under navnet Den journalistiske Efteruddannelse. En ny og mere fleksibel opbygning af tilbuddet og en øget vægt på virksomhedsbaserede kur-

ser vil gøre det nemmere for journalister og ledelse at tilrettelægge en effektiv plan for efteruddannelsen i virksomheden.

Pressens Uddannelsesfond, der finansierer Den journalistiske Efteruddannelse, bakker dette op med en opgradering af fondens vejledningstilbud, ændret praksis for betaling af kurser og en opjustering af tilskuddet. Pressens Uddannelsesfond drives i samarbejde mellem Dansk Journalistforbund på den ene side og Danske Mediers Arbejdsgiverforening og DR på den anden side.

### Internationalt samarbejde

Dagbladenes internationale samarbejde organiseres i hhv. Europa og på verdensplan gennem ENPA og WAN.

ENPA, European Publishers' Association, er en daglig samarbejdspartner for DDFs medarbejdere, der i løbende dialog med den lille, men kompetente enhed i Bryssel gennemfører den del af lobbyarbejdet, der vedrører EU-lovgivningen, herunder den nationale implementering af EU's love.

WAN, World Association of Newspapers, arbejder frem for alt for pressefriheden i de sørgeligt mange lande, der ikke har kendskab til den. Hovedparten af jordens befolkning lever under sådanne forhold, og

vel omkring to tredjedel af verdens lande respekterer ikke den vigtigste menneskeret, ytringsfriheden. Ved siden af dette arbejde er WAN centrum for udveksling af erfaring i branchen gennem en lang række conferenceaktiviteter og programmer.

Disse to organisationer har de nationale organisationer som medlemmer. Men mange af verdens dagbladsvirksomheder har gennem årene været individuelle medlemmer af IFRA, der som dagbladenes tekniske konsulentorganisation er global videncentral på det tekniske område. Efter flere tilløb er det i det forløbne år lykkedes at skabe enighed om en fusion mellem WAN og IFRA, der gennemføres i sommer. Dermed er hovedparten af den globalt baserede ekspertise på dagbladsområdet samlet i én organisation.

### Miljøet

På den kommercielle bane har dagbladene i år medvirket til at skabe den løsning, der nu er gældende for afvisning af husstandsdelte reklamer og evt. gratis ugeaviser. Det er blevet en tilfredsstillende løsning for branchen, der har stor betydning for dagbladene, fordi ugeaviser er væsentlige for de fleste dagblades økonomi. Det har heldigvis vist sig, at

kun få fravælger den lokale ugeavis, selvom de beslutter at droppe modtagelsen af reklamer.

For mange fremstår afvisning af reklamer som et miljøspørgsmål, selvom i hvert fald avisproduktionsproduktion er miljøneutral. Men miljøbevidstheden er væsentlig, og DDF og DMA arbejder derfor i fællesskab med at skabe viden om miljøbevidst virksomhedsadfærd. Et initiativ på dette område er i støbeskeen og vil blive præsenteret for medlemsvirksomhederne i vinter. For de fleste virksomheder er aktiv miljøbevidsthed i den daglige drift ud over at bidrage til et renere ydre

miljø betydningsfuldt for virksomhedens omdømme.

### Foreningen

På de indre linjer har 2008-09 været et år, hvor de knappe økonomiske forhold i virksomhederne i begrænset omfang har måttet afspejles i DDF. Det har betydet en koncentration om hovedaktiviteterne i projekt Avisen i Undervisningen, der behandles andetsteds her i skriftet, ligesom en planlagt udvidelse af DDFs stab er skrinlagt. Foreningens mangeårige direktionsmedlem, Henrik Marstrand Dahl, er gået på pension og blev 1. september afløst af vicedirektør Thomas Rønnow, der lige-

som forgængereren frem for alt har opgaven at varetage ledelsen af Danske Mediers Arbejdsgiverforening.

Dagbladene har imidlertid en stærk tradition for at samarbejde, hvor konkurrencen gør det muligt. Den fortsatte opslutning herom er klar. Det er en afgørende styrke i dagligdagen, ikke mindst i forhold til myndighederne, der oplever, at dagbladene taler med én tunge om beslutninger truffet i konsensus.

Som det er fremgået, byder det næste år på store udfordringer, når den kommende mediestøtte skal lægges på plads og offentlighedsloven skal ændres – for blot at nævne et par

vigtige områder. Dagbladenes rolle i samfundet er langt mindre ændret, end debatten kunne få det til at se ud til. Det er dagbladsredaktionerne, der er kernen i nyhedsformidlingen og antallet af journalister har været stabilt gennem 20 år. Forhåbentlig vil markedsvilkårene begynde at rette sig i 2010 samtidig med, at det sikres, at dagbladene fortsat kan regne med den kvittering for uvurderligt arbejde i demokratiets tjeneste, som subsidierne med 0-moms, distributionsstøtte og dagbladsnævn udgør.

# Markedet er hårdt ramt af finanskrisen

## Annoncesalget

Væksten i det samlede reklameforbrug i Danmark er nu afløst af en tilbagegang, viser Dansk Oplagskontrol's årlige undersøgelse af det danske reklamemarked. I perioden 2003 til 2007 steg det samlede reklamemarked knap 40 % til 14.478 mio. kr. I 2008 faldt reklameforbruget 2,5 % i forhold til 2007 og endte på 14.119 mio. kr.

Reklameforbruget i 2008 var – til trods for et fald i forhold til året før – stadig det næsthøjeste niveau, oplagskontrollen har målt i de 15 år, den har udarbejdet undersøgelsen.

Det beskedne fald i det samlede reklamefald dækker imidlertid over meget store udsving de enkelte reklamekanaler imellem. Kun internettet, Plakat/Outdoor og biografreklame oplevede en fremgang i omsætningen fra 2007 til 2008, alle andre reklamekanaler oplevede en tilbagegang.

Det største fald oplevede dagbladene, hvis omsætning i 2008 var 15,3 % lavere end i år 2007. Dermed blev den faldende tendens, der startede i 2007, hvor dagbladene oplevede en nedgang i forhold til 2006 på 264 mio. kr. yderligere forstærket, og dagbladenes annonceomsætning faldt i 2008 med knap 500 mio. kr. i forhold til 2007. I alt omsatte dagbladene 2.735 mio. kr.

Faldet i dagbladsomsætningen, der først ramte de landsdækkende dagblade i begyndelsen af 2007, har i løbet af 2. halvår 2007 ramt alle dagblade, og faldet er fortsat gennem 2008 og 2009. Alle markeder er hårdt ramt og med udgangen af 1. kvartal i 2009 var den samlede annonceomsætning i dagbladene faldet med en tredjedel i forhold til det samme tidspunkt i 2007.

Faldet betyder, at dagbladene ikke længere er den største annonceringskanal, en position der er overtaget af internettet, hvor dagbladene dog naturligvis har en meget betydelig andel af annonceringen. Dagbladenes markedsandel er faldet fra 22 % i 2007 til 19 % i 2008, mens internettets markedsandel er steget fra 17 % i 2007 til 21 % i 2008, svarende til en omsætning på 2.926 mio. kr. Væksten i internetannoncering var på 17 % i forhold til 2007, den højeste vækst for alle annoncekanaler, men dog mindre end stignings-taksten fra 2006 til 2007, hvor internetomsætningen øgedes 39,5 %.

De lokale og regionale ugeaviser oplevede en tilbagegang på 5,6 % og omsatte for 2.554 mio. kr., hvilket er 150 mio. kr. mindre end året før. Omsætningen for ugeaviser er stadig højere end omsæt-

ningen for tv, hvis omsætning faldt med 85 mio. kr. til 2.431 mio. kr.

Den beskedne fremgang for radioreklamer, som der var i 2007 undersøgelsen, har ikke kunnet fastholdes, og radioreklameomsætningen faldt med 12,3 % til 250 mio. kr. i 2008.

Omsætningen for 'Årlige publikationer' fortsatte den faldende tendens, der har været gældende siden år 2000, og med et fald i omsætningen på 5 % i forhold til året før opnåede kanalen en omsætning på 829 mio. kr. i 2008, svarende til en markedsandel på 6 %.

## Branchenøgletal

Danske Dagblades Forenings årlige brancheanalyse, der udarbejdes af Foreningens revisor, følger den økonomiske udvikling for Foreningens medlemmer.

Analysen for 2008 afspejler de hårde økonomiske vilkår, dagbladene kæmper med. Den samlede omsætning for dagbladene blev kr. 11.928 mio. kr., hvilket er et fald på 648 mio. kr. i forhold til omsætningen i 2007.

Den faldende omsætning kan direkte aflæses af det samlede resultat efter skat, der for alle dagblade under ét resulterede i et tab på 414 mio. kr., 236 mio. kr. større end i 2007.

Af de 24 dagblade der indberetter til rapporten,

(flere dagblade indrapporterer samlet, så reelt er alle 33 dagblade i Danske Dagblades Forenings medlemskreds omfattet) havde 13 dagblade et underskud i 2008, en stigning på 7 dagblade i forhold til 2007, mens 11 dagblade havde overskud, et fald på ligeledes 7 dagblade.

Den samlede beskæftigelse i dagbladene faldt med 334 personer i forhold til året før, og et antal beskæftigede på 9.529 er under niveauet fra 2003. Det faldende antal medarbejdere dækker imidlertid over visse forskydninger medarbejdergrupperne i mellem, hvor antallet af beskæftigede inden for salg/administration og trykkeri er faldet, mens grupperne 'andre' og journalistiske medarbejdere er steget.

## Læserne

Oplagsudviklingen fra 2008 til 2009 ligner på mange måder udviklingen fra 2007 til 2008. Ifølge Dansk Oplagskontrol's distribueredes der samlet knap 1,1 mio. betalte hverdagsaviser i 1. halvår 2009. Dette er et fald i forhold til 1. halvår 2008 på 6,2 %, hvilket er på niveau i forhold til oplagsudviklingen 2007 til 2008, hvor det samlede fald var 6,0 %.

Igen i år er faldet ikke jævnt for alle aviser. Der er således tale om store

forskelle mellem de aviser, der er gået mest tilbage, og de som er gået mindst tilbage. Også igen i år er der tre dagblade, der har oplevet en vækst i oplaget. Fordelt på typer af dagblade har de regionale dagblade gennemsnitligt haft den største tilbagegang, efterfulgt af de lokale dagblade og med de landsdækkende dagblade som dem, der har haft den gennemsnitlige mindste tilbagegang.

Søndagsoplaget er faldet relativt mere end hverdagsoplaget, og i 1. halvår 2009 var oplaget på 931.432 efter at være faldet med 7,4 % i forhold til samme periode 2008.

De tre tilbageblivende gratisaviser har alle skåret voldsomt ned på oplagets størrelse, og i løbet af 1. halvår 2009 blev der uddelt/omdelt 569.742, hvilket er det halve oplag af, hvad det var året før.

Faldet i oplagene for såvel de betalte dagblade som gratisaviserne afspejles i papirforbruget. I første halvdel af 2009 blev der brugt 94.000 tons papir, hvilket er et fald i papirforbruget på 22 % i forhold til forbruget i 1. halvår 2008 på 121.000 tons. Til sammenligning blev der brugt hele 188.000 tons i gratisaviskrigsåret 2007.

Det er ikke umiddelbart muligt at sammenligne læsertal fra 1. halvår 2009 med tidligere års læsertal, da man fra årsskiftet har ændret metode i forbindelse med indsamlingen af data. Metodeændringen betyder blandt andet, at man nu skelner mellem læsning af papirudgaver og webudgaver.

Den manglende sammenligning med tidligere år til trods, læses der stadig aviser af langt de fleste danskere.

Hver dag bliver de betalte dagblade læst af 4,3 mio. danskere. De landsdækkende dagblade har 2,8 mio. læsere, mens de lokale og regionale dagblade i Jylland læses af 968.000 personer. Tilsvarende tal for Fyn er 202.000 læsere, mens 318.000 personer dagligt læser lokale aviser på Sjælland, Lolland-Falster og Bornholm.

Søndagsavisene er stadig en vigtig del af danskernes søndagsvaner, og hver søndag læser mere end halvdelen af den danske befolkning i en betalt søndagsavis, nærmere bestemt 3,3 mio. læsere.

#### **Aviser på nettet**

FDIM - Foreningen af Danske Intermedier udarbejder løbende statistikker over de mere end 280 tilmeldte hjemmesiders besøgstal og antallet af sidevisninger. I maj måned 2009 besøgte

mere end 32 mio. brugere de danske internetmedier flere end 305 mio. gange og så 2,3 mia. sidevisninger.

En vigtig del af de danske internetmedier er dagbladenes hjemmesider. I antal overgår de langt antallet af dagblade, da flere dagblade har forskellige hjemmesider sideløbende. Der var i maj måned 55 dagbladsejede sites blandt de 289 sites, Gemius på vegne af FDIM foretager trafikmåling for. Dagbladenes samlede antal brugere i maj var 5,2 mio. brugere, svarende til 16 % af alle landets brugere. Dagbladenes brugere besøgte et webdagblad 86 mio. gange, svarende til 28 % af alle besøg. Dette viser, at mange brugere ikke kun besøger et webdagblad, men løbende orienterer sig i flere netudgaver af aviserne.

# Avisen i Undervisningen (AiU)

Avisen i Undervisningen har dette år gennemgået en større omstrukturering med henblik på at tilpasse aktiviteterne til branchens økonomiske situation.

Avisen i Undervisningen vil fremover primært fokusere arbejdet på de to fælles kampagner "Skriv til Avisen" for grundskolerne og "Avisugen" for ungdomsuddannelserne.

Som et led i omlægningen er AiU-udvalget i foreningsåret 2008-09 blevet nedlagt og erstattet af en styregruppe, der vil fungere som sparringsgruppe med to årlige møder. Foruden en repræsentant fra AiU, to repræsentanter fra dagbladene og to repræsentanter fra Danmarks Skolebibliotekarere består gruppen desuden af to repræsentanter fra Dansk lærerforening, der indgår i samarbejdet om konkurrencen med start fra foråret 2009.

Dansk lærerforenings Forlag har i samme anledning overtaget forlagsaktiviteterne fra Avisen i Undervisningen. AiU's bøger vil nu blive markedsført og udviklet på lige fod med forlagets øvrige bøger.

## Skriv til Avisen

I 2008 var emnet for årets avis konkurrence "Du lille Verden", der havde til formål at motivere eleverne til at tænke nærmere over den stigende globalise-

ring. Selvom emnet var svært for navnlig de yngre elever, deltog 1.335 klasser over hele landet med i alt 28.225 elever, og konkurrencen nyder dermed usvækket tilslutning.

Sammen med deres lærere og skolebibliotekarere kastede eleverne sig over svære og 'voksne' emner som klimaforandringer, finanskrisen, børnearbejde og digital kommunikation. Men også emner fra dagligdagen som chat, fodbold og kærlighed, alle med et globaliseret tilsnit. Formanden for dommerkomitéen var tidligere statsminister Poul Nyrup Rasmussen:

Bedst blandt 6.-7.klasserne var 7.g på Jellebakkeskolen, der i deres avis Total Global viste både udsyn og indblik i deres artikler ved at dække bredt: Lige fra fascinationen af computere og spil over global overvågning til en indlevende og sproglig begavet reportage fra en basar.

10.b på Efterskolen Solgården vandt blandt 8.-10.klasserne for deres avis Primus Motor, hvor især en historie om en lokal ejer af ulovligt importerede fugle bragte stor ros for at være både at være sær, sjov og kritisk på samme tid.

## Avisugen

Tilbuddet, der gælder tre forskellige sæt gratis aviser

til alle klasser på de gymnasiale ungdomsuddannelser i uge 46, er i gang på fjerde år. For at få endnu flere til at bestille aviser blev tilbuddet i 2008 udvidet til også at gælde kantiner og fællesarealer.

Ligesom de foregående år ønskede endnu flere klasser at deltage i Avisugen, hvorfor antallet af classesæt steg fra 1.536 classesæt i 2007 til 2.023 classesæt i 2008. Det er en stigning på mere end 30 procent, der især skete blandt klasserne på det almene gymnasium (stx) med bestilling af 1.152 classesæt i forhold til 683 året før. Også hos HF-klasserne og klasserne på de tekniske gymnasier (htx) skete en stigning, mens der blev bestilt knap 100 classesæt færre på handelsgymnasierne (hhx).

## Nye avistilbud til skolerne

Som led i omstruktureringen af Avisen i Undervisningen er der i foråret 2009 blevet ryddet op i ordningerne for skoler, der ønsker at bestille billige aviser gennem aiu.dk.

Fremover vil skolerne ikke længere kunne bestille gamle aviser gennem AiU, mens løse aviser kun kan bestilles for minimum en uge ad gangen i minimum fem eksemplarer til 50 procent af normalprisen.

Derimod kan alle 6.-10.klasser, der deltager i Skriv

til Avisen, bestille op til tre forskellige dagblade i mellem 5 og 30 eksemplarer mandag til fredag i uge 43 eller 44. Det er efter samme princip, Avisugen tilbyder de gymnasiale ungdomsuddannelser, hvorfor distributionen er dagbladene velkendt.

Endelig kan skolerne som tidligere bestille et billigt årsabonnement til 50 procent af abonnementsprisen til skolebiblioteket.

## www.aiu.dk

Hjemmesiden www.aiu.dk er med tiden blevet en vigtig del af AiU's kommunikation til skolernes lærere og elever. For at underbygge denne udvikling er en relancering af hjemmesiden på tegnebrættet, hvor udgangspunktet vil være AiU's absolutte hjørnesteen, Skriv til Avisen.

Det elektroniske undervisningsbibliotek Avisnet.dk tænkes ind i planerne, således at hjemmesiden resten af året kan bruges som værktøjskasse for skoler, der gerne vil arbejde med journalistik og aviser. Efter planen lanceres det nye aiu.dk i efteråret 2010.

## Årets avisside 2008

20 avissider blev kåret som de bedste på DDFs generalforsamling, der i 2008 blev afholdt på SAS Radisson i Århus.

Guldet gik i år til Dagbladet Information for sin forside med Anders Fogh som vinder/tabber og til Politiken for sin sektionsforside, der fejrede bolle-årets 60 års-dag.

Sølvet gik til i alt fem avissider: To fra Ekstra Bladet og én fra hver af B.T., Fyns Amts Avis og Nordjyske Stiftstidende. Og så var der hædrende omtale til i alt 13 avissider fordelt på 12 dagblade.

Konkurrencen blev gennemført med 26 deltagende dagblade og 195 indsendte avissider, hvilket er en stigning i forhold til året før, hvor 20 dagblade valgte at deltage med 177 avissider.

I 2009 vil konkurrencen blive udvidet, så også webavisforsider kan indsendes til bedømmelse. Der vil i foråret 2009 blive nedsat en særlig webjury til votering af online-bidragene.

## Årets Avisside - Nordisk 2009

Vinderne af Nordisk Avisside-konkurrence blev kåret ved den årlige SNDS-konference (Society for News Design Scandinavia), der i år fandt sted den 14.-16. maj 2009 i Oulu, Finland.

71 nordiske mediehuse deltog i årets konkurrence med i alt 807 bidrag. Gennem de senere år har det deltagende antal avissider været faldende, og denne tendens fortsatte i forhold til 2008, hvor 870 sider var tilmeldt.

Heraf deltog 16 dagblade fra Danmark, hvilket er en fordobling i forhold til året før. Også antallet af avissider steg fra 124 til 151. Norge og Sverige deltog med hver 21 dagblade (hhv. 255 og 269 avissider), mens 13 dagblade fra Finland havde indsendt 132 avissider, hvilket er et lille fald for alle tre lande i forhold til året før.

I onlinekonkurrencen, der i år er blevet selvstændig med nye kategorier, var en stor tilslutning med 60 bidrag imod 16 sidste år.

Der blev i alt uddelt én guld (Sverige), 16 sølv (heraf tre til Danmark), 17 bronze (heraf én til Danmark) samt 36 hæder (fem til Danmark).

I printkonkurrencen fik Politiken to sølv og en bronze, mens Kristeligt Dagblad, Ekstra Bladet og Fyens Stiftstidende fik hædrende omtale for deres avissider.

I onlinekonkurrencen fik Berlingske Tidende en sølvmedalje for dens Forbrydelsen-sektionswebsite, mens Jyllands-Posten fik hæder for dens web-tv.

Endelig fik Politiken og Ekstra Bladet hæder for to avissider, hhv. en forside og en featureside, i den europæiske del af konkurrencen.