

2012: Transformasjon 2013: Betalt digitalt innhold

Aftenbladet – 120-årig kropp i digital drakt



KOMMENTAR
LARS HELLE

lars.helle@aftenbladet.no

lesningen blant våre lesere er mer enn fordoblet i 2012.

I 2013 vil økningen fortsette og i 2014 vil vi trolig ha flere lesere på mobil og lesebrett enn på datamaskiner. Og vi vil ha flere som leser Aftenbladet digitalt enn på papir. Totalt sett gjør dette Aftenbladets stilling sterkere enn noensinne, men det vil også gjøre noe annet med oss.

Å lage papiravis er det vi kan best, først og fremst fordi vi har holdt på med det lengst. Aftenbladet fyller 120 år i september 2013. Vi skal fortsette med å lage en god og solid avis, og vi skal utvikle den til å bli enda bedre. Da må vi også begynne med å ta oss betalt for det digitale innholdet.

DET ER BLITT en umulig oppgave å oppdra nye generasjoner til å begynne å kjøpe papiraviser. De har valgt andre formater. En gjennomsnittskjøper av Stavanger Aftenblad på papir er godt over 50 år.

På samme måte som folk har

sluttet å sende brev med posten, slutter de å lese papiraviser. Det går heldigvis sakte, men temmelig sikkert mot lavere nivåer. Vi har sluttet å beklage oss over dette og gleder oss heller over at vi har en sterk digital posisjon.

I LØPET AV 2012 har leserne merket mye til dette. Levende bilder er blitt en naturlig del av nyhetsformidlingen vår. De håndholdte, mobile enhetene gjør også konkurranseflaten annerledes. I mye større grad enn før konkurrerer vi med fjernsynskanaler. Transformasjonen er i ferd med å viske ut skillene mellom mediekanalene.

Folk legger seg til Facebook og står opp til vekkerklokken, begge deler formidlet gjennom mobiltelefonen. Med telefonen på nattbordet, er dette også første anledning en aftenbladleser har til å orientere seg om eventuelt snøkaos, Jærbanen og om busser og ferjer går eller står. Vi må legge opp vår journalistikk etter dette. Det er lenge siden vi hare hadde én deadline om dagen.

BEMERKELSEVERDIG nok er søndager og andre dager vi ikke har papiravis, blitt noen av de dagene vi har høyest lesertall på mobiltelefon. Da må vi sørge for at det blir levert variert kvalitetsjournalistikk på for oss helt nye tidspunkter.

Det er kvalitetsjournalistikken som blir satt på prøve i den transformasjonen vi nå går gjennom. Papiravisen er vår klart viktigste inntektskilde. Folk betaler for å lese avisen, men stadig flere velger en digital utgave. I 2013 vil vi altså begynne å ta betaling for noe av den journalistikken vi publiserer digitalt.

ENDRINGENE i lesermønsteret gjør at vi ikke kan basere oss på papirinntekter alene for å opprettholde kvaliteten. Det er heller ikke mening i at de som kjøper papiravisen skal betale for dem som bare leser oss digitalt.

Vi anlegger en vei fram mot betaling for det digitale innholdet, slik flere aviser har gjort i 2012. Fædrelandsvennen i Kristiansand

er det mest kjente norske eksemplet.

DET ER BARE én strategi som holder for å klare seg under et slikt betalingsregime: Det er å fortsette med god, troverdig og uavhengig nyhetsjournalistikk. Dette vil være vårt beste salgsargument og 2012 har vist oss at det ikke er kvalitetsforskjell på de forskjellige publiseringskanalene.

AFTENBLADETS AVDEKKING av de 69 ukjente oljeofrene i høst, har hatt helt nødvendige og unike digitale elementer i journalistikken. Når Aftenbladet og rogalandsungdommen sammen har stått opp mot mobbing, så har det vært med en bevisst bruk av Facebook og andre digitale virkemidler.

Vi må snakke brukernes eget språk.

SLIKE SAKER VIL altså ikke forsvinne fra spaltene våre. Det vil bli mer av dem. Også i 2013 skal vi gjøre en forskjell.



Bla om: Aftenbladets samfunnsregnskap 2012

