



itikken

leve, men utfordringene for avisene er store, og vi må omstille oss raskt. Nisjeavisene kommer derimot til å klare seg bedre, sier Aamot.

Han presiserer at det er avisenes forretningsmodell han ikke har tro på i det lange løp.

– Nettet kommer til å stå for en stadig større andel av inntektsgrunnlaget i fremtiden.

Verdiskapningen vil i mindre grad komme fra papirproduktet. Dette er utviklingen vi ser over hele linjen. Det nytter ikke å lukke øyene for denne trenden, sier Aamot.

Han tror ikke at VG og Aftenposten vil være borte om 20 år.

– De kommer fortsatt til å eksistere, men produktene vil se veldig annerledes ut, sier han.



STORE UTFORDRINGER. Schibsted-sjef Kjell Aamot synes kritikken mot ham er unyansert. Foto: Mikaela Berg

Smell for Bonnier

MEDIER Det svenske mediekonglomeratet Bonnier fikk barbert sitt driftsresultat med nesten en tredjedel fra 2007 til ifjor.

Omsetningen økte litt, til 29,6 milliarder svenske kroner, men årsresultatet falt fra 1,54 milliarder til 1,05 milliarder svenske kroner, skriver selskapet i en melding. Fallet forklares i hovedsak med annonsesvikten, samt at det ikke kom noen ny Harry Potter-bok ifjor.