

# Tabloidene er de første som vil dø

**Spår avisdød:** Medieøkonomen Robert G. Picard sier avisene står overfor brutale endringer.

**Tabloidene først:** – De store nasjonale avisene kommer ikke til å overleve, og tabloidene er de første som vil dø, sier professor Picard.

## MEDIER

ESPEN TJERSLAND  
OSLO

Det var ingen gladmelding professor Robert G. Picard serverte under sitt foredrag «The future of the news industry» på BI igår. Det var snarere en kalddusj med dårlige nyheter.

Dette er noen av Picards hovedpunkter:

■ **Færre annonsekroner:** Annonsebransjen blir stadig mer kresne. De vil ikke akseptere å betale så mye som de gjør i dag for papirannonser, spesielt ikke i aviser som opplever opplagsfall og lesersvikt.

■ **Flere helgeaviser:** En rekke avistitler kommer til å forsvinne. Et økende antall papiraviser vil derimot flytte over på nett i ukedagene, og bare komme ut i papirformat i helgene.

■ **Tynnere aviser:** I løpet av fem-til åtte år vil avisene være radikalt tynnere enn de er i dag, hovedsakelig på grunn av færre annonser.

– Endringene i bransjen kommer til å bli dramatiske, både i måten journalistene jobber på, men også i måten journalistikken blir finansiert

■ **Mens nisjeavisene vil holde stand i disse turbulente tidene, kommer tabloidavisene til å bli enda hardere rammet**

Robert G. Picard

på. Dagens forretningsmodell med betalingsaviser står for fall, sier Picard, som blir regnet for å være blant verdens fremste medieøkonomer.

### «Aamot tar ikke feil»

Konsernsjef Kjell Aamot i Schibsted har måttet tåle hard kritikk for sitt pessimistiske syn på fremtidens papiraviser. Under et foredrag på BI i forrige uke spådde Aamot at betalingsavisene kom til å forsvinne i løpet av 20 år, men at gratisavisene kom til å overleve.

Picard sier til DN at han langt på vei deler Aamots syn.

– Aamot tar ikke feil. Utfordringene i bransjen er store. Mens nisjeavisene vil holde stand i disse turbulente tidene, kommer tabloidavisene til å bli enda hardere rammet. Tabloidene er i alvorlige problemer dersom de ikke klarer å snu seg raskt rundt og ta noen tøffe valg, sier Picard.

Picard er blant annet tilknyttet Jönköping International Business School som direktør for skolens «Media Management and Transformation Centre». Han har derfor god oversikt over det skandinaviske mediebildet.

– Hva tror du vil skje med tabloidaviser som VG og Dagbladet her i Norge?

– De er nødt til å foreta noen svært vanskelige valg, sier Picard.

– Vil det være et smart trekk av Dagbladet å legge om til gratisavis?

– Det vil ihvertfall være et trekk, svarer Picard.

### Må omstille seg

Fjerdekvartalstallene fra de største amerikanske mediehusene som The New York

## AVISER I TRØBBEL

■ Aviser over hele verden sliter med en kombinasjon av fallende opplag, lavere annonseinntekter og dyrere produksjon.

■ VGs opplag falt med 100.000 eksemplarer fra 2002 til ifjor, fra 390.000 til 287.000 eksemplarer på hverdager. Dagbladets opplag har falt med rundt 100.000 eksemplarer siden 1999, noe som omtrent tilsvarer en halvering.

■ Bransjeorganisasjonen MBL undersøkte annonsevolumet for 11 store regionaviser i desember, og fant en nedgang på 17 prosent sammenlignet med desember 2007.

Times, The Boston Globe, Gannett og McClatchy begynner nå å bli klare, og bildet er dystert. Tapene er astronomiske, og 2008 blir nå regnet blant de verste medieårene i historien.

– Alle de store medieselskapene har falt kraftig i verdi, og de er nå urolige for fiendtlige oppkjøp fra andre aktører. I tillegg sliter en rekke av disse selskapene med hovedaksjonærene, sier Picard, og viser til at ingen medieselskaper i dag befinner seg på topp-100-listen over de største og mest verdifulle selskapene i USA.

For å overleve i dagens marked må mediehusene, ifølge professoren, i større grad satse på kvalitet.

– Forandringene som nå skjer er uunngåelige. Spørsmålet er hvordan selskapene reagerer og takler disse omveltningene på. Hvis enkelte mediehus eller avisene ikke foretar seg noe, så vil de dø, sier Picard.

.....  
espen.tjersland@dn.no



■ **SKUER FREMOMER.**  
– Dagens forretningsmodell med betalingsaviser står for fall, sier Robert G. Picard, som holdt foredrag på BI igår. Foto: Ståle Andersen

## Aamot reagerer på kr

OSLO: Schibsteds øverste sjef Kjell Aamot er oppgitt over kritikken som har fulgt i kjølvannet av hans uttalelser på BI i forrige uke.

DN skrev igår at både ledere og ansatte i Schibsteds største aviser, VG og Aftenposten, reagerer sterkt på Aamots manglende tro på betalte papiraviser.

Aamot ønsket ikke å svare på den massive kritikken mandag ettermiddag, men DN møtte igår konsernsjefen i Schibsteds hovedkvarter i Oslo.

– Hvis vi tar utgangspunkt i Aftenpostens lederartikkel på lørdag, så var den veldig unyansert i forhold til det jeg ga uttrykk for. Jeg tror absolutt papiravisene kommer til å over-