

Kulturdepartementet

Postboks 8030 Dep

0030 Oslo

postmottak@kud.dep.no

Kongsvinger 11. april 2011

**HØRINGSUTTALELSE OM NOU 2010: 14 Lett å komme til orde,
vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte.**

1. Innledning

Glåmdalen feiret i fjor sitt 125 årsjubileum og er det viktigste nyhetsformidleren, debattorganet og talerøret i Glåmdal-regionen sør i Hedmark. Avisen kommer ut i Våler, Åsnes, Grue, Kongsvinger, Eidskog, Sør-Odal, Nord-Odal og Nes i Akershus. Avisen har avdelingskontor på Flisa i Solør og på Skarnes i Sør-Odal. I størstedelen av avisens nedslagsfelt er Glåmdalen eneste gjenværende lokalavis, men dette har også gjort det mer krevende å bevare avisens samfunnsrolle og det ansvaret vi i så måte har.

At det er tatt et politisk initiativ til å modernisere mediestøtten ser vi på som positivt. Vi benytter oss av muligheten til å påpeke forhold drøftet i NOU 2010:14 som vil kunne få avgjørende betydning for Glåmdalens utvikling.

2. Litt bakgrunn om avisen

Glåmdalen dekker, som nevnt, åtte kommuner. Godkjent opplag for 2010 er 18 531 i en region som til sammen har 53 168 innbyggere i de sju Glåmdal-kommunene og i tillegg kommer Nes kommune som har 18 827. Lesertallene for avis og nett er til sammen 50 000 (nettotall). Glåmdalens omsetning var for 2010 104,4 millioner kroner.

Siste markedsundersøkelse viser at 70 prosent av befolkningen i våre fire sterke kommuner (Kongsvinger, Eidskog, Sør-Odal og Nord-Odal) daglig leser Glåmdalen.

Glåmdalen har som mål å være det ledende lokale mediehuset i Glåmdal-regionen og Nes i Akershus. Våre hovedsatsingsområder er: lokale nyheter, meninger/debatt, livsløp/personalia og en attraktiv markeds plass.

Glåmdalen er en moderne organisasjon, som har vært under stadig endring. Vi har i dag 43,2 årsverk i Glåmdalen. Av disse er 24,5 i redaksjonen som består av 3 redaktører, 1 nettansvarlig, 2 netjournalister, 2 fotograf, 3 desktypografer og 15 journalister. Etter omorganisering i 2010 har vi økt den redaksjonelle produksjonen med ca 15 prosent det siste året.

Vi utgir i dag i snitt 22 redaksjonelle sider på hverdagene, 35 på lørdager, i tillegg til flere magasiner gjennom hele året. Grunnrisset for Glåmdalen er 8-12 nyhetssider, 3 debattsider, 3-5 sportssider, 1-3 kultursider, 4 familiesider. Til langt over 90 prosent er det kun lokalstoff i Glåmdalen. Andelen av lesergenerert stoff er 8 – 10 prosent, og det er sterkt økende.

Glåmdalen.no, vår nettavis, oppdateres hele døgnet, med kjernetid fra ca 07.00-21.00. I tillegg til ren nettavis er det stor aktivitet på Origo, vårt nettsamfunn, der det er en stadig økende interaksjon også mot papiravis.

Vårt mål er at Glåmdalen skal være limet i lokalsamfunnet, og vi mener vi så langt lykkes med dette ved at vi beviselig klarer å utvikle oss i nye kanaler og på nye arenaer. Vi har stor bredde i formidling av lokale nyheter. Vi er en viktig arena for familiestoff. Debattstoffet er økende, både på papir (minst to sider daglig) og ikke minst på forskjellige arenaer på nett. Vi ivaretar også leserreaksjonene på nye arenaer på en måte som har gitt oss nasjonal oppmerksomhet i flere sammenheng.

Vi tar endringene i medievanene på alvor ved å trappe opp ungdomsstoffet. Det er viktig at vi klarer å knyttet til oss ungdom og unge voksne i alle kanaler. Utviklingen har gitt seg resultater i at vi i dag presenterer ni redaksjonelle. Vi har egne ungdomsseksjoner på nett. I forbindelse med valget 2011 har Glåmdalen mottatt et stipend fra kulturdepartementet for å utvikle ungdomspolitisk stoff. Det er etablert en egen ungdomsredaksjon som jobber spesifikt med dette. Resultatet skal legges fram på en stor mediesamling i Oslo i første halvdel av juni.

I en stadig mer utfordrende mediehverdag jobbes det hardt hver dag for å opprettholde denne posisjonen. Vi bruker mye tid ute i markedet for å lære opp lag, foreninger, organisasjoner og enkeltpersoner i bruk av våre verktøy. Dette for bedre å kunne markedsføre sine arrangementer i vår kalender både på nett og i avis – som et eksempel.

Nær 40 prosent av avisens inntekter kommer direkte fra leserne gjennom abonnement og løssalg. Selv om inntektene fra annonser på nettavisen har vært økende, er det ikke grunnlag for å drive kvalitetsjournalistikk gjennom en gratisavismodell på nettet. Det er derfor et strategisk mål å øke brukerbetalingen på nettet; i første omgang gjennom eavis og ipad-utgaver som vil bli lansert i nær fremtid. Men i overskuelig fremtid er det forretningsmodellen på papir som vil danne grunnlaget for satsingen digitalt.

3. Forslagene i NOU 2010:14

Glåmdalen vil sterkt advare mot å innføre moms på papiravisen. Pris er en stadig økende forklaring til hvorfor personer sier opp abonnementet på avisen. I tillegg erkjenner vi at prisøkningen på løssalg har vært for sterk på 2000-tallet. Etter Glåmdalens vurdering er det utenkelig at selv en lav momssats kan belastes leserne. Glåmdalen støtter derfor flermedialitetsalternativets forslag om fortsatt fritak for moms på kjøp av aviser.

Den tradisjonelle buddistribuerte lokalavisen treffer i mindre grad enn før hele målgruppen. I vår region er pendlingen økende, og i svært mange husstander er en eller flere av beboerne på reise flere dager i uken. På grunn av omlegginger i postdistribusjonen er det ikke lenger mulig å nå disse på samme dag som avisen kommer ut. Det er svært viktig at nullmomsen på papir også omfatter distribusjon av det samme innholdet elektronisk (i dag eavis). Dette vil være avgjørende for å sikre den fremtidige finansieringen av journalistikken og ikke minst gjøre det mulig for avisen å oppfylle samfunnsoppdraget overfor alle dem som ønsker å forholde seg til Glåmdal-regionen og Nes i Akershus uten å ha tilgang til sin lokale postkasse seks dager i

uken. Glåmdalen ser av utredningen at det ville være i tråd med EUs skatte- og avgiftspolitik å fritta den identiske kopien av avisen for moms, dersom den inngår i abonnementet på papiravisen. Det er derfor viktig at norsk avgiftspraksis innrettes etter EUs på dette punktet.

Glåmdalen er tilfreds med at hele utvalget ønsker å innføre en lav momssats på øvrig redaksjonelt innhold distribuert digitalt. En ny lavmomsordning vil understøtte avisens utvikling av betalingstjenester på nettet, fordi varene vil bli mer attraktive og lettere tilgjengelig for publikum. Som allerede nevnt, er slik betalingsvilje avgjørende for at avisen også fremtidig skal ivareta rollen som nyhets- og debattorgan for innbyggerne i søndre Hedmark.

Erling Brøndmo
Sjefredaktør

Leif Bangsund
Administrerende direktør