

De tre følgende artikler retter perspektivet mod den danske dagspresse. *Sigurd Bennike* har gennem en årrække stået i spidsen for den systematiske indsamling af viden om danskernes læsning af aviser og magasiner, årligt præsenteret i Dansk Media Index. Han giver i sin artikel et overblik over avislæsningen gennem 20 år med vægt på læserprofiler og handlings- og kontaktparametre for forskellige dagbladstyper.

Oversigten følges op i næste artikel, hvor *Hans Degn* præsenterer hovedtrækkene i de økonomiske analyser af den danske dagspresse, som gennem det seneste tiår er foretaget på Den grafiske Højskole. Der er tale om et enestående økonomisk analysemateriale, som ikke tidligere har været præsenteret for en større offentlighed og som samlet giver en solid forståelse for de strukturelle ændringer, som dagspressen nødvendigvis må gennemføre i de kommende år.

Hermed er der banet vej for *Kim Minkes* artikel, som giver et signalment af de journalistiske strategier, som har præget den aktuelt mest trængte del af den danske dagspresse, nemlig de lokale dagblade. Hvor Karl Erik Gustafsson i sin artikel netop fremdrog det lokale engagement som det centrale for dagbladenes overlevelsesmuligheder påpeger Kim Minke hvorledes en traditionel forvaltning af lokaljournalistikken sammen med ændringerne i de moderne livsformer er kernen i en række forskelligartede krisesyntomer. Selvom man i en karakteristik af læseroplevelsen tilsyneladende kan registrere et interesseskift bort fra nyhedsjournalistikken og hen mod bl.a. oplevelsesjournalistik og baggrundsorientering, er der ikke tale om entydige bevægelser, som peger mod bestemte redaktionelle strategier til løsning af problemet med den vigende dækning.

Temaet afsluttes med en artikel, som ikke har en direkte tilknytning til de aktuelle forhold i og omkring dagspressen. *Finn Frandsen* har gennem nogle år interesseret sig for avisens paratekst - dvs. de forløbere, rubrikker, bokse og andet stof, som står foran den "egentlige" tekst og indvirker på receptionen af den. Artiklen er sprogvidenskabeligt funderet og dens mål er at etablere en terminologi på et felt, som medieforskere og journalister hidtil har angrebet intuitivt.

Bortset fra den sidste artikel blev alle bidragene til dette tema oprindeligt præsenteret som foredrag ved SMID's årsmøde i efteråret 1990.

Som sædvanligt slutter nummeret med en fyldig anmeldelsessektion.

Redaktionen

# Nordisk dagspresstruktur i slutet av 1980-talet

Af Karl Erik Gustafsson

*Dagspressen i Norden har op gennem firserne forbedret sin position - totaloplaget er vokset og udgivelsesfrekvensen er øget. Prognoser fra forskellige samfundsforskere lød for 10-15 år siden ellers på stagnation og voldsom omlægning, ikke mindst på grund af konkurrencen fra de elektroniske medier.*

*Dagspressen har dog ændret sig og den står ikke mindst i Danmark over for store udfordringer. Karl Erik Gustafsson tegner da også i sin artikel et nuanceret billede af både ligheder og ikke mindst forskelle på dagspresseområdet i de forskellige nordiske lande, hvor typologi, læsemønstre og indtægtsforhold udviser stor variation. En væsentlig faktor bag disse forskelle, som placerer Danmark nederst i hierarkiet blandt de stærkt avis-konsumerende broderlande, er statsstøtten til dagbladene, hvor den direkte og selektive støtte har vist sig at gavne branchen som helhed.*

Enligt de prognoser som gjordes för 15-20 år sedan skulle 1980-talet bli det sista årtiondet för den traditionella dagstidningen, tryckt på papper och distribuerad med bud. Ett sådant, tekniskt omständligt massmedium som dagstidningen ansågs inte ha överlevnadsförmåga i ett elektroniskt informationssamhälle.

Nu är 1980-talet passerat och vi vet hur det gick. Det årtionde som skulle bli de nya mediernas blev i stället de gamla mediernas. I Danmark, Finland, Norge och Sverige ökade som framgår av *tabell 1* antalet tidningsexemplar per 1 000 invånare under 1980-talet.

Tabell 1 Upplaga per 1000 invånare 1979, 1984 och 1989, vardagar 4-7 nr. per vecka

Land	1979	1984	1989
Danmark	358	355	362
Finland	489	534	554
Norge	453	501	613
Sverige	527	528	536

Vi kan dock inte slå oss till ro med att konstatera detta. Vi måste försöka få fram varför det gick som det gjorde. Den elektroniska medie-revolutionen kanske bara blivit fördröjd ett decennium.

Som jag ser det finns det tre skäl till att prognosmakarna misslyckades:

a) Prognoserna utgick från de tekniska uppfinningarna och byggde på tekniska antaganden av typen "vad kan inte denna teknik användas till" och påståenden om att "den tekniska utvecklingen går allt fortare". Det fanns mycket litet i prognoserna av det som betyder mest för att en uppfinning skall bli en innovation. Det saknades vanligen marknadsbedömningar.

b) Prognoserna byggde på att de nya medierna skulle slå ut - inte komplettera - de gamla. En välvillig förklaring till detta är att prognosmakarna behövde exempel på det som skulle komma och att de därvid beskrev de tjänster de nya medierna skulle kunna erbjuda med hjälp av det som de gamla tillhandahöll. Alltså blev det elektroniska tidningar, elektroniska telefonkataloger osv och av bara farten strök tidningarna och telefonkatalogerna med i prognoserna.

c) Ett tredje fel med prognoserna var att de förutsatte att de nya medierna skulle bli informationsmedier och inte underhållningsmedier. En möjlig förklaring till detta är att prognosmakarna ville få de nya medierna att framstå som nyttiga och därmed undvika debatt. Vem kan ha något emot information? Vissa av de nya medierna har haft framgång som underhållningsmedier. Det har gjort dem till ett ännu mindre hot mot dagspressen än de skulle ha blivit om de utvecklats till informationsmedier.

Prognoserna om de nya medierna behöver alltså revideras. Som ett bidrag till detta kan man se följande översikt av den nordiska dagspressens struktur och ekonomi under 1980-talet. Framställningen bygger på ett föredrag som jag höll på SMIDs årsmöte 1990.

### Nordiska dagspresstrender - Fler dagstidningar

Det finns drygt 600 dagstidningar i Norden, vilka med avseende på utgivningsfrekvens som *tabell 2* visar kan delas in i två ungefär lika stora grupper. Den ena gruppen består av ca 300 dagstidningar med minst fyra nummer per vecka, s k flerdagarstidningar. Den andra gruppen utgörs av ca 300 dagstidningar med högst tre nummer per vecka, s k fådagarstidningar. Antalet tidningar i denna grupp har ökat kraftigt under de senaste åren, men det är främst av statistiska skäl.

Tabell 2 Antal dagstidningar med 1-7 nummer per vecka 1989

Land	1 nr	2 nr	3 nr	4 nr	5 nr	6 nr	7 nr	Summa
Danmark	1	-	-	-	2	34	11	48
Finland	81	58	36	6	17	16	27	241
Norge	4	22	43	8	17	63	-	157
Sverige	47	6	14	6	10	68	14	165
Summa	133	86	93	20	46	181	52	611

I Finland har man sedan 1987 successivt tagit med lokaltidningar med 1-2 nummer per vecka i den kontrollerade upplagestatistiken. Den viktigaste anledningen till detta är att allt fler finländska dagstidningar engagerat sig i lokaltidningsutgivning. Från och med 1989 ingår samtliga finländska lokaltidningar i statistiken. I Norge finns ett 50-tal lokaltidningar med 1-2 nummer per vecka som ännu inte ingår i den offentliga upplagestatistiken, trots att flera av dessa erhåller statligt presstöd. I den svenska upplagestatistiken ingår ett 40-tal endagstidningar, nästan alla regionala eller rikstäckande opinionstidningar.

I Danmark finns en omfattande utgivning av gratistidningar, så kallade distriktsblad, som vid en jämförelse med gratis- och lokaltidningar i övriga nordiska länder närmast bör betecknas som lokaltidningar. Distriktsbladen består i genomsnitt av 20 sidor med en andel redaktionell text på 25-30 procent. Ungefär hälften av distriktsbladen ges ut av dagstidningsföretag.

Distriktsblad har funnits i Köpenhamn sedan mitten av 1800-talet och i den danska landsorten sedan 1920-talet. Antalet distriktsblad ökade sakta men säkert till mitten av 1900-talet. Branschen dominerades av privata tryckerier utan anknytning till dagspressen. Effekterna från distriktsbladen på andra medier var begränsade.

Efter en period av omfattande tidningsnedläggning och snabb etablering av distriktsblad för att fylla de luckor som uppstod på marknaden, började också tidningsutgivare att ge ut distriktsblad. Detta ledde till en kraftig ökning av antalet och till en rad så kallade distriktsbladskrig.

Under 1980-talet har antalet distriktsblad stabiliserats på en nivå mellan 330 och 350. De veckoutgivna distriktsbladen har en totalupplaga på mellan 5,5 och 6,0 miljoner exemplar.

Tre förklaringar brukar anges till distriktsbladspressens utveckling:

- moderniseringen sedan 1960-talet av detaljhandeln och av detaljisternas marknadsföring
- en teknisk utveckling inom den grafiska branschen som gjort det allt lättare för nya företag att ta sig in i den
- strukturförändringar inom dagspressen som inneburit att tidningarnas spridningsområden blivit allt större

Eftersom de två första förändringsfaktorerna är lika närvarande i de andra nordiska länderna som i Danmark, måste det vara strukturförändringarna inom dagspressen som är den viktigaste förklaringen till distriktsbladspressens framväxt i Danmark.

## Högre periodicitet

Samtidigt som antalet dagstidningar växer, ökar antalet dagstidningar med hög periodicitet, men här skiljer de nordiska länderna sig åt.

I Sverige finns det en trend att öka från tre gånger i veckan till fyra, till fem eller till sex gånger men däremot inte från sex till sju gånger. Senast en svensk dagstidning ökade från sex till sju utgåvor per vecka var 1980.

I Finland finns det som *tabell 2* visar fler sjudagarstidningar än i något annat nordiskt land. Antalet har ökat successivt under 1980-talet. En förklaring till det ökade antalet sjudagarstidningar i Finland är att finländska sexdagarstidningar som regel kommer ut tisdag till söndag. Måndagen blir - i konkurrensen med tidningar som redan ges ut sju gånger i veckan och den dagliga televisionen - en alltmer intressant utgivningsdag för sexdagarstidningarna. I Finland kommer dock inte lösnummertidningarna *Ilta-Sanomat* och *Iltalehti* ut på söndagar.

Danmark skiljer sig från övriga nordiska länder genom en mycket högperiodisk tidningsutgivning. Lägre periodicitet än sex nummer per vecka har bara affärstidningen *Börsen*, den kommunistiska tidningen *Land og Folk* (nedlagd i slutet av 1990) och veckoslutstidningen *Weekendavisen*. Lösnummertidningarna *B.T.* och *Ekstra Bladet* började inte med söndagsutgivningen förrän i juni 1987. Det var ett svar på en relansering en månad tidigare av A-presstidningen *Aktuelt* som *Det fri Aktuelt*.

*Det fri Aktuelt* fick vissa framgångar men de höll inte i sig och tidningen tvingades av ekonomiska skäl upphöra med söndagsutgivning i december 1988. *B.T.* och *Ekstra Bladet* fortsatte. *Aktuelts* utspel fick emellertid den danska söndagstidningsmarknaden att växa med 40 procent från 1986 till 1989.

I Norge rådde till 1990 i praktiken förbud mot utgivning av dagstidningar på söndagar, en gång infört av fackliga och religiösa skäl; grafiker och präster hade gjort gemensam sak. Under den lågkonjunktur som inträffade i slutet av 1980-talet ändrade grafikerna - förmodligen utan att prästerna tillfrågades - inställning till söndagsutgivning som ett försök att skapa fler arbetstillfällen. Lösnummertidningen *Dagbladet* startade med söndagsutgivning i augusti 1990 och konkurrenten *VG* och några abonnemangstidningar följde efter.

## Norge störst i Norden

Den högsta tidningskonsumtionen i Norden har numera Norge, som passerade Sverige 1986 och Finland 1989. De norska flerdagarstidningarnas totalupplaga motsvarade 613 exemplar per 1 000 invånare 1989, vilket framgår av *tabell 3*. Jag har som ett undantag i framställningen tagit med upplagetal för 1990, eftersom det vid jämförelser av detta slag är intressant att ha så aktuella uppgifter som möjligt.

Finland leder som framgår fortfarande när det gäller abonnemangstidningar. Sverige ligger ännu främst med avseende på lösnummertidningar.

Tabell 3 Upplaga per 1 000 invånare 1989-1990, vardagar 4-7 nr per vecka

Land	Abonnemangstidningar		Lösnummer-tidningar		Samtliga tidningar	
	1989	1990	1989	1990	1989	1990
Danmark	270	264	92	88	362	352
Finland	494	495	60	64	554	559
Norge	477	474	136	139	613	613
Sverige	397	396	139	132	536	528
Norden	404	402	111	109	515	511

De danska flerdagartidningarnas upplaga har ökat under senare år. Nu är det lösnummertidningarna som går framåt men tidigare var det abonnemangstidningarna. Trots det ligger Danmark långt efter övriga nordiska länder i dagstidningskonsumtion. Den danska tidningskonsumtionen motsvarar 60 procent av den norska förbrukningen. Det kan läggas till att om man som ett räkneexempel, med justering för periodiciteten, skulle lägga till upplagan för distriktsbladen, skulle Danmark i varje fall hamna på samma nivå som Sverige.

Med de redovisade talen över dagstidningskonsumtionen ligger Norden främst i världen. Det finns inga länder där dagstidningen har en så stor utbredning som i Norge, Finland och Sverige. I internationell statistik hamnar ibland Japan främst men det beror på att editioner av samma tidning - morgon- och kvällsdition - där räknas som två tidningar. Det finns bara ett nordiskt exempel på ett sådant utgivningssystem, nämligen *Aftenposten* i Oslo som kommer ut med en morgon- och en eftermiddagsdition. Det bör läggas till att Norge ligger före Finland, även om man inte räknar med upplagan för *Aftenpostens* aftenutgåva, men avståndet mellan länderna blir väsentligt mindre: 567 för Norge och 554 för Finland.

### Upplagemarknadens särdrag

Ungefär 80 procent av de nordiska dagstidningarnas sammanlagda upplaga avser i huvudsak abonnerade dagstidningar. De huvudsakligen lösnummerförsålda dagstidningarna svarar alltså för ca 20 procent av totalupplagan, men det finns här skillnader mellan de nordiska länderna.

I Danmark och Sverige svarar lösnummertidningarna för ca 25 procent av upplagan. I Norge är deras andel drygt 20 procent men i Finland bara ca 10 procent. Procenttalen avslöjar inte helt de verkliga marknadsförhållandena.

I Danmark och Sverige befinner sig lösnummertidningarna marknadsmässigt i en mättnadsfas, trots att de under 1980-talet haft stora

upplageframgångar på söndagar. I Norge och Finland är de däremot i en tillväxtfas. I Norge började marknaden för lösnummertidningar att utvecklas i slutet av 1960-talet; 1968 brukar betecknas som startåret. I Finland började lösnummertidningsmarknaden att växa 1980. Marknaden för lösnummertidningar har dock utvecklats relativt långsamt i Finland.

Abonnemangstidningar består i Finland och Sverige enbart av morgontidningar. I Norge är det vanligen så. I Danmark däremot är, med några undantag, eftermiddagsutgivning regel för abonnemangstidningar i landsorten.

Lösnummertidningar är morgon- eller förmiddagstidningar i Danmark och Norge. I Finland och Sverige är de middags- eller eftermiddagstidningar.

### Främst lokala och regionala nyhetstidningar

De nordiska dagstidningarna är vanligen lokala eller regionala. Även huvudstädernas abonnemangstidningar, vilka i respektive land är riksspridda, har den upplagemässiga tyngdpunkten på utgivningsorten. Ungefär två tredjedelar av upplagan går till abonnenter i respektive huvudstadsregion.

Huvudstädernas lösnummertidningar är utan tvekan rikstidningar. De avsätter två tredjedelar av upplagan utanför huvudstadsregionen. För lösnummertidningarna i Köpenhamn gäller en 50/50 fördelning.

Det finns ett intressant undantag till detta mönster, nämligen *Jyllands-Posten*, som trots att den är en abonnerad morgontidning inte har någon egentlig hemort även om den största delen av upplagan avsätts på Jylland. Tidningens spridningsmönster liknar närmast lösnummertidningarnas. *Jyllands-Posten* är också intressant i ett annat avseende. Den är den enda nordiska landsortstidning som lyckats arbeta sig in i sitt lands huvudstadsregion.

Av de nordiska flerdagarstidningarna kan femtio redovisa en upplaga över 50 000 exemplar 1989. Tjugoen av dessa femtio dagstidningar ligger över 100 000 exemplar.

Den största abonnemangstidningen i Norden är *Helsingin Sanomat* (470 700 exemplar vardagar). Den största lösnummertidningen i Norden är *Expressen* (571 200 exemplar vardagar). Om man justerar upplagorna med befolkningstalen är norska *VG* och danska *Ekstra Bladet* större än *Expressen*.

Medelupplagorna ligger långt under dessa tal. Medianupplagan för flerdagarstidningar är ca 22 500 exemplar i Danmark och Sverige. I Finland är medianvärdet 19 000 exemplar och i Norge 12 300 exemplar.

## Främst allmänna nyhetstidningar

Dagstidningarna i Norden är med några undantag sk allmänna nyhetstidningar. Särskilda nyhetstidningar förekommer i liten omfattning och är av två slag: affärstidningar och kristliga tidningar.

Det kristliga segmentet krymper successivt. I Finland finns tredagarstidningen *Kotimaa* (72 700 exemplar). Affärstidningsmarknaden är däremot ett växande segment inom dagspressen. Successivt har affärstidningarna flyttat fram sina positioner.

Föregångarna bland affärstidningarna i Norden är den danska, men svenskägda affärstidningen *Börsen* och den finländska *Kauppalehti*. Båda kommer ut med fem nummer per vecka. *Börsens* upplaga står stilla medan *Kauppalehtis* fortsätter att växa. Tar man hänsyn till befolkningens storlek har *Kauppalehti* en dubbelt så stor upplaga som *Börsen*, vilket framgår av tabell 4.

Tabell 4 Nordiska affärstidningar 1989

Tidning	Antal exemplar	Per 1 000 inv
Börsen	43 003	8
Kauppalehti	81 798	17
Dagens Näringsliv	36 066	9
Dagens Industri	66 100	8

*Dagens Näringsliv* har utvecklats ur *Norges Handels- og Sjöfartstidende* med början 1980. Periodiciteten sänktes från sex till fem nummer per vecka. Morgonutgivning blev eftermiddagsutgivning och helformat ändrades till tabloid. Tidningen relanserades 1983. Samma år blev den svenska affärstidningen *Dagens Industri* femdagarsstidning.

I början av 1987 bytte *Norges Handels- og Sjöfartstidende* namn till *Dagens Näringsliv* och 1988 höjdes periodiciteten till sex nummer per vecka. *Dagens Industri* gick nyligen upp till sex nummer per vecka. Upplagorna för *Dagens Industri* och *Dagens Näringsliv* har ökat successivt. Trots det, är de precis som *Börsen* upplagemässigt bara hälften så stora som *Kauppalehti*.

## Effektiv distribution på mättad marknad

Den kanske viktigaste orsaken till att de nordiska dagstidningarna kunnat behålla sina höga upplagor är en effektiv distribution av såväl abonnemangstidningar som lösnummertidningar. I länder med låg tidningskonsumtion är distributionen typiskt nog underutvecklad.

I Sverige finns det ca 14 000 bud som deltar i den tidiga utbärningen av abonnerade morgontidningar, dvs ca 250 hushåll per bud. Nästan alla abonnenter får sin morgontidning före 06.00. Tidningsläsningen blir en del av frukosten. Det finns i Sverige ungefär 16 000 försälj-



ningsställen för lösnummerförsäljning, dvs 200 hushåll per försäljningsställe. På söndagar är det ca 8 000.

När de norska lösnummertidningarna *VG* och *Dagbladet* började sin expansion över Norge 1968 fanns det 2 000-2 500 kiosker och tobakshandlare engagerade i lösnummerförsäljningen. I mitten av 1970-talet hade detta tal ökat till 6 000-7 000. Nu är det 11 000, dvs 150 hushåll per försäljningsställe. I Finland säljs den största lösnummertidningen, *Ilta-Sanomot*, av 8 500 återförsäljare. De danska lösnummertidningarna använder 10 000 försäljningsställen på vardagar och 6 000 på söndagar.

Problem med tidningsdistributionen finns i Norden främst i huvudstäderna, i varje fall i Stockholm och Köpenhamn. Det kan röra sig om brister i distributionen eller i det tidsmässiga samordningen av produktion och distribution. Hur som helst, vi vet att sena leveranser upptas mycket negativt av abonnenterna. I Sverige lämnar därför flera landsortstidningar helt och hållet postdistribution, eftersom tidningarna når abonnenterna för sent.

Det största problemet för de nordiska lösnummertidningarna är riksdistributionen. Tidningarna har behövt ta sig över många hinder, även geografiska, även i Danmark, såsom Stora och Lilla Bält. Flygdistribution har spelat en stor roll för utvecklingen av riksmarknaden liksom tryckning på andra orter än utgivningsorten.

*Expressen* och *Aftonbladet* etablerade filialtryckerier i början av 1960-talet. Tio år senare startade *B.T.* och *Ekstra Bladet* tryckning av sina Jyllandsupplagor i Kolding. *Ekstra Bladet* flyttade filialtryckningen till Erritsö 1980. *VG* började trycka en del av riksupplagan i Trondheim hos *Adresseavisen* i slutet av 1980-talet. Från och med augusti 1989 trycker *Ilta-Sanomot* såväl i Helsingfors som i Varkaus.

En förutsättning för lösnummertidningarnas stora utbredning i Sverige har varit att abonnemangs- och lösnummerdistributionen skapat en klar skiljelinje mellan dem och morgontidningarna utgivningsmässigt. Morgontidningarna har ett slags tidsmonopol på första delen av dagen, lösnummertidningarna på den andra delen. Marknaden delas i två tidssegment.

Möjligen kan en förklaring till att de abonnerade morgontidningarna i Köpenhamn inte ha lika stor hushållstäckning som sina nordiska huvudstadskollegor vara, att det där inte finns motsvarande skarpa tidsgräns mellan abonnemangs- och lösnummertidningar utgivningsmässigt. Lösnummertidningarna finns på gatan redan klockan 08.00. Då krävs det att abonnemangstidningarna når abonnenterna senast 06.00 för att konkurrensen mellan dessa och lösnummertidningarna inte skall bli för intensiv.

## Dagspressen på reklammarknaden

Den nordiska dagspressen har en stark ställning på reklammarknaden. Det framgår av *tabell 5*. Det är svårt att fastställa i vilket nordiskt land som dagspressen har den starkaste ställningen. I Finland finns reklam i tv vilken tar ca 15 procent av reklamen i s k traditionella medier. I Norge och Sverige finns en omfattande direktreklam. I Danmark svarar distriktsbladen för drygt 25 procent av den traditionella reklamen, men ungefär hälften av distriktsbladen ges som nämnts ut av dagstidningsföretag.

Tabell 5 Reklamkostnaderna i Norden 1988

Medium	Danmark	Finland	Norge	Sverige
Dagspress	49 %	68 %	77 %	78 %
Gratistidningar	26	7	2	3
Veckopress	5	5	7	5
Fackpress	13	5	9	9
Affischer	3	2	2	3
Biografer	1	0	1	1
Radio och tv	3	14	2	1
Summa	100 %	100 %	100 %	100 %
Summa (mia.)	6,9 Dkr	6,3 Fmk	5,1 Nkr	9,5 Skr
DR (mia.)	3,7 Dkr	1,1 Fmk	2,9 Nkr	5,6 Skr
DR/Summa	54 %	17 %	57 %	59 %

*Källor:* Handelshöjskolen i Köbenhavn (Danmark), Suomen Gallup (Finland), T. Helgesen, BI (Norge) och Handelshöjskolan vid Göteborgs universitet (Sverige) (DR = Direkt reklam).

Av sammanställningen att döma verkar det finnas ett samband mellan förekomsten av tv-reklam och omfattningen av direktreklam. Det räcker emellertid inte med tabellens material för att fastslå att så är fallet. Skillnaden mellan Finland och övriga nordiska länder kan bero på att man har en annan definition på direktreklam och ett annat mätförfarande.

I alla nordiska länder utom Finland är tv-reklamen för närvarande en het fråga. Reklamfinansierade danska TV 2 startade i oktober 1988 och finns alltså bara med i statistiken med ett kvartals reklamintäkter. Norge står närmast på tur och sedan är Sverige aktuellt.

En av diskussionsfrågorna är hur dagspressen påverkas av tv-reklam. Ännu går det inte att se hur övriga medier i Danmark har påverkats ekonomiskt av tv-reklamen. Vilka medier har förlorat reklamintäkter (veckopress eller dagspress) och vilka medier har fått den s k uppföljningsreklamen (dagstidningar eller distriktsblad)?

## Dagstidningsekonomi

Allmänt sett får dagspressen en förmånlig behandling i Norden. I statliga utredningar på medieområdet granskas ofta utvecklingen i ett dagspressperspektiv. Det finns ett stort antal generella stödåtgärder: skattebefrielse (utom för lösnummertidningar i Finland), särskilda posttaxor och statlig annonsering. Det finns tendenser till ett minskat generellt stöd från staten till dagspressen.

I Finland, Norge och Sverige - men inte i Danmark - görs selektiva insatser från staten i syfte att bevara mångfalden inom dagspressen. Stödåtgärder riktas till de dagstidningar som har en svag marknadsposition för att öka deras resurser i konkurrensen mot marknadsmässigt starkare dagstidningar. I Norge och Sverige går stödet direkt till berörda tidningsföretag. I Finland fördelas det över de politiska partierna, trots att de flesta av de finländska dagstidningarna betecknar sig som politiskt obundna.

Beläggen är ganska entydiga på att selektiva insatser leder till större totalupplagor för dagspressen. Det brukar hävdas att nedlagda tidningars upplagor övertas av de kvarvarande men analyser av vad som hänt efter nedläggningar tyder inte på det. Även om majoriteten av läsarna av en nedlagd tidning byter till en annan tidning finns många som inte gör det. De relativt låga upplagetalen i Danmark stöder detta resonemang.

Det är dock inte lättare att etablera dagliga tidningar i de nordiska länder där det finns ett statligt stöd till dagstidningsutgivning än i Danmark. I Sverige har t ex *Stockholms-Tidningen* fått erfa detta. Den lyckades inte få fotfäste på annonsmarknaden. I Norge finns flera liknande exempel från 1980-talet på misslyckade tidningsstarter: *Vestkysten*, *Sandnesposten* och *Osloavisen*.

Det selektiva presstödet i Finland, Norge och Sverige infördes omkring 1970. Det växte successivt under 1970-talet och svarade som mest för ca fem procent av dagspressens totalkostnader i respektive land. Under 1980-talet har det relativt sett minskat i omfattning. I slutet av 1980-talet uppgick det selektiva presstödet i Sverige till 3-4 procent av dagspressens totalkostnader. I Finland och Norge hade det sjunkit till två procent. Det politiska viljan att bevara det selektiva presstödet tycks vara i avtagande. Den starkaste uppslutningen kring stödet finns för närvarande i Norge.

## Modern teknik

Nordisk dagspress har i snabb takt skaffat sig en modern teknisk utrustning. Det visar de årliga sammanställningar av tidningsföretagens teknik som Nordisk Avisteknisk Samarbetsnämnd (NATS) presenterar.

Enligt sammanställningen från NATS för 1990, som avsåg maj 1990, fanns det i Norden bara tolv tidningar som helt eller delvis använde sig av högtryck eller konverterat högtryck. I Danmark var det fyra tidningar, *Vestkysten* och tre tidningar i gruppen De Bergske Blade, i Norge en tidning (*Bergens Tidende*) och i Sverige tre landsortstidningar och fyra storstadstidningar (*DN* och *Expressen* i Stockholm och *Sydsvenska Dagbladet* och *Idag* i Malmö).

De äldsta tryckpressarna i Norden var enligt NATS 1990 från 1930-talet. *Ringkjøbings Amts Dagblad* och *Thisted Dagblad* - båda inom gruppen De Bergske Blade - har Vomagpressar från 1931 respektive 1934. *Ringkjøbings Amts Dagblad* har därefter skaffat en offsetpress. *Norra Halland* i Sverige trycker på en Duplexpress från 1936.

Under 1980-talet har ett 15-tal tidningar i Sverige och ungefär lika många i Finland bytt sin första offsetpress mot en ny. I Finland har en tidning - den första i Norden - under 1990 bytt ut sin andra offsetpress.

Under senare delen av 1980-talet har antalet tidningsföretag med redaktionell direktinskrivning fördubblats. Det innebär att praktiskt taget alla dagstidningsföretag är utrustade för redaktionell direktinskrivning. När det gäller elektronisk ombrytning ligger Finland och Sverige främst. Här går introduktionen långsammare. De senaste åren har den nästan stått stilla. Antalet instickningsutrustningar i Danmark och Finland har ökat långsamt. Snabbare har det gått i Norge och Sverige.

## Konjunkturkänslig ekonomi

Möjligheterna att göra rättvisande jämförelser mellan de nordiska ländernas dagspress i ekonomiskt avseende har successivt ökat. Det krävs dock ytterligare insatser för att få fullständig jämförbarhet.

I Danmark utarbetar Danske Dagblades Forening tillsammans med Den Grafiske Højskole årliga sammanställningar som avser ett 35-tal dagstidningsföretag. Uppgifter om enskilda tidningsföretag lämnas inte ut.

Sammanställningarna visar att de ekonomiska problemen under 1970-talet var betydande och 1980 betecknades som det värsta året på tio år. Det blev en osäker inledning på 1980-talet, vilket framgår av tabell 6. Ekonomin vände till det bättre 1983. Under åren 1984-1986 blev bruttomarginalen 8-9 procent (rörelseresultatet i förhållande till totalintäkterna). (Jfr. Hans Degns artikel i dette nr.)

Därefter kom en lågkonjunktur som slog direkt på det ekonomiska resultatet. Bruttomarginalen föll från åtta till fyra procent på ett år. Till sänkningen av marginalen har ökade kostnader i samband med installering av offsetpressar i de stora tidningsföretagen bidragit.

Tabell 6 Lönsamheten för nordisk dagspress 1980-1989 (%)

År	Danmark	Finland	Norge	Sverige
1980	1,0	11,6	n a	1,7
1981	4,6	9,7	n a	0,3
1982	0,4	7,5	n a	2,7
1983	6,1	11,6	n a	3,7
1984	9,3	12,1	n a	5,0
1985	8,8	9,7	n a	5,9
1986	8,2	7,8	6,9	5,8
1987	3,8	11,2	5,6	7,6
1988	3,2	10,8	4,0	9,6
1989	4,0	n a	5,9	6,5

Källor: Danmark (bruttomarginal) - Danske Dagblades Forening och Den Grafiske Højskole; Finland (bruttomarginal) - Tidningarnas Förbund; Norge (nettomarginal) - Statens Informationstjeneste; Sverige (nettomarginal) - Presstödsnämnden.

De årliga ekonomiska sammanställningar över svensk dagspress som den svenska presstödsnämnden gör i samarbete med Handelshögskolan i Göteborg ger till en början samma 1980-talstendens som de danska. Nettomarginalen (resultatet efter finansnetto i förhållande till totalintäkterna) för hela branschen steg från 1,7 procent 1980 till 5,9 procent 1985. Utvecklingen framgår av *tabell 6*. I Sverige fortsatte dock den positiva utvecklingen 1980-talet ut.

I Norge har Statens Informationstjeneste, som administrerar det statliga presstödet, systematiskt analyserat de norska dagstidningsföretagens ekonomi från och med 1986. Underlaget har inhämtats genom ett enkätformulär som skickats till samtliga tidningar med minst två nummer per vecka och minst 2.000 exemplar i upplaga.

De norska lönsamhetstalen avser en period under vilken den norska reklamkonjunkturen tog en vändning till det sämre. Omsvängningen inleddes under våren 1987 med en avtagande volymökning av märkesvaruannonser. Trenden nedåt förstärktes under hösten 1987 av en minskning av märkesvaruannonsvolymen och blev definitiv under våren 1988 då även lokalannonsvolymen gick ned. Försämringen på annonsmarknaden slår igenom i det ekonomiska resultatet, vilket framgår av *tabell 6*. Genom rationaliseringar stoppades nedgången upp 1989.

Det finns inga ekonomiska tal för hela den finländska dagspressen. Tidningarnas Förbund räknar för varje år fram medianvärden för de tidningsföretag som lämnar in uppgifter om sin ekonomi.

Sammanställningen i *tabell 6* pekar på ett vågmönster i lönsamheten för finländsk dagspress under 1980-talet. Det beror inte i första hand på svängningar i den finländska konjunkturen utan hänger ihop med löneuppgörelser inom dagspressen.

## Allt större tidningsgrupper

Det mest framträdande draget i dagspressens strukturella utveckling i de nordiska länderna har länge varit en minskning av antalet fristående dagstidningsföretag. Företagskoncentrationen har dock förmodligen inte gått lika långt inom dagspressen som inom andra branscher. Värderingen av det som hänt har dock varit en annan i dagspressen än i andra branscher.

Tabell 7 Tidningsgrupper i nordisk dagspress 1989

Land	Antal grupper	Andel av flerdagartidningarna Antal	Upplaga
Danmark	4	32 %	54 %
Finland	9	47 %	65 %
Norge	7	57 %	69 %
Sverige	17	80 %	81 %

Danmark har som framgår av tabell 7 fyra tidningsgrupper, vilka samtliga är av gammalt datum. De två största tidningsgrupperna i Danmark är Det Berlingske Hus och Politikens Hus. Under 1990 har några nya men mindre grupper skapats inom dansk press.

I Finland finns det nio tidningsgrupper. Flera av dessa har expanderat under senare år. De två största tidningsgrupperna i Finland är Sanomakoncernen och Aamulehtigruppen.

Genom gemensamt agerande har ett antal finländska tidningsföretag stoppat en serie försök till uppköp, initierade utanför tidningsbranschen. För att hindra att utomstående kom in i branschen bildade tidningsföretagen ett bolag kallat Pro Lehdistö (Pro Pressen). Efter att ha nått målet genom att köpa upp uppköparen, har Pro Pressen utvecklats.

Sedan mitten av 1980-talet har nya tendenser i tidningsägandet börjat att utvecklas i Norge. Så har t ex industriföretaget Orkla förvärvat ett antal tidningsföretag. Såväl *Dagbladet* som *VG* har en tid ägt landsortstidningar. Svenska tidningsföretag har köpt mindre aktieposter i några norska dagstidningsföretag. I Norge finns sju tidningsgrupper. De två största är Schibstedgruppen (*Aftenposten* m fl) och den socialdemokratiska A-pressen.

I Sverige finns relativt många tidningsgrupper. De två största svenska tidningsgrupperna är Bonniergruppen (*DN*, *Expressen* och *Dagens Industri*) och A-pressen. Det är bara i Finland och Danmark som den socialdemokratiska pressen har en svag ställning.

## Flermedieägande

De nordiska dagspressföretagen är i huvudsak koncentrerade på tidningsutgivning. Som regel kommer större delen av intäkterna och överskotten från tidningsutgivningen. Under senare delen av 1980-talet har många tidningsföretag avvecklat intressen i andra medier. Det gäller även engagemang i gamla medier, vilket t ex Det Berlingske Hus visade 1988 när företaget sålde sina veckotidningar *Billed-Bladet* och *Söndags-B.T.* till Aller Press.

När dagstidningsföretag började att experimentera med nya medier var syftet ibland offensivt - någon gång av principiellt slag: det gällde att bryta det nationella rundradiomonopolet. Ibland var syftet defensivt, nämligen att skapa ett skydd för annonsintäkterna.

Tidningsföretagens försöksverksamhet utvecklades så snabbt att det var svårt att få en klar bild av omfattningen. Det är det även i dag men av det motsatta skälet. Många tidningar trappar nu ner sin verksamhet med nya medier snabbare än det hinner noteras. Den snabba avvecklingen beror dels på att lagstiftningen om ägande och finansiering av nya medier inte blev den dagstidningsföretagen tänkt sig, dels på att det visade sig att dagspressens annonsintäkter inte hotades av de nya medierna.

## En stark dagspress

Nordisk dagspress har tvärtemot vad som väntades under 1980-talet fortsatt att förbättra sin situation. Totalupplagorna har stigit och utgivningsfrekvenserna ökat. Sjudagarstidningar blir vanligare. Affärstidningssegmentet fortsätter att växa. Tidningskonsumtionen i Norden är den högsta i världen.

Hotet från nya medier har avtagit. Dagstidningsföretagen har skaffat sig förstahandserfarenheter genom försöksverksamhet och har därmed beredskap om hotet skulle komma tillbaka. De nya medier som fått framgång under 1980-talet har främst varit underhållningsmedier.

Den tekniska standarden inom den nordiska dagspressen är mycket god. Tidningsföretagen investerar i traditionell tidningsutgivning i samma takt som tidigare. Nya metoder att rationalisera tidningsproduktionen tas i bruk.

Den främsta anledningen till att den nordiska dagspressen kommer att klara sig bra också i framtiden är att den erbjuder läsare och annonsörer på lokala marknader en hög service. Ingenstans i världen är abonnemang och hembärning så vanligt som i de nordiska länderna. Den lokala förankringen som är starkare än i andra länder är dagspressens viktigaste argument i konkurrensen med andra medier. Servicegraden gentemot läsare och annonsörer är hög. Tidningsdistributionen är mycket effektiv. På annonsmarknaden försvarar dagspress-

sen framgångsrikt sina höga marknadsandelar, men det finns ett problem: den lokala förankringen kräver ökad uppmärksamhet bland tidningarna när det gäller dagspressens slagkraft på riksannonsmarknaden.

Inom överskådlig tid är det främst interna problem som kan hota dagspressens ställning. Tidningarna kan få problem om lönerna ökar för snabbt eller om de inte tar ny teknik i sin tjänst. De kan om de inte lyckas därmed tvingas till prishöjningar som kan försämra konkurrenspositionen.

Volymmässigt är upplagemarknaden mättat. Enda undantagen är specialinriktade tidningar. *Dagens Industri* har fått en konkurrent och *Kaupalehti* kan få en. Det kan kanske etableras en daglig teknisk tidning i Norden men det skall väl i så fall vara i Finland.

När det gäller annonsmarknaden kan man inte tala om en mättat marknad. Annonsvolymerna påverkas av konjunkturutvecklingen: under högkonjunkturer ökar volymen och under lågkonjunkturer minskar den. Utvecklingen under 1980-talet har bekräftat detta beroende.