

# Slaget om Aktuelt

*- En specialeafhandling om Aktuelt fra  
1986 til lukningen i 2001*

Af Andreas Norrie  
Journalistik, Roskilde Universitetscenter, februar 2007  
Vejleder: Jørgen Poulsen

# Indholdsfortegnelse

## ***Kapitel 1- Indledende afsnit***

Problemfelt og Problemformulering.....	3
Hensigtserklæring og kapitelgennemgang.....	8

## ***Kapitel 2 - Metodiske overvejelser***

Forskningsoversigt.....	10
Teoretiske overvejelser og anvendt teori.....	12
Kvalitative interviews.....	16
Kvantitativ indholdsanalyse.....	18
Undersøgelsens resultater.....	23

## ***Kapitel 3 - Optakt***

LO's mediepolitik.....	27
Udviklingen på Aktuelt op til relanceringen.....	30

## ***Kapitel 4 - Det Fri Aktuelt***

Redaktionel linje.....	39
Målgrupper og oplag.....	46
Økonomi og annoncer.....	51

## ***Kapitel 5 - Omlægningens virkninger***

Redaktionel linje.....	62
Målgrupper og oplag.....	71
Økonomi og annoncer.....	76

## ***Kapitel 6 - Aktuelt, Den anden relancering***

Redaktionel linje.....	83
Målgrupper og oplag.....	87
Økonomi og annoncer.....	88

## ***Kapitel 7 - Relanceringsens resultater***

Redaktionel linje.....	90
Målgrupper og oplag.....	95
Økonomi og annoncer.....	98
Lukningen af Aktuelt.....	99

## ***Kapitel 8 - Konklusion***

Konklusion.....	104
Resumé.....	106
English summary.....	107
Formidlende artikel.....	108
Perspektivering.....	111
Kildefortegnelse.....	113

## ***Bilag***

Resumé af interview med Bjarne Salomonsen.....	116
Resumé af interview med Max Bæhring.....	119
Resumé af interview med Lisbeth Knudsen.....	122

# Kapitel 1 – Indledende afsnit

## *Problemfelt og problemformulering*

I foråret 2001 lukkede arbejderbevægelsen - nærmere bestemt LO - sin sidste avis nemlig dagbladet Aktuelt, som var en ubrudt videreførelse af Louis Pios og de første danske socialdemokraters avis Socialisten tilbage fra 1871.

Lukningen betød, at den danske dagspresse og derved den dominerende del af landets nyhedsproduktion nu udelukkende er ejet af rent kommercielle interesser eller af fonde med en erklæret konservativ, liberal eller socialliberal fundats.<sup>1</sup> Med andre ord er det småt med talerør for de omkring 40 eller flere procent af danskerne, der traditionelt stemmer på socialdemokraterne og den øvrige venstrefløj ved folketings- og kommunalvalg. Ligeledes er det interessant, at organiserede lønmodtagerinteresser i dag ikke er repræsenteret i den danske dagspresse, og det i et land med en af Europas højeste organisationsprocenter.

Dette misforhold mellem folks holdning til samfundets indretning og dets manglende afspejling i medie billedet gør det samfundsmæssigt relevant at se på, hvorfor Aktuelt led bladdøden.

Nedlæggelsen af Aktuelt blev regnet for en historisk begivenhed i offentligheden såvel som i medierne. Alligevel kom lukningen ikke uventet for mange. Avisen havde særligt de sidste næsten 20 år af levetiden haft alvorlige problemer med faldende oplag, dårlig økonomi og interne såvel som offentlige diskussioner om avisens linje. Særligt avisens økonomi var i hele perioden et smertensbarn for LO-fagbevægelsen, da udgivelsen af Aktuelt i hele perioden var afhængig af et årligt driftstilskud, der omkring lukningen var nået op på 65 mio. kr. fra LO's Mediepulje<sup>2</sup>, og derved betalt af de menige fagforeningsmedlemmer. Medlemmer, der for

---

<sup>1</sup> Eneste undtagelse fra dette billede kan siges at være Information, der historisk har været åben for venstreorienterede synspunkter, men som alligevel ikke kan siges at være tilknyttet arbejderbevægelsen, og heller ikke definerer sig selv som socialdemokratisk eller venstreorienteret. Klassisk venstreorienteret er dagbladet Arbejderen, der udgives af Kommunistisk Parti, men som også bliver læst i dele af fagbevægelsen. Oplaget på omkring 2000 eksemplarer (avisens egne tal) må anses for beskedent til at spille en rolle som opinionsskaber.

<sup>2</sup> Medier, Status, Udvikling LO-kongres 1999, 1999,

størstedelens vedkommende ikke abonnerede på avisen, hvilken den konkurrerende presse hyppigt fremhævede i avisens sidste leveår.<sup>3</sup>

I en normal virksomhed ville en økonomisk situation som Aktuelts føre til en øjeblikkelig lukning, men det giver dog ikke mening i Aktuelts tilfælde at se på avisen ud fra rent økonomiske betragtninger, da der er tale om en politisk motiveret udgivelse, og en tilfredsstillende drift skal derfor også ses ud fra avisens evne til at sætte en dagsorden, som stemmer overens med ejerkredsens interesser.

Rent organisatorisk blev Aktuelt udgivet af et selvstændigt aktieselskab ved navn A/S A-pressen, som udover Aktuelt også i perioder stod for en række andre medievirksomheder og produktioner. Selskabet havde en selvstændig bestyrelse med repræsentanter for LO og dets medlemsforbund, Socialdemokratiet og selskabets medarbejdere, men det ændrede ikke på noget tidspunkt ved, at virksomheden økonomisk set var fuldstændigt afhængig af et årligt driftstilskud fra LO. Med andre ord var det LO's hovedbestyrelse, som havde den totale magt til at afgøre avisens skæbne.

Når man ser på nærmere på LO's mediepolitik og holdningen til Aktuelt er det væsentlig at understrege, at LO ikke nødvendigvis kun repræsenterer en enkelt politisk linje, da der er tale om en landsorganisation, som samler en række meget forskellige fagforbund med forskellige økonomiske og politiske interesser.

Overordnet er arbejderbevægelsens begrundelse for selv at have en nyhedsproduktion, at man fortsat har en opfattelse af, at den øvrige presse stadig er borgerlig, selv om alle de dominerende morgen-, formiddags- og regionalaviser beskriver sig selv som moderne uafhængige nyhedsaviser, hvor den politiske holdning kun fremgår af avisens ledere. Denne forståelse fremgår også af fagbevægelsens eget mediekursus til tillidsfolk og fagligt aktive med navnet "Medier er Magt", hvor det understreges, at alene det forhold, at næsten alle aviser har en erhvervsredaktion, men derimod ikke har en sektion for arbejdsmarkedsstof, viser på et strukturelt plan en politisk slagside.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Eksempelvis Ekstra Bladet 30/1-1996 eller Weekendavisen 2/5-1996

<sup>4</sup> Hansen, 1999, s. 6-7

Mere officielt har LO siden slutningen af firserne formuleret en aktiv mediepolitik, der ikke kun bygger på at kommunikere nyheder videre til de borgerlige eller kommercielle medier, men også bygger på en selvstændig nyhedsproduktion. Baggrunden for denne politik bliver fra LO's side defineret som en fare for, at blandt andet organisationens egne medlemmer og lavtuddannede generelt bliver overladt til en stadig mere kommerciel og overfladisk tv- og avisverden, som bliver ejet af stadig færre aktører. Et mediebillede, som dels kan styrke populistiske strømninger, og dels efterlader en stor del af befolkningen som informationssvage, og ude af stand til at deltage i den offentlige debat - eller præge mediernes indhold. Ligeledes blev der advaret mod en udvikling, hvor kvalitetsmediernes bliver forbeholdt en elite, og der derved opstår en informationskløft i samfundet.<sup>5</sup> Samme principielle holdning til medieområdet findes i øvrigt stadig i LO's nuværende værdigrundlag.<sup>6</sup>

Dette speciale bygger som tidligere nævnt på en grundlæggende undren over, hvorfor det ikke lykkedes at bevare et dagblad, som bygger på en faglig funderet socialdemokratisk holdning, som ellers udbredt blandt store dele af befolkningen. Dette paradoks bliver kun yderligere bestyrket af det faktum, at LO i efteråret 1986 til 1987 besluttede at sætte en omfattende journalistisk, politisk og grafisk relancering af avisen i gang under navnet 'Det Fri Aktuelt', og bevilligede et ekstraordinært tilskud på 238 millioner over fire år til projektet<sup>7</sup>, der blev ledet af redaktørerne Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen. Alene dette beløbs størrelse og projektets omfang er pressehistorisk interessant i en tid, hvor man nytænker mange eksisterende aviser, og forsøger sig med helt nye.

Forsøget på at nytænke avisen kan siges at være et forsøg på at tilpasse avisen til en anden politisk tidsånd, som udfordrede både LO-fagbevægelsen og Socialdemokratiet fra slutningen af firserne, og i endnu højere grad i årene efter Berlinmurens fald i 1989. Samtidig skete der også en række afgørende ændringer på mediemarkedet, som på mange måder også svækkede arbejderbevægelsens stilling på området.

Kort fortalt er LO i denne periode præget af en sivning af medlemmer, og deraf færre økonomiske ressourcer. Ligeledes kan man i samme periode tale om en øget højredrejning og individualisering i samfundet kombineret med en øget liberalisering af både arbejdsmarkedet

---

<sup>5</sup> Thulstrup, 1989, s. 8-9

<sup>6</sup> Værdigrundlag for LO, 2003-2007, 2003

og den offentlige sektor. Globalisering, udlicitering og fleksibilitet blev nøgleordene for årene efter murens fald. Alt sammen faktorer, der generelt satte fagbevægelsens under pres og i defensiven. Endvidere skete relanceringen i 1987 i en periode, hvor den konservative statsminister Poul Schlüter havde siddet siden 1982 med skiftende borgerlige mindretalsregeringer. En post han blev siddende på indtil 1992, hvilket betyder, at der var tale om den længste periode med uafbrudt borgerligt styre siden anden verdenskrig.

Et symptom på denne politiske udvikling var blandt andet, at der særligt i 1990erne blev sat spørgsmålstejn ved organisationens traditionelle store økonomiske støtte til Socialdemokratiets valgkampe, og at denne støtte til en vis grad også blev gradvist afskaffet i perioden.<sup>8</sup> Ligesom støtten til socialdemokraterne ikke længere var en selvfølge for en moderne interesseorganisation, så var en selvstændig nyhedsproduktion det heller ikke.

Den nok væsentligste ændring i periodens medie billede var bruddet på DR's monopol på landsdækkende fjernsyn ved oprettelsen af TV2 i 1988, som i løbet af få år ændrede tv-billede markant med moderne tv-underholdning, nye kommercielle formater og moderne nyhedsformidling, der i hvert fald i de første år var præget af en tabloidisering i forhold til konkurrenten. Det lykkedes TV2 på kun to år at blive landets mest sete Tv-station, og i 1995 havde TV2 en seerandel på 45 % mod DR1's 28 procent.<sup>9</sup> Fra A-pressens synspunkt betød oprettelsen og gennembruddet for TV2 også et borgerligt Danmark i offensiven. For oprettelsen af TV2 var netop i høj grad begrundet i en borgerlig utilfredshed med DR's nyhedsdækning, som blev beskyldt for at være for venstreorienteret, eller får at være mere præcis - for socialdemokratisk.<sup>10</sup> Konkurrencen blev yderligere styrket, da den svenskejede station TV3 startede med en dansk kanal i 1990, som i indhold var rendyrket kommerciel. Kanalen, der blev udvidet med søsterkanalen TV3+ i 1996, var gennem 1990erne den tredje mest sete kanal.<sup>11</sup>

Som nævnt valgte LO endeligt at lukke A-pressens flagskib dagbladet Aktuelt i marts 2001, hvilket skete i en periode med nedgang i både oplagstal såvel som læsertal. Det var ikke fordi, der skete drastiske ændringer i antallet af aviser, men den oplagsnedgang, der også havde

---

<sup>7</sup> Bang Stald, 1988, s.117

<sup>8</sup> LO afskaffede partistøtten til Socialdemokratiet på kongressen i 2003 efter adskillige års debat

<sup>9</sup> Bruhn Jensen, 2003, s. 171

<sup>10</sup> Ibid. s.159-161

præget 1980'erne fortsatte samtidig med, at der modsat tidligere også skete et fald i befolkningens avislæsning, hvilket igen gav et fald i annoncemængden. Den type af aviser, der i særlig grad blev ramt af nedgangen var omnibusavisene og tabloidavisene, der på hver deres vis blev ramt af en øget konkurrence fra tv. Den nævnte udvikling ramte Aktuelt hårdt, da det var det mindste af de landsdækkende omnibusaviser. Et særligt tydeligt eksempel på virkningerne af TV2's og de kommercielle stationers indtog kan ses hos tabloidavisene Ekstra Bladet og BT, der ved åbningen af TV2 i 1988 havde et oplag på henholdsvis 220.427 og 233.866 eksemplarer, som blot fire år efter i 1992 var faldet til 190.604 og 190.161.<sup>12</sup>

På baggrund af den nævnte forskel på befolkningens politiske holdninger, som den ses ved valgene, og ejerskabet af de opinionsskabende medier vil specialet derfor undersøge, hvorfor det ikke lykkedes for avisens Aktuells skiftende redaktører og ledelser at sikre en tidssvarende avis med udgangspunkt i arbejderbevægelsen i perioden fra 1986 til 2001.

Det vil både ske ud fra et økonomisk/markedsorienteret perspektiv, og ud fra dagbladets evne til at tjene bevægelsens politiske og faglige interesser, og fungere som et nødvendigt alternativ til den øvrige mediedækning. Disse to faktorer eller parametre for succes kan dog ikke i alle tilfælde adskilles, da eksempelvis læsertal og evnen til at ramme en relevant målgruppe både kan være et markeds-mæssigt og et politisk perspektiv.

Ovenstående leder hen til følgende problemformulering:

***Hvorfor led Aktuelt bladdøden?***

***Arbejdsspørgsmål:***

***\* Hvordan arbejdede ledelsen med at udvikle Aktuelt indholdsmæssigt i teori og praksis, og i hvilken grad skete det i samklang med LO-fagbevægelsens mediepolitiske og politiske målsætninger?***

***\* Hvad var de økonomiske og markeds-mæssige ideer bag relanceringerne af avisen, og hvad var resultaterne af disse?***

---

<sup>11</sup> Den Store Danske Nationalencyklopædi, 1994-2002,

<sup>12</sup> Dansk oplagskontrol

...



## ***Hensigtserklæring***

Denne specialeafhandling er primært empirisk funderet, og søger at besvare problemformuleringens spørgsmål om, hvorfor Aktuelt måtte lide bladdøden. Spørgsmålet bliver belyst gennem en selvstændig optælling af artikler fordelt på stofområder i tre tidsperioder, gennem bestyrelsesreferater og interne og eksterne skrifter fra A-pressen samt oplags- og læsertal. Den praktiske brug af disse forskelligartede kilder er i høj grad metodisk inspireret af historiefagets kildekritiske metode, hvilket også skyldes, at der er tale om et mediehistorisk speciale.

I specialeafhandlingen bliver der også benyttet en række teoretiske indfaldsvinkler, men disse har i specialet først og fremmest en forklarende og perspektiverende karakter. Dette gælder særligt de dele af gatekeepingteoriene, som bliver anvendt i forhold specialets analyse af avisens redaktionelle prioriteringer.

Specialet er bygget op omkring en overordnet kronologisk struktur, som dækker forløbet fra perioden op til relanceringen i 1987 til lukningen i 2001. Specialet bliver indledt af en gennemgang af LO's mediepolitik og en analyse af udviklingen i A-pressen umiddelbart før ansættelsen af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen. Ellers er specialet tematiseret omkring de to relanceringer af avisen i henholdsvis 1987 og 1997. Konceptet bag disse relanceringer bliver gennemgået i to forskellige kapitler, ligesom den praktiske gennemførelse af de to omlægninger bliver behandlet i yderligere to kapitler. Både kapitlerne om koncepterne bag relanceringerne og kapitlerne om planernes praktiske udførsel er inddelt i tre underafsnit, som behandler henholdsvis de redaktionelle forhold, målgrupper og oplag og de økonomiske forhold. Endelig bliver selve lukningen af Aktuelt behandlet i et afsluttende afsnit.

## ***Kapitelgennemgang***

Kapitel 1 - Indledende afsnit, skal give en introduktion til specialets genstandsfelt, nemlig Aktuelts udvikling fra 1987 til lukningen i 2001.

Kapitel 2 - Metodiske overvejelser, her kan man finde en gennemgang af specialets selvstændige empiri i form af en kvantitativ undersøgelse af den redaktionelle prioritering og

specialeafhandlingens tre kvalitative interviews. Endelig giver kapitlet en forskningsoversigt samt en gennemgang af kildematerialet og den anvendte teori.

Kapitel 3 - Optakt, beskriver LO's generelle mediepolitik, som den så ud omkring lanceringen af Det Fri Aktuelt. Derudover behandler kapitlet situationen omkring Aktuelt i perioden umiddelbart op til 1987, og søger baggrunden for beslutningen om en relancering af avisen.

Kapitel 3 - Det Fri Aktuelt, behandler konceptet for den nye avis, og behandler planerne for den redaktionelle linje, oplag og målgruppe og annoncer og økonomi.

Kapitel 4 - Omlægningens virkninger, afdækker og analyser virkningerne af det nye koncept. Dette sker i forhold til den redaktionelle linje med udgangspunkt i specialets undersøgelse af de redaktionelle prioriteringer. Udviklingen i forhold til avisens oplag og målgruppe samt annoncer og økonomi behandles ligeledes i separate afsnit.

Kapitel 5 - Den anden relancering, handler om konceptet bag den anden relancering af Aktuelt i 1997, og gennemgår konceptet i forhold til den redaktionelle linje, oplag og målgrupper og annoncer og økonomi.

Kapitel 6 - Relanceringen i praksis, analyserer den praktiske implementering af det nye koncept. Igen bliver det redaktionelle plan blandt andet behandlet ved hjælp af specialets artikeloptælling. Endvidere behandles udviklingen, når det kommer til oplag og målgrupper samt annoncer og økonomi.

Endeligt bliver forløbet op til lukningen også behandlet i et selvstændigt afsnit.

Kapitel 7 - Konklusion, Konklusionen søger at besvare problemformuleringens spørgsmål. Endvidere omfatter kapitlet specialets formalia såsom kilde- og litteraturliste, english summary, resumé og en formidlende artikel. Endvidere omfatter kapitlet en perspektivering, der trækker linjer frem til arbejderbevægelsen stilling i dagens mediebillede.

# Kapitel 2 - Metodiske overvejelser

## *Forskningsoversigt*

Der findes ingen samlet videnskabelig eller dokumentarisk/journalistisk fremstilling af forløbet fra relanceringen af Aktuelt i 1987 og frem til lukningen. Det betyder dog ikke, at området er fuldstændigt uudforsket, da der både er lavet specialer om A-pressen generelt og om fagbevægelsens tv-og radiosatsning. Det gælder Gitte Bang Stalds LO's medier og Mediepolitik fra 1988, som er et konferensspeciale lavet på Institut for Litteraturhistorie på Københavns Universitet, og Kira Appel og Louise Scheiby's speciale LO's mediepolitik - For Lokal-tv fra 1986, som er skrevet på institut for statskundskab på Københavns Universitet. Gitte Bang Stalds speciale forholder sig ikke snævert til Aktuelt, men giver en grundig gennemgang af tankerne og ideologien bag LO's mediepolitik, og forløbet op til relanceringen af Aktuelt i 1987. Dog slutter specialet dog kort efter selve relanceringen. Kira Appel og Louise Scheiby's speciale om LO's Lokal-tv omhandler et emne, som dette speciale kun behandler, når det direkte berører Aktuelt. Alligevel vil dette speciale være inspireret af Appels og Scheiby's indholdsanalyse, som netop undersøger om det redaktionelle indhold på arbejderbevægelsens tv-station udgør et alternativ til det øvrige mediebillede. En lignende undersøgelse bliver nemlig i specialet lavet i forhold til Aktuelt redaktionelle indhold i forhold til de borgerlige medier.

I perioden fra slutningen af firserne og til begyndelsen af 1990'erne blev der i LO og i en række af arbejderbevægelsens øvrige organisationer lavet en række undersøgelser af fagbevægelsens eksisterende medier, deres problemer og fremtidsudsigterne for dem. De vægtigste af dem blev udsendt under navnet LO's Medieanalyse i 1989-90, og omfattede undersøgelser og oplæg om LO-fagbevægelsens ressourceforbrug på medieområdet, arbejderbevægelsens mediers udbredelse, kvaliteten af bevægelsens lokal-tv, fagbladenes rolle, LO's informationsarbejde og A-pressens fremtid. Undersøgelserne er blandt andet udført af medie- og samfundsforskere som Jørgen Poulsen, Preben Sepstrup, Jørn Thulstrup og Jørgen Goul Andersen i samarbejde med folk indenfor LO's organisationer.

De nævnte undersøgelser har et forskelligt publikum, hvor de direkte økonomiske og markeds-mæssige undersøgelser er rettet mod fagbevægelsens beslutningstagere, er andre mere debatprægede oplæg henvendt til en bredere offentlighed bestående af LO's medlemmer. Men hver for sig er begge typer af rapporter brugbare til henholdsvis at afdække de faktiske

interne forhold i A-pressen, og den mediepolitik som LO's fremlagde overfor medlemmer og offentlighed.

Som noget forholdsvis usædvanlig i nyere medieforskning har jeg haft adgang til såvel A-pressens Arkiv og dele af LO's Arkiv, som administreres af Arbejderbevægelsens Bibliotek og Arkiv(ABA). Det betyder, at der har været fri adgang til alt arkiveret materiale fra Aktuelt. Det drejer sig blandt andet om samtlige månedlige bestyrelsesmøder i A/S-Pressen fra 1985 og frem til 1992. Efter dette år blev selve driften af Aktuelt varetaget af aktieselskabet Det Fri Aktuelt, hvor bestyrelsesreferaterne øjensynligt endnu ikke er arkiveret. Selskabet A-pressen fortsatte dog efterfølgende som moderselskab for Det Fri Aktuelt. I forhold til perioden efter 1992 er der dog arkiveret en ganske omfattende mængde korrespondance mellem chefredaktør Lisbeth Knudsen og avisens læsere og avisens faglige såvel som politiske bagland indtil 1998, hvor hun gik af. Ligeledes bliver der i specialet gjort brug af regnskaber, interne strategipapirer, læserundersøgelser, økonomiske orienteringer og referater fra generalforsamlinger i såvel A/S A-pressen og A/S Det Fri Aktuelt indtil lukningen i 2001. De nævnte kilder må generelt siges at have en høj troværdighed i forhold til en afdækning af begivenhederne i og omkring Aktuelt i den periode specialet behandler. Dog må man i forhold til en række af det nævnte arkivmaterialer være opmærksom på eventuelle interessekonflikter mellem Aktuelts ejere i fagbevægelsen og avisens chefredaktion, som kan præge indholdet af de forskellige interne skrifter, og i visse tilfælde give et misvisende billede af eksempelvis avisens økonomiske muligheder.

Specialet analyserer som tidligere nævnt også den markedsmæssige og økonomiske udvikling på dagbladet, og derfor vil der blive brugt forskelligt talmateriale. Til dette brug vil der særligt blive benyttet de officielle oplagstal fra Dansk Oplagskontrol i hele perioden, der dels viser det totale oplagstal for Aktuelt i sammenligning med landets øvrige dagblade, og dels viser, hvor i landet avisens abonnenter er at finde.

For at se på nærmere på, hvad det er for nogle læsere, som avisen havde, vil der blive benyttet talmateriale fra årbogen Dansk Media Index, som senere fortsatte under navnet Index Danmark. Årbogen blev først udgivet af først Dansk Media Komité og siden Gallup. Disse årbøger giver detaljerede læsertal for landets aviser. Således kan årbogen bruges til at belyse en given avis læsere blandt andet med henblik på indkomst, uddannelse, erhverv, køn, alder og bopæl.

Fælles for begge udgivelser er, at de må regnes for yderst valide, da de blandt andet bliver brugt som et værktøj for reklame, medie - og kommunikationsfirmaer, så de kan ramme den rigtige målgruppe og bedømme om avisernes annoncepriser er rimelige i forhold til mediet udbredelse.

Selve relanceringen af Aktuelt er også beskrevet i den tidligere chefredaktør Jørgen Flindt Pedersens selvbiografi Hjerteblod fra 2000, hvor en del af bogen handler om tiden på Aktuelt. Generelt er selvbiografien en genre, hvor der er en tendens til, at forfatteren forsøger at forklare, og i visse tilfælde retfærdiggøre sine egne handlinger snarere end at foretage en dokumentarisk afdækning af et hændelsesforløb. Kort sagt et partsindlæg. Endeligt skal det også retfærdigvis nævnes, at Hjerteblod ikke som sådan er en bog om Aktuelt, men i ligeså høj grad er en bog om redaktørens personlige udvikling.

I forhold til beskrivelsen og analysen af Aktuelt fra relancering til lukning er det næppe muligt at give et fyldestgørende billede af avisens udvikling uden at benytte artikler om avisen fra den øvrige primært borgerlige presse. Og det sker også i dette speciale. Dog er det vigtigt at gøre sig klart, at disse artikler er udgivet af aviser, som har en klar kommerciel eller politisk interesse i, at Aktuelt ikke klarede sig alt for strålende, og at disse motiver kan have præget det journalistiske produkt. Dette er dog ikke ensbetydende med, at disse artikler er usandfærdige. I alle tilfælde er det dog vigtigt også se på den øvrige presses dækning af sagen, da denne omtale i mange tilfælde havde en indflydelse på stemningen på Aktuelt og på holdningen til avisen hos baglandet i arbejderbevægelsen.

### ***Teoretiske overvejelser og anvendt teori***

I dette speciale bliver der benyttet to teoretiske retninger til at sætte projektets historiske og empiriske materiale i perspektiv, og komme med mulige forklaringsmodeller for samme. Den ene teoretiske ramme er gatekeepingteori, da projektet i høj grad handler om de forandringer i det redaktionelle indhold, som skete ved de to relanceringer af Aktuelt i henholdsvis 1987 og 1997. I specialet ses ikke snævert på avisens redaktionelle indhold, men også på avisen som helhed forstået som forretning og politisk motiveret udgivelse. Derfor bliver der i specialet

også i sekundær grad indraget medieforskning, som behandler annoncemarkedet på dagbladsområdet set i særligt forhold til aviser med bestemte politiske udgivelsesgrundlag.

### ***Gatekeepingteori***

Gatekeeping handler overordnet om den udvælgelsesproces, som sker, når der skal sorteres i alt det materiale, som strømmer ind på en avisredaktion hver dag. Gatekeepere - eller ledvogtere foretager på flere niveauer en udvælgelse af nyhederne, og er med til at bestemme, hvilke emner og sager offentligheden får mulighed for at danne sig en mening om. Derfor er der her en tæt sammenhæng mellem gatekeeping, agendasetting - dagsordensættelse og mediernes rolle som vogtere og kontrolfunktion i forhold til demokratiet.<sup>13</sup>

I teorien operer man med, at gatekeeping sker på tre niveauer, som alle tre bliver påvirket af en række eksterne faktorer.

Gatekeeping kan på de tre interne niveauer anskues på et "individuel niveau", "et rutinebureau" og et "organisatorisk niveau".<sup>14</sup>

Det individuelle niveau referer til de subjektive beslutninger om prioriteringen af nyhederne, der bliver foretaget af den enkelte journalist og redaktør på et medie. Journalister vil have forskellige værdier, som kan påvirke beslutningsprocessen. Det kan dreje sig om personlige holdninger, fordomme, interesser og opfattelser af nyhedskriterier.<sup>15</sup>

Rutineniveauet referer til de vaner og rutiner som ledvogterens udvælgelse, vinkling og framing er baseret på. For eksempel er det ofte normen på en avis, at begge sider af en sag skal frem, at nyheder skal skæres efter nyhedstrekanten eller, at man er opmærksom på, hvad de andre medier skriver.<sup>16</sup>

Det organisatoriske niveau referer til avisens interesser. Den enkelte gatekeeper kan bygge sine valg og fravalg på kriterier, som er formuleret (eksplicit eller implicit) af organisationen her forstået som chefredaktionens. Dermed kan der også ske en nedprioritering af de to nævnte niveaues indflydelse på prioriteringer. På baggrund af ledelsens udtalte eller udtalte politik kan den enkelte gatekeeper således vinkle artikler og udvælge stofområder til og fra, hvilket kan ske ud fra et ønske om at opnå større accept hos ledelsen.<sup>17</sup>

Fælles for de tre niveauer er, at de bliver påvirket i større eller mindre grad af en række eksterne faktorer. Det kan handle om avisens ønske om at være eller blive en rentabel

---

<sup>13</sup> Dearing og Rogers, 1996,

<sup>14</sup> Shoemaker, 1991, s. 33

<sup>15</sup> Shoemaker, 1991, s. 48-49

<sup>16</sup> Shoemaker, 1991, s. 50-52

virksomhed, annoncør-interesser, magtfulde interessegrupper og eliter, avisens ejerforhold, den øvrige medieverden og avisens læserskare.<sup>18</sup>

I forhold til dette speciale bliver det organisatoriske niveau i gatekeepingteorien forstået som Aktuelt's chefredaktionen et væsentligt fokus. Det skyldes, at specialet ser nærmere på, hvordan og i hvilken grad det lykkedes de skiftende chefredaktioner at ændre på praksis i forbindelse med de to omlægninger på såvel det individuelle niveau som på rutineniveauet. I ligeså høj grad vil specialet også undersøge de eksterne faktorerers indflydelse på avisens gatekeepingprocesser, da disse netop bliver tillagt en stor indflydelse i forbindelse med Aktuelt. Her kan tales om en direkte indflydelse fra selve ejerkredsen - nærmere bestemt LO. Det direkte ejerskab skal dog ikke bare forstås som organisationen LO som sådan, men også forstås som LO's enkelte medlemsorganisationer og interesser med indflydelse på avisens ejere som Socialdemokratiet, faglige græsrodder og læserkredsen.

Imidlertid tyder meget på, at det ikke er muligt at give en fyldestgørende forklaring på, hvorfor den redaktionelle prioritering er som den er alene ud fra nedskrevne redaktionelle politikker eller gængse nyhedskriterier. Det er en del af konklusionerne i to nyere hjemlige analyser af nyhedsudvælgelse og nyhedsværdier, som også vil blive benyttet i specialet. De to tekster er Ida Schultzs Ph.d.-afhandling Bag Nyhedskriterierne, der er et antropologisk feltstudie af den daglige nyhedsproduktion på DR's Tv-avis og Tv2-nyhedernes ditto fra 2005, og bogen Verden på Tilbud, som er redigeret af Hans-Henrik Holm fra 2000, der er lavet på baggrund af en undersøgelse af medierne udenrigsdækning i en uge i 1998 kombineret med interviews med journalister og redaktører.

Begge værker behandler nyhedsudvælgelsen i det daglige journalistiske arbejde på redaktionerne, der i forhold til gennemgangen af Shoemakers gatekeeping-niveauer først og fremmest kan beskrives som det individuelle niveau og rutineniveauet samt de lavere dele af det organisatoriske niveau i form af nyhedsredaktører eller redaktionssekretærer, som udøver den daglige nyhedsprioritering.

Ida Shultz tager i sit antropologiske feltarbejde teoretisk udgangspunkt i sociologen Pierre Bourdieus begreber felt, habitus, kapital og doxa, og kombinerer denne tradition med feltstudier af den daglige nyhedsudvælgelse på landets to største tv-nyhedsudsendelser. Hos

---

<sup>17</sup> Shoemaker, 1991, s. 60

<sup>18</sup> Hernan og Chomsky i Shoemaker, 1991, s.62

Ida Schultz ses den daglige redaktionelle proces som et socialt rum, der både består af et usagt og et diskursivt univers. Det førstnævnte er de forståelser af, hvad der er en god nyhed, som så at sige bygger på sandheder eller mavefornemmelser, der bliver taget for givet, men ikke diskuteret. Omvendt er det med det diskursive rum, hvor nyhedsværdierne er nedskrevne og offentlige og diskuterbare, hvilket eksempelvis gælder de fem nyhedskriterier om aktualitet, væsentlighed, identifikation, konflikt og sensation eller den enkelte virksomheds redaktionelle linje. Phd.-afhandlingens studier af den daglige praksis viser, at de udtalte nyhedsværdier som de almindelige nyhedskriterier eller medievirksomhedens specifikke politik ikke alene kan forklare den faktiske gatekeeping på redaktionerne. Derfor er det nødvendigt, at se på hvilke værdier og sociale mekanismer, som kendetegner det usagte i den redaktionelle proces.

<sup>19</sup> Netop de usagte nyhedsværdier defineres ifølge Ida Schultz i et nyhedsrum, hvor der foregår en stadig positioneringskamp både mellem de enkelte journalister på mediet og journalister på sammenlignelige poster på konkurrerende nyhedsmedier. Dette gør sig også gældende blandt mediets ledende medarbejdere eller chefredaktion på deres områder. Positioneringskampen handler fra den enkelte journalists side om at lave den bedste historie, så den bliver citeret andre steder, eller eksempelvis om at opnå en professionel anerkendelse i branchen. Kampen handler også om at opnå en god position på arbejdspladsen, og få spaltmeter eller tv-tid til sine historier.

En væsentlig konklusion på feltstudiet af nyhedsudvælgelsen på landets to største Tv-aviser er, at jagten på den eksklusive historie eller vinkel i realiteten udgør et sjette og ikke italesat nyhedskriterium. <sup>20</sup>

Den anden undersøgelse af nyhedsudvælgelsen i de danske medier er Hans-Henrik Holm mfl.'s undersøgelse af udenrigsdækningen på tv, radio og aviser i 1998. Selv om dette speciale ikke beskæftiger sig med udenrigsstoffet som andet end en artikelkategori blandt andre, så vil det også lade sig inspirere af bogens analysemodel af de faktorer, der har en indvirkning på den enkelte journalists gatekeeping. I bogens opereres der med en overordnet model af de faktorer, som har indvirkning på journalistens valg. Ligesom hos Ida Schultz benyttes begreberne om de bevidste og ubevidste værdier i forbindelse med de faktorer, som påvirker journalisten i den daglige nyhedsudvælgelse. I bogens analysemodel inddrages også begreberne input og output forstået som alle påvirkninger udefra og output forstået som de

---

<sup>19</sup> Schultz, 2005, s.197-2001

<sup>20</sup> Ibid., s.134-135



forestillinger journalister og medier gør sig om modtagerne og betydningen af mediets produkt. I forhold til de ubeviste faktorer som påvirker journalistens daglige valg, så peger man i bogen primært på forhold som den journalistiske rygmarv og selvforståelse, den herskende mening i samfundet eller omgangskredsen, mediets korpsånd og døgnets aktualitet.<sup>21</sup>

### ***Teorier om annoncer og oplag***

Specialet handler som nævnt i særlig grad om omlægningen af Aktuelt i 1987 og 1997, og forsøger at finde svar på, hvorfor det netop ikke lykkedes at opretholde en avis med udgangspunkt i fagbevægelsen og den socialdemokratiske grundholdning. For at forså en stor del af baggrunden for de to omlægninger er det vigtigt også at se på de forretningsmæssige sider af de to relanceringer af avisen. Det skyldes netop, at en stor del af målet for omlægningen til Det Fri Aktuelt i 1987 var, at avisen efter en økonomisk saltvandsindsprøjtning skulle kunne klare sig på almindelige markedsvilkår. Det skulle ikke bare ske ved et større oplag, men ved at avisen ligesom de borgerlige konkurrenter hentede størstedelen af indtægterne gennem annoncesalg.

Derfor vil der i projektet blive brugt forskellige teorier om, hvordan annoncemarkedet fungerer generelt og dets forhold til avisers læser- og oplagstal. Mere specifikt vil der også blive benyttet medieforskning, der omhandler særligt arbejderbevægelsens mediers situation i forhold til annoncemarkedet. Begge forhold og bliver behandlet i den norske medieforsker Sigurd Allerns bog *Kildenes Makt*, og bogens kapitel "Annoncørernes Makt" vil således indgå i analysen af de forretningsmæssige strategier og problemer i forhold til de kommercielle strategier omkring de to relanceringer af Aktuelt. Den benyttede forskning er alle koncentreret omkring skandinaviske forhold, hvilket skyldes, at en stærk A-presse på et ellers kommercielt avismarked siden efterkrigstiden fortrinsvis har været et nordisk fænomen. Det skal dog bemærkes, at forskningen er baseret på norske, svenske og finske forhold, og der derved kan være særlige danske forhold, som i nogen grad kan forringe tekstens brugbarhed.

### ***Kvalitative Interviews***

For at opnå et indblik i overvejelserne omkring Aktuelt internt i A-pressen og i det politiske og faglige bagland er der til dette speciale foretaget et tre kvalitative interviews med

---

<sup>21</sup> Holm, 2000, s. 28-29

medlemmer af A-pressens og Aktuelts bestyrelser. Da både chefredaktør Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen har givet deres version af hændelserne i bøger og i dagspressen, har jeg prioriteret for de to interviews vedkommende i stedet at gå til Aktuelts egentlige magthavere i "bevægelsen", som finansierede avisen, og som havde ansvaret for på hvilke overordnede rammer som avisen blev udgivet på. Og som i sidste ende også bestemte om fagbevægelsen overhovedet skulle udgive en avis.

Derudover er der foretaget et interview med Lisbeth Knudsen, som tiltrådte som chefredaktør på Det Fri Aktuelt og administrerende direktør for A-pressen i 1990. Endvidere overtog hun også stillingen som ansvarshavende redaktør, da Jørgen Flindt Pedersen forlod avisen i 1993. Lisbeth Knudsen fortsatte derefter i stillingerne indtil 1998. Valget af Lisbeth Knudsen som interviewperson skyldes, at denne afgørende periode i avisens historie ikke er belyst i medieforskningen eller i bøger og journalistisk i samme grad som forløbet omkring Det Fri Aktuelts opstart. Endelig er det tilgængelige materiale omkring denne periode i A-pressens arkiv forholdsvis begrænset.

Den ene interviewperson fra avisens bagland er direktør Bjarne Salomonsen, som i første omgang fra 1989 var kommitteret til bestyrelsen for A-pressen og af LO, for at overvåge økonomien og budgetterne i virksomheden. Siden blev han et væsentligt bindeled mellem LO og den daglige ledelse af bevægelsen, og stod fra 1995 bag de processer og forretningsmæssige overvejelser, som førte til den ny relancering af Aktuelt i 1997. Bjarne Salomonsen har fra 1998 og frem beklædt posten som adm. direktør for Aktuelts moderselskab A/S A-pressen og siden 2000 også for Net-Medier/nuværende Lynx-media. Bjarne Salomonsens særlige værdi som kilde er, at han var inde i de økonomiske detaljer i Aktuelts drift, og spillede en stor rolle både op til relanceringen i 1997 og i forbindelse med lukningen i 2000.

Den sidste væsentlige aktør i processen omkring Aktuelt er Dansk Metals daværende formand Max Bæhring, som sad i A-pressens bestyrelse fra før relanceringen af Aktuelt i 1986 og frem til lukningen. I sin egenskab af formand for Metal var Max Bæhring gennem alle årene en fremtrædende og magtfuld mand i fagbevægelsen og i forbindelse med overenskomstforhandlingerne i CO-Industri. Ifølge de tilgængelige referater udgjorde Max Bæring årene igennem en slags intern opposition i forhold til avisens redaktionelle linje, da han ud fra sit eget forbunds synsvinkel mente, at avisens indhold i højere grad skulle afspejle

baglandets interesser. Hans holdninger var igen ifølge referaterne dog ikke atypiske for mange forbundsformænd, og afspejler derfor nogle væsentlige brudflader mellem den daglige journalistiske ledelse af avisen og de egentlige ejere i LO's medlemsforbund.

### ***Kvantitativ indholdsanalyse***

Siden LO besluttede, at der skulle satses stort på mediefronten omkring 1985-1986 og frem til LO's seneste kongres har de overordnede målsætninger for mediepolitikken, som tidligere behandlet i specialet været forholdsvist konsistente. Grundlæggende sker organisationens indsats på området udfra en opfattelse af, at den stigende monopolisering og kommercialisering af medieverdenen er en fare for demokratiet og den almindelige lønmodtagers krav på alsidig og saglig information. Implicit i denne opfattelse ligger også en forståelse af, at den danske dagspresse er borgerligt domineret.

Et andet centralt punkt i forbindelse med den udvikling er, at *"LO (skal)medvirke til at modvirke en opdeling i samfundet mellem informationsstærke og informationssvage grupper, så alle får mulighed for at deltage i debatten om samfundets udvikling."*<sup>22</sup>, som man kan læse i organisationens seneste kongresbeslutning fra 2003.

Denne mission, der allerede fremhæves i LO's medieanalyse i 1989<sup>23</sup>, betyder i praksis i forhold til bevægelsens medier, at A-pressens medier skal give stemme til den almindelige lønmodtager, og skabe en avis, der henvender sig til dem med "saglige og samfunds - engagerende nyheder".<sup>24</sup>

Et tredje formål med, at arbejderbevægelsen laver et dagblad eller en tv-produktion er at sætte et øget fokus på fagbevægelsens kerneområde nemlig arbejdsmarkedet. Generelt er det ønsket, at fagbevægelsens arbejde bliver en del af den offentlige dagsorden, og at bevægelsens medier kan "styrke demokratiet og fagbevægelsen gennem mere direkte dialog mellem politisk valgte, faglige tillidsfolk og medlemmerne."<sup>25</sup>

For at kvalificere diskussionen om, hvordan LO's mediestrategi blev udført i praksis har jeg i specialet valgt at lave en kvantitativ indholdsanalyse, der tager udgangspunkt i ovennævnte

---

<sup>22</sup> Værdigrundlag for LO, 2003-2007, 2003

<sup>23</sup> Thulstrup, 1989, s. 8-9,

<sup>24</sup> Thulstrup, 1989, s. 8-9,

<sup>25</sup> Medierne og Fagbevægelsen, 1995, s 6.

sammendrag af hovedlinjerne i mediepolitikken. Undersøgelsen skal kort sagt give nogle fingerpeg om, hvorvidt Aktuelt har været i stand til at udfylde en rolle som et dagblad, der prioriterer nyhederne anderledes end de borgerlige og kommercielle medier. Konkret vil jeg undersøge Aktuelts prioritering af de forskellige stofområder sammenlignet med den borgerlig presse. For eksempel vil jeg undersøge omfanget af dækningen arbejdsmarkedsstoffet i Aktuelt, ligesom undersøgelse vil vise andre eventuelle forskelle i prioriteringen mellem Aktuelt og aviserne BT, Politiken og Jyllands-Posten.

En sådan undersøgelse er relevant, når det kommer til at bedømme kvaliteten af den praktiske udførelse af LO's mediestrategi, da den ikke alene kan bedømmes ud for en simpel markedsøkonomisk kalkule, men først og fremmest ses i forhold til organisationens politiske mål. Eller som der står i et baggrundspapir om medierne til LO's kongres i 1995 "Lader man i stedet mediet forsøge at overleve på markedsvilkår risikerer man, at indholdet udvandes, og målsætningen med at være alternativ til det borgerlige mediesystem bliver en tom skal".<sup>26</sup>

Rent praktisk er specialet undersøgelse inspireret af en lignende undersøgelse af programfladen på arbejderbevægelsens lokaltv-stationer udført af Kira Appel og Louise Scheibye i statskundskabsspecialet LO's mediepolitik - For Lokal-tv, 1996.<sup>27</sup> Dog har jeg defineret de enkelte kategorier, så de er tilpasset dagbladsmediet.

For at undersøge udviklingen i Aktuelts redaktionelle prioritering har jeg valgt at undersøge den redaktionelle prioritering gennem en optælling af avisens artikler i en uge i 1986, 1989 og 1999 fordelt på stofområder sammenlignet med den tilsvarende prioritering på de borgerlige aviser Politiken, Jyllands-Posten og BT.

Den første periode i undersøgelsen er fra 1.-7. marts 1986 fra før, at avisen blev omdannet til Det Fri Aktuelt, og havde ry for at være en loyal partiavis overfor ejeren LO og i høj grad og også Socialdemokratiet. Den anden periode er 1.-7. marts 1989, hvor man må antage, at omlægningen til Det Fri Aktuelt, der blev påbegyndt i 1987 er slået igennem. Endelig er den tredje periode 1.-7. marts 1999, hvor man må antage, at den anden omlægning af avisen i retning af en nicheavis, der blev påbegyndt i 1997, er slået igennem. På dette tidspunkt består chefredaktionen af Kresten Schultz Jørgensen og Anders Jerichow, der besad stillingerne som henholdsvis chefredaktør og ansvarshavende og administrerende chefredaktør.

---

<sup>26</sup> Ibid. s. 18

<sup>27</sup> Appel og Scheibye, 1996, s. 42

I undersøgelsen af Aktuelts redaktionelle linje har jeg valgt at sammenligne avisens prioriteringer med følgende erklærede borgerlige eller liberale aviser: BT, Jyllands-Posten og Politiken. Bevæggrunden for udvælgelsen af disse bunder i særligt to forhold. For det første bliver Jyllands-Posten og Politiken normalt regnet for yderpoler blandt de toneangivende morgenaviser, idet Jyllands-Posten har ry for at være den mest liberalistisk højreorienterede, og Politiken i hvert fald på det værdi- og kulturpolitiske plan bliver regnet for kulturradikal eller af nogen venstreorienteret. Årsagen til, at der i specialets undersøgelse foretages en sammenligning mellem Aktuelt og formiddagsavisen BT og ikke konkurrenten Ekstra Bladet er, at der er en stor lighed i avisernes læsersammensætning idet hele 42 % af BT's læsere i 1989 var LO medlemmer. En læsersammensætning, der kun blev overgået af Det Fri Aktuelt, der havde 54 % LO-medlemmer som læsere. I den sammenhæng skal det nævnes, at Ekstra Bladet havde 33 % LO-medlemmer blandt Læserne.<sup>28</sup>

### ***Kategorier***

I undersøgelsen, der beskæftiger sig med nyhedsprioriteringen i Aktuelt, Politiken, Jyllands-Posten og BT, har jeg valgt at fokusere på følgende stofområder:

#### *Arbejdsmarked.*

Dette område omfatter alt stof om overenskomster, lønforhandlinger, forandringer og begivenheder i arbejdsmarkedets organisationer, politiske udmeldinger fra faglige organisationer fra både forbundsplan og tillidsmandsplan, arbejdsløshedsproblemer, politiske indgreb på arbejdsmarkedet, voksen- og videreuddannelse og A-kasse-området.

#### *Arbejds miljø*

Området dækker både fysisk og psykisk arbejdsmiljø, problemer med farlige stoffer og kemikalier og lovgivningen på området.

#### *Social, sundhed og uddannelse*

Dækker områder som socialt udsatte, ældrepleje, hjemmehjælp, folkeskole, gymnasier, videregående uddannelser, folkesundhed, sundhedssystemet, børnehaver, vuggestuer og

### *Miljø*

Dækker forurening, vedvarende energi, økologi og bæredygtighed.

### *Erhverv*

Dækker udviklingen i erhvervslivet, erhvervspolitik samt udviklingen i finansverdenen.

### *Landspolitik*

Dækker stoffet, der udgår fra politikkerne på Christiansborg, i Kommunernes Landsforening, De økonomiske vismænd, partiorganisationerne og Amtsrådsforeningen.

### *Kultur og livsstil*

Dækker traditionelt kulturstof som anmeldelser, nyheds- og baggrundshistorier og interviews indenfor områderne musik, dans, kunst, litteratur. Film, teater, design, arkitektur og kulturpolitik. Endvidere dækker feltet også livsstilsområdet med shoppingsider, mad, mode, personlig sundhed og sex og samliv.

### *Udland*

Dækker de historier, der tager udgangspunkt i hændelser, der foregår i udlandet og eventuelle danske reaktioner derpå.

### *Andet*

Dækker de områder, der ikke falder ind i de førnævnte kategorier. Under denne kategorier hører blandt andet kriminalstof, vejrfænomener og kuriøse historier.

Optællingen er foretaget således, at al sports- og læserbrevsstof ikke er med i optællingen. Ligeledes er omtaler bagerst i avisen med omtaler af dagens eller ugens TV heller ikke talt med.

Rent praktisk er avisernes notestof og solo-billedtekster ikke talt med i optællingen. Til gengæld er samtlige signerede artikler og samtlige nyhedstelegrammer, der strækker sig over mere end en spalte talt med.

---

<sup>28</sup> Goul Andersen, 1989, s. 24

Når det gælder, hvilke sektioner i avisen som er med i optællingen, så medregnes alle faste sektioner med undtagelse af eventuelle sports-sektioner. Man kunne - for at lette arbejdet - have undladt at optælle artikler fra andre sektioner end avisernes første-sektioner, men det ville efter min mening give et skævt billede af avisernes prioriteringer af, hvad der er væsentligt stof. Eksempelvis kan man næppe undervurdere eksempelvis Politikens satsning på fredagens Ibyen sektion eller Jyllands-Postens daglige erhvervssektion.

I forhold til optællingen skal der særligt tages hensyn til to forhold. For det første ophører Aktuelt med at udkomme som Søndagsavis i 1988, og derfor vil antallet af artikler være mindre i de to nyeste optællinger. For det andet er der en række usikkerhedsfaktorer i forbindelse med optællingen af artiklerne såsom enkeltbegivenheder, der kan forrykke mediernes normale fokus. Men det skal understreges, at der i ingen af de omtalte uger har været folketings-, EU-parlaments- eller kommunalvalg. Ligeledes falder ugerne heller ikke sammen med regeringens finanslovsforhandlinger. Dog kan den første undersøgte uge i 1986 med nogen ret siges at være atypisk i forhold til mængden af udenrigsstof, da dele af den falder sammen med mordet på den svenske statsminister Oluf Palme.

#### Prioriteringer 1.-7. marts 1986:

	Aktuelt	BT	Jyllands-Posten	Politiken
Arbejdsmarked	45 (15 %)	6 (3 %)	23 (5,4 %)	18 (5,9 %)
Arbejds miljø	25 (8,3 %)	1 (0,5)	3 (0,7 %)	4 (1,3 %)
Social, sundhed og uddannelse	30 (10 %)	19 (10,7 %)	33 (7,8 %)	27 (8,8 %)
Erhverv	21 (7 %)	7 (3 %)	105 (24,9 %)	18 (5,9 %)
Landspolitik	35 (11 %)	31 (17,5 %)	40 (9,5 %)	32 (10,4 %)
Kultur og livsstil	53 (17,7)	60 (33 %)	110 (26,1 %)	96 (31,5 %)
Miljø	17 (5 %)	0 (0 %)	6 (1,4 %)	9 (2,9 %)
Udland	51 (17 %)	30 (16,9 %)	73 (17,3)	86 (28,1%)
Andet	21 (7 %)	23 (12,9 %)	28 (6,6 %)	15 (4,9 %)
Antal artikler	298	177	421	305

Prioriteringer 1.-7. marts 1989:

	Aktuelt	BT	Jyllands-Posten	Politiken
Arbejdsmarked	31 (12,7 %)	14 (6,7 %)	26 (6,5 %)	26 (5,6 %)
Arbejdsmiljø	4 (1,6 %)	1 (0,4 %)	1 (0,2 %)	7 (1,5 %)
Social, sundhed og uddannelse	24 (9,8 %)	23 (11 %)	35 (8,7 %)	49 (10,9 %)
Erhverv	12 (4,9 %)	8 (3,8 %)	109 (25,7 %)	53 (11,8 %)
Landspolitik	19 (7,7 %)	26 (12,5 %)	28 (7 %)	44 (9,8 %)
Kultur og livsstil	75 (30,7 %)	73 (35 %)	99 (24,7 %)	129 (28,8 %)
Miljø	9 (3,6 %)	3 (1,4 %)	25 (6,2 %)	17 (3,8 %)
Udland	50 (20,4 %)	13 (6,2 %)	57 (14,2 %)	91 (20,3 %)
Andet	20 (8,1 %)	47 (22,5 %)	20 (0,5 %)	31 (6,9 %)
Antal artikler	244	208	400	447

Aktuelts nyhedsprioritering 1-7 marts 1999

	Aktuelt	BT	Jyllands-Posten	Politiken
Arbejdsmarked	39 (17,9 %)	8 (3,1 %)	15 (5,9 %)	23 (5,6 %)
Arbejdsmiljø	3 (1,3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (0,7 %)
Social, sundhed og uddannelse	29 (13,3 %)	27 (10,7 %)	50 (14 %)	38 (9,3 %)
Erhverv	14 (6,4 %)	22 (8,7 %)	115 (32,3 %)	77 (18,9 %)
Landspolitik	21 (9,6 %)	29 (11,5 %)	26 (7,3 %)	39 (9,5 %)
Kultur og livsstil	42 (19,3 %)	100 (39,6 %)	80 (22,7 %)	141 (34,6 %)
Miljø	7 (3,2 %)	0 (0 %)	5 (1,4 %)	15 (3,6 %)
Udland	50 (23 %)	24 (9,2 %)	47 (13,2 %)	58 (14,2 %)
Andet	7 (3,2 %)	42 (16,6 %)	18 (5 %)	13 (0,3 %)
Antal artikler	217	252	356	407

***Undersøgelsens resultater***

Med de tidligere nævnte forbehold for optællingens repræsentativitet, så kan man konstatere, at Aktuelt i de tre undersøgte uger med tre forskellige redaktionelle linjer adskiller sig fra de borgerlige eller liberale aviser BT, Jyllands-Posten og Politiken på to områder i den



redaktionelle prioritering. Det drejer sig om avisens dækning af stofområderne "Arbejdsmarked" og Arbejds miljø. Ser man på kategorien Arbejdsmarked kan man se, at ikke alene er Aktuelt den avis, hvor arbejdsmarkedsstoffet procentvis fylder mest af de optalte artikler, men det totale antal af artikler om emnet er også i alle tre uger højere end i de tre borgerlige aviser. Dette resultat skal ses i forhold til, at de tre andre aviser alle havde en større journalistisk stab end Aktuelt og for Jyllands-Postens og Politikens vedkommende også dagligt havde et større antal sider og sektioner.<sup>29</sup>

I forhold til arbejds miljøstoffet er Aktuelts føring ikke ligeså markant, da avisen kun procentvis har flere artikler området, da Politiken i 1989 havde to artikler mere om emnet, og 1999 havde ligeså mange eller få artikler.

Når man ser bort fra de to nævnte stofområder, så er det begrænset, hvor meget optællingen fortæller om, hvorvidt Aktuelt over de tre perioder adskiller sig fra de øvrige aviser. Dog viser optællingen, at erhvervsstoffet er prioriteret lavere i Aktuelt end i Jyllands-Posten og Politiken. Ellers er prioriteringen tættest på de to morgenaviser, hvilket udmønter sig i, at Aktuelt ligesom de andre morgenaviser prioriterer udlandsdækningen højt i forhold til tabloidavisen BT.

Som nævnt er optællingen af Aktuelts artikler foretaget under tre forskellige redaktionelle linjer, og to relanceringer af produktet i henholdsvis 1987 og 1997. Selv om det ikke altid er nemt at ændre en avis indhold og profil, så viser optællingen, at særligt den første relancering ændrer markant på den redaktionelle prioritering. Mest iøjnefaldende er, at optællingen viser en kraftig opprioritering af kultur, livsstils og underholdningsstoffet. I procent udgjorde kulturstoffet 17,7 % af artiklerne i den undersøgte uge i 1986, mens dette tal i 1989 var steget til 30,7 %, og målt i antal betød det 24 flere artikler i kategorien. Derved kom Aktuelts procentvise kultur dækning op på linje med Politikens, hvor 28,8 % af artiklerne udgøres af dette stofområde, som altid har været et af avisens kerneområder. Dog er det totale antal kulturartikler i Politiken stadig større end i Det Fri Aktuelt.

Ligeså markant som Det Fri Aktuelts opprioritering af kulturstoffet efter relanceringen er en tilsvarende nedprioritering af stofområderne arbejdsmarked og arbejds miljø. Hvor der i ugen i 1986 var 45 artikler om emnet var tallet i 1989 kun 31. Endnu mere tydelig er avisen nedprioritering af arbejds miljøstoffet, som der i ugen i 1986 var 25 artikler af, og som

---

<sup>29</sup> Aktuelt havde i perioden højest to sektioner pr. dag, mens Politiken og Jyllands-Posten havde op til fire.

procentvis udgjorde 8,3 procent af de optalte artikler. I 1989 var antallet af artikler faldet til fire og procentvis udgjorde det kun 1,6 procent af artiklerne.

I forhold til de øvrige stofområder er det svært at se større forskydninger i den redaktionelle linje. Dog kan man notere en svag opprioritering af udenrigsstoffet, som også fortsætter under den undersøgte uge efter den senere relancering i 1999.

Den anden relancering af avisen, der startede i 1997, skulle omdanne avisen fra en omnibusavis i tabloidformat til en nicheavis eller supplementsavis til et særligt publikum af meningsdannere og politisk og fagligt interesserede.

Ser man på den undersøgte uge i 1999 kan man se, at der er sket en stigning i antallet af artikler om arbejdsmarkedsstoffet, da man går fra 31 til 39 artikler om emnet, hvilket falder i god tråd med intentionen om en øget specialisering af avisen. Til gengæld kan der ikke ses nogen opprioritering af arbejdsmiljøstoffet, hvor man i den undersøgte uge går fra at have fire artikler i kategorien til tre i 1999.

Overordnet set giver de redaktionelle prioriteringer i den undersøgte uge ikke noget klart billede af en avis, der er blevet omdannet fra en omnibusavis til en nicheavis, dertil er indholdet for bredt og for uforandret i forhold til tidligere. Dog kan et mindre antal af artikler i kategorien "andre artikler" i 1999 i forhold til 1989 fra 20 til 7 artikler ses som et resultat af en politik om, at man nedprioriterer begivenheder som trafikulykker, ildebrande, kuriøse historier og generelt politistof fra artikel til noteform, og forsøger at koncentrere kræfterne om avisens fokusområder. Optællingen af ugen i 1999 giver dog ikke et tydeligt billede af, hvad avisens fokusområder er for en størrelse efter avisens anden relancering.

Det skal dog understreges at en mere kvalitativ undersøgelse af avisernes vinkling, kildebrug eller perspektivering ville give et mere tydeligt billede af avisens officielle nye nicheprægede linje.

Ud fra læsningen af Aktuelt i de omtalte tre perioder får man som læser et indtryk af, at der er sket flere ændringer i den redaktionelle prioritering og i journalistikken end man kan aflæse af specialets optælling. Dette kan selvfølgelig ikke dokumenteres i samme grad i forhold til optællingen, men alligevel mener jeg, det er værd at bide mærke i en række forhold, som jeg har observeret under læsning af avisen.

En væsentlig forskel på Aktuelt i 1986 og Det Fri Aktuelt i 1989 er artiklernes længde. Før omlægningen var de fleste af avissiderne præget af mange noter, som primært behandlede indlandsstof og nyheder fra fagbevægelsen, socialdemokratiet og boligbevægelsen. Endvidere var de bærende artikler i reglen forholdsvis korte, og strakte sig sjældent over mere end en side. Dette ændrede sig med omlægningen, hvor kernen var avisens selvstændige journalistik, som blev prioriteret frem for alt andet. Det resulterede i længere artikler og færre noter, hvilket efter alt at dømme hævede avisens lixtal. Denne udvikling fortsatte også efter relanceringen i 1997, hvor artiklerne ser ud til at blive endnu mere teksttunge. Dog bruges der nu flere noter til at give overblik.

Ser man nærmere på stofområderne udland og kultur og livsstil, så er der også tale om en række ændringer i den journalistiske linje, som ikke fremgår af en simpel optælling. Andelen af udenrigsstoffet stiger noget i optællingen fra 1986 til 1989, og får ligeledes et nøk op i optællingen i 1999, men en nærmere læsning af udenrigsdækningen viser, at området i virkeligheden bliver opprioriteret mere end andelen antyder, da udlandssiderne i 1986 som regel bestod af nyheder fra nyhedsbureauerne, mens stoffet efter omlægningerne i 1987 og ligesåvel efter 1997-relanceringen fortrinsvis var egenproduceret.

Kategorien kultur og livsstil stiger voldsomt ved omlægningen i 1987, men der sker også en kvalitativ ændring i behandlingen af stoffet. Den del af kulturlivet, der dækkes på siderne bliver efter 1987 mere ungdomspræget med større vægt på de nyeste rock- og popplader, og man kan også tale om, at avisen går i direkte konkurrence med en avis som Politiken om at være den førende avis til at opdage nye tendenser i samtidskulturen. Før omlægningen var kulturstoffet mindre, og knap så ungdommeligt. Her anmeldte man de toneangivende bøger og tidens film, men var mere bredt formidlende end på forkant med tendenserne.

Endeligt mener jeg også, at man som læser kan observere en forskel på journalistikken før og efter Aktuelt fik sit såkaldte frihedsbrev i 1987. Dette kan måske bedst illustreres ved et eksempel fra 15. marts 1986, hvor både forsiden og et helt opslag var helliget en direkte mobiliserende optakt til et kæmpe folkemøde i protest mod den borgerlige regerings såkaldte påskepakke.<sup>30</sup> Her var der tale om en utilsløret politisk og mobiliserende journalistisk, som ligger langt væk fra den herskende opfattelse af journalistikkens uafhængighed og objektivitet, som lå bag Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen relancering i 1987. En sådan redaktionel udmelding var ikke mulig efter omlægningen i 1987.

---

<sup>30</sup> Aktuelt, 15/3-1986

# Kapitel 3 – optakt

## *Aktuelt og LO's mediepolitik*

Som nævnt i specialets indledning kan en undersøgelse af årsagerne til lukningen af Aktuelt i 2001 ikke kun tage udgangspunkt i, hvordan avisen klarede sig på mediemarkedet udfra et kommercielt synspunkt. Et ligeså væsentligt forhold er i hvilken grad, at det lykkedes for Aktuelts skiftende ledelser at lave en avis, der var med til at føre LO's mediepolitik ud i livet. At mediepolitikken blev set som et væsentligt arbejdsområde for LO kan ses på, at denne politik blev drøftet på alle kongresserne fra 1980erne og frem til årtusindskiftet og Aktuelts Lukning.<sup>31</sup>

Fra begyndelsen af 1980erne og op til relanceringen af Aktuelt opstod der en fornyet debat om udviklingen i mediebilledet og om LO og arbejderbevægelsens plads i denne. Denne debat skete efter, at A-pressen siden efterkrigstiden havde været i defensiven. Eller som det bliver konkluderet i et af bevægelsens oplæg, så havde den socialdemokratiske presse en pæn placering og indflydelse fra århundredeskiftet og indtil efterkrigstiden, så længe mediebilledet var præget af fire-bladsmønsteret, hvor hver provinsby havde en partiavis for henholdsvis Venstre, Radikale Venstre, Konservative og Socialdemokratiet. Som det bliver konkluderet af LO selv, så betød udviklingen i efterkrigstiden, at A-pressen mistede markedsandele dels på grund af en økonomisk udsultning af aviserne (Fra bevægelsen selv forf.), og dels fordi dagbladenes stigende annonceindtægter, der i kraft af dygtighed og delvist politisk pres altovervejende blev placeret i de borgerlige aviser.<sup>32</sup> Denne udvikling, som her skitseres, kan også beskrives som en øget kommercialisering af medierne, og en udvikling væk fra partiaviser til på papiret politisk uafhængige omnibusaviser og sensationspresse. Udviklingen havde den betydning i forhold til ejerskabet af dagbladene, at det i 1980erne var kommet så vidt, at omkring 92 % af dagbladene ifølge LO var styret af borgerlige eller kommercielle

---

<sup>31</sup> Eksempelvis oplæggene: Kampen om medierne, 1987, Medierne og Fagbevægelsens 1995, Medier Status og Udvikling, LO's værdigrundlag 2000-2003,

<sup>32</sup> Weber mfl., 1987, s.16

interesser.<sup>33</sup> Dette blev fra LO's side set som en monopolisering af mediebilledet, hvor man på regionalt plan kunne se, hvordan de tilbageværende borgerlige lokale dagblade i byer som Aalborg, Odense og Esbjerg havde et reelt regional nyhedsmonopol. Et monopol som de regionale mediehuse var ved at øge gennem kontrol af de nye lokalradioer og tv-stationer.<sup>34</sup> Som det fremgår af ovenstående blev koncentrationen af det borgerligt/kommercielle ejerskab til medierne anset som et selvstændigt problem set udfra et demokratisk synsvinkel, da man var af den grundlæggende opfattelse, at de borgerligt ejede medier på trods af de selv definerede sig som uafhængige omnibusmedier, der prioriterer ud fra nyhedskriterier i stedet for holdninger, virker grundlæggende politiserende i deres journalistik. Dette forhold opsummeres i fagbevægelsens eget interne uddannelsesmateriale "Medier er Magt" efter en række konkrete eksempler til en konklusion som lyder, at alle aviser er fyldt med indbyggede værdinormer, som man som læser skal sig være sig bevidst. Og det er ikke kun i de ledende artikler, men også i avisens nyheds- og reportagestof og i udvælgelsen af det, at den borgerlige holdning skinner igennem. Endvidere fremhæves, at pressen har en tendens til i højere grad at kaste nyhedskriterier og uafhængighed i pressede situationer som valgkampe og strejker.<sup>35</sup>

Kritikken af ejerskabet til medierne havde dog også i LO et bredere perspektiv, idet man oplevede en tendens til, at udviklingen gik imod en øget kommercialisering af mediebillede med alvorlige konsekvenser for LO's medlemmernes adgang saglig adgang til saglig og grundig information om politik om samfundsforhold. Mere præcist fremhæver man en udvikling, hvor medierne i højere grad end tidligere udelukkende vil orientere sig mod det størst mulige publikum og det bedst opnåelige annoncesalg i stedet for publicistiske idealer om at varetage politisk debat, informationer og kunst. Denne udvikling mente man også på længere sigt også ville præge public-service kanalerne, som også vil blive underlagt jagten på seertal.<sup>36</sup> Konsekvenserne af denne udvikling bliver uddybet andetsteds i en del af LO's Medieanalyse fra 1989, hvor man begynder at beskrive et fremtidsscenario med en stigende informationskløft, hvor en stor del af LO's lavtuddannede medlemmer ender som en informationssvag gruppe, da de vil hente størstedelen af deres information fra et underholdningspræget tv-medie og fra den såkaldte bingopresse forstået som formiddagsaviserne BT og Ekstra Bladet, mens de højtuddannede henter deres viden fra

---

<sup>33</sup> Ibid. s.16

<sup>34</sup> Ibid. s.17-21

<sup>35</sup> Hansen, 1986, s. 9-10,

<sup>36</sup> Sørensen mfl., 1990, s. 13

seriøse aviser og internationale tidsskrifter. Faren ved denne udvikling bliver fra LO's og Socialdemokratiets side, at den mediesvage gruppe kan blive nemme ofre for demagogiske strømninger som man dengang kendte fra Erhard Jacobsen og Mogens Glistrup, hvilket også kan true det solidariske grundlag bevægelsen hviler på.<sup>37</sup>

I forhold til det ovennævnte sammendrag af LO's opfattelse af udviklingen i mediebildet udstikker man en række målsætninger for bevægelsens aktiviteter på området, som de så ud omkring slutningen af firserne og den periode som dette speciale dækker. Det skal her understreges, at en LO's målsætninger for en dels vedkommende også omfattede lokalradio og tv-området, der ikke behandles i dette speciale.

Som nævnt i indledningen var det på baggrund af LO's analyse en selvstændig pointe for bevægelsen at eje sine egne medier, hvadenten der var tale om Aktuelt eller lokale radio- og tv-stationer. Dette ejerskab var både vigtigt på grund af muligheden for at komme ud med fagbevægelsens budskaber, og udfra en grundlæggende holdning om en demokratisering af produktionsapparatet i stil med organisationens daværende ØD-politik.<sup>38</sup>

Et andet perspektiv var, at arbejderbevægelsens medieindsats skulle have et demokratiserende perspektiv, hvor der i højere grad skulle være plads til, at det almindelige LO-medlem kunne præge samfundets meningsdannelse i netop arbejderbevægelsens medier.<sup>39</sup>

I forhold til, hvordan Aktuelts redaktionelle linje skulle udformes bliver det fra LO's side fremhævet, at avisen ikke skal konkurrere på formiddagsavisernes præmisser. I stedet skal man fokusere på at levere redelig samfundsinformation, der er skrevet, så det både er tilgængeligt(forståeligt), anvendeligt og i sidste ende har en mobiliserende virkning for den brede befolkning.<sup>40</sup>

Selv om det fra LO's side nævnes flere steder, at Aktuelt ikke skal føres tilbage til tidligere tiders partiavis, så fremgår det, at man stadig anser det for vigtig, at Aktuelt skrives med direkte baggrund i arbejderbevægelsens idégrundlag, og fremdrager bevægelsens mærkesager på arbejdsmarkeds- og arbejdsmiljøområdet. Avisens rolle er også målbevidst at fremdrage de forhold som de borgerlige helst vil holde skjult.<sup>41</sup>

---

<sup>37</sup> Thulstrup, 1989, s. 6-9

<sup>38</sup> Weber mfl., 1986, s. 7,

<sup>39</sup> Sørensen mfl., 1990, s. 28

<sup>40</sup> Thulstrup mfl., 1989, s. 8-9

<sup>41</sup> Weber mfl., 1986 s. 9, Sørensen mfl., 1990, s. 29

## ***Udviklingen på Aktuelt op til omlægningen i 1987***

Op til relanceringen af dagbladet Aktuelt i foråret 1987 stod LO og resten af arbejderbevægelsen midt i et vadedsted, når det kom til mediepolitikken. Stemningen var udfra, hvad man kan læse i referaterne fra bestyrelsesmøderne i A-pressen og de faglige lederes udmeldinger og specialets interviews præget af særligt to forhold:

- En A-presse, der mistede indflydelse samtidig med, at der i 1980erne skete en øget deregulering og kommercialisering af mediebilledet.
- LO-fagbevægelsen havde viljen til at præge det fremtidige medie billede med egne virksomheder og produktioner. Den ganske store vilje udmøntede sig også rent økonomisk, hvor LO alene i årene i 1986-89 ofrede 180-200 mio. kr. til selvstændig medieforskning og oprettelse af lokale radio- og tv-stationer.<sup>42</sup>

Den traditionelle A-presse var i midten af 1980erne under pres, og avisen havde mindre indflydelse på meningsdannelsen end tidligere. Dette var ikke en pludselig udvikling, men et resultat af, at A-pressen siden 1950erne og frem til 1970erne havde lukket alle koncernens aviser i provinsen på nær Ny Dag i Nakskov og Bornholmeren i Rønne. Kort sagt var koncernens styrke på markedet mindre end tidligere. Den manglende styrke kombineret med store økonomiske udskrivninger til Aktuelt svækkede LO's aktive mediepolitik's legitimitet både overfor medlemsforbundene og de menige medlemmer.<sup>43</sup>

Ser man nærmere på Aktuelts oplagstal, ser de med vore dages øjne ikke alarmerende ud. Hverdagsoplaget var i 1986 på 58.057 eksemplarer, og Søndags Aktuelt havde et oplag på 113.025, og gav isoleret set overskud. Faktisk havde selve avisens oplag været jævnt stigende siden midten af 1970erne og indtil 1982 under chefredaktør Bent Hansen. Derefter fulgte en oplagsnedgang indtil 1984, hvorefter hverdagsoplaget igen begyndte at stige fra 53.763 i 1984 til de førnævnte 58.057 i 1986 under chefredaktør Harry Rasmussen. Dog var søndagsavisens oplag noget sivede i samme periode.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Tal ifølge Professor Jørgen Poulsen RUC, tidl medl. af LO's mediekomité

<sup>43</sup> Bang Stald, 1988, s. 90

<sup>44</sup> Dansk Oplagskontrol

Imidlertid kan der efter min opfattelse peges på tre faktorer, som kan forklare, hvorfor der i LO var en opfattelse af, at Aktuelt var i krise, og at noget radikalt måtte ændres ved avisen. Den ene årsag var den mest jordnære, nemlig at der ikke var nogen udsigt til en forbedring af avisens økonomi og indtjening. LO's medlemmer var stadig nødt til troligt at betale et årligt driftstilskud, der i 1986 var nået op på 31 millioner årligt, og der var ikke udsigt til en ændring af denne praksis. Et andet faktum var, at selv om oplaget havde en positiv tendens, så havde A-pressen samtidig procentvis aldrig haft en mindre del af mediemarkedet.

Før omlægningen af Aktuelt i 1987 lå det samlede hverdagsoplæg for A-pressen på under 80.000 eksemplarer, og i forhold til at være leverandør af nyheder og holdninger til organisationens egne medlemmer, så svarede det til, at ud af LO's omkring 1,5 millioner medlemmer var det kun hver 20., der abonnerede på bladet, og med i dette tal er også medregnet abonnenterne på aviserne NY DAG og Bornholmeren. Tallet var endda i praksis betydeligt mindre, da bladet ikke kun blev købt af LO-medlemmer, samt at en stor del af abonnenter var institutions- og pligtabonnenter, da socialdemokratiske tillidsfolk var forpligtede til at holde avisen. Denne udvikling skal ses i forhold til at både det samlede dagbladsoplæg og befolkningstallet steg i perioden.<sup>45</sup>

Et andet dystert aspekt i forhold til avisens fremtid var truslen fra de dengang blandt LO-medlemmerne meget populære aviser BT og Ekstra Bladet, som både udgjorde en trussel til hverdag, men værst af alt kunne ødelægge koncernens eneste guldæg Søndags Aktuelt, hvis de besluttede også at komme ud om søndagen. Her havde Aktuelt indtil da været den eneste avis i tabloidformat om søndagen, og med en redaktionel profil, der passede bedre til formiddagavislæsernes ønsker end morgenavisernes søndagsudgaver. Disse økonomiske problemer og den tilspidsede konkurrencesituation fik LO og A-pressen til at konkludere følgende med SID's forbundsformand Hardy Hansens ord:

*Vi kan ikke spare os til en bedre position på avismarkedet. Valget stod mellem en nedlæggelse af avisen, eller en offensiv investering i Aktuelt.<sup>46</sup>*

Frygten for, at Aktuelt ikke ville kunne klare konkurrencen uden en økonomisk saltvandsindsprøjtning stod klart særligt i det sidste halve år inden omlægningen. Både for redaktionens, teknikens og trykkeriets vedkommende var der ifølge chefredaktionen allerede

---

<sup>45</sup> Bang Stald, 1988, s. 124

<sup>46</sup> Næstformand for A-pressens bestyrelse Hardy Hansens indstilling vedr. A-pressen på LO's kongres 1987



sparet ind til benet, for at holde udgifterne indenfor det ordinære tilskud fra LO<sup>47</sup>, der siden kongressen i 1972 havde været på 10 millioner pristalsregulerede kroner årligt, og i 1986 var på 31 millioner. Ved årsskiftet 1986/1987 var den økonomiske situation stærkt problematisk, idet underskuddet i selskabet var nået op på 28 millioner i tredje kvartal 1986 efter det ordinære tilskud, hvilket var 3,7 millioner mere end budgetteret. Det betød, at selskabet for første gang siden 1975 var nødt til at tære på egenkapitalen.<sup>48</sup> Denne situation stillede avisen dårligt i konkurrencen, for der ifølge redaktionen selv ikke mange steder tilbage, hvor der kunne spares på avisen. Journalisternes lønninger var allerede markant lavere end på de tre store morgenaviser og de to tabloidaviser, og chefredaktionen beklagede da også, at når avisen endeligt fik opbygget et journalistisk talent fra grunden, så blev journalisten som regel købt af de kapitalstærke konkurrenter.<sup>49</sup> Også teknikken og A-pressens trykkeri i Hillerød var nedslidt, hvilket medførte store udgifter til reparationer, og den forældede teknik besværliggjorde nye redaktionelle tiltag. Eksempelvis havde avisens flagskib Søndags Aktuelt branchens tidligste deadline klokken 18.00 om lørdagen, og teknikken satte stramme grænser for antallet af sider og tillæg. En manglende fleksibilitet, der også var problematisk i forhold til annoncesalget.<sup>50</sup>

Påstanden om, at det ikke var muligt at spare sig til et bedre økonomisk resultat er dog diskutabel. I praksis havde avisen 74 fastansatte redaktionelle medarbejdere før omlægningen, hvilket må betegnes som relativt høj bemanning i forhold til oplaget og avisens sideantal. Der blev også i det journalistiske miljø talt om en redaktion med en lav produktivitet.<sup>51</sup> Selv om de økonomiske problemer blev drøftet på bestyrelsesmøderne siden slutningen af 1985 og frem til 1987, så blev der ikke luftet planer om drastiske besparelser i form af omfattende nedskæringer i bemanningen eller lukning af koncernens trykkeri i Hillerød på bestyrelsesmøderne frem til ansættelserne af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen i 1987.<sup>52</sup>

Den tredje årsag til krisestemningen og samtidig beslutningen om den store satsning på relanceringen af avisen er af en mindre konkret karakter, men kan beskrives som en manglende respekt for avisens journalistiske kvalitet og troværdighed. Her tænkes ikke så

---

<sup>47</sup> En avis ved et årsskifte 1986/87 - Årlig redaktionel beretning til A-pressen

<sup>48</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 25/11 1986

<sup>49</sup> En avis ved et årsskifte 1986/87 - Årlig redaktionel beretning til A-pressen

<sup>50</sup> Brev fra Grimur Gunnarsen til A-pressens bestyrelse 1986

<sup>51</sup> Bang Stald, 1988, s. 120

<sup>52</sup> Bestyrelsesmøder i A-pressen fra 12/12-1985 til 12/1-1987

meget på den enkelte læsers indtryk af avisens troværdighed, men først og fremmest på den øvrige medieverdens, journaliststandens og det såkaldte lag af meningsdanneres respekt for den gamle arbejderavis. Denne manglende respekt for avisen som journalistisk produkt kan ikke bare ses som en del af årsagen til relanceringen, men også mere direkte som årsagen til, at LO netop valgte at ansætte datidens mest offentligt respekterede tv-journalister som chefredaktører. Selve det negative billede af Aktuelt blandt meningsdannere blev klart udtrykt i Aktuelt af redaktionen selv ved den nye redaktions tiltrædelse, hvor Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen sammenfattede avisens problemer sådan:

*"Mangel på troværdighed, for mange servicemeddelelser til fordel for parti og fagbevægelse, for få nyheder, for ligegyldige historier, manglende journalistisk udvikling og for få penge, behov for nye kræfter og penge"*<sup>53</sup>

Det var også samme billede som chefredaktør Jørgen Flindt Pedersen gav til de første møder med A-pressens bestyrelse i forbindelse med ansættelsen og relanceringen, hvor særligt Aktuelts status som partiavis blev udnævnt som hovedproblem. Aktuelt havde udviklet sig et menighedsblad, der var uden betydning både inden og udenfor bevægelsen, fordi det ikke blev redigeret på Rådhuspladsen (Aktuelts daværende adresse), men af parti- og LO-toppen, lød fra den kommende redaktør den 21. januar 1987 til Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensens første møde med A-pressens bestyrelse.<sup>54</sup> At denne analyse i hvert fald afspejlede en del af den offentlige mening til avisen tyder en del på. Den kom tilsyneladende ikke som nogen overraskelse for selskabets bestyrelse, der kort efter godkendte ansættelsen af redaktørerne. Forståelsen af, at avisen havde været hæmmet af en manglende troværdighed, fordi avisen har været styret som en gammeldags parti- og bevægelsesavis blev også bakket op af A-pressens næstformand Hardy Hansen på Kongressen i 1987, hvor avisen fik bevilliget det ekstraordinære tilskud på 238 millioner over fire år. Han fremhævede betydningen af den nye uafhængighed særligt af hensyn til konkurrencen med de borgerlige aviser.

*"Det er lykkedes for de borgerlige aviser, at fremstå som de uafhængige og troværdige. Selv om det ikke er sandheden"*<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Aktuelt 9/2-1987

<sup>54</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 214

Referaterne fra A-pressens bestyrelsesmøder i 1986 og en skrivelse fra avisen medarbejderforening fra samme år viser, at virksomhedens troværdighed netop på dette tidspunkt vaklede ekstraordinært, men det skyldtes sådan set ikke avisens journalistik. Det skyldtes derimod selskabets delvise ejerskab af den københavnske lokaltv-station City TV, der sammen med Aktuelts annonceafdeling spillede hovedrollen i en stærkt mediedækket sag om overtrædelse af lotteri- og reklamelovgivningen i forbindelse med stationens Bingoprogram, der blev lavet i samarbejde med Aktuelts annonceafdeling. Beskyldningen var, at en af leverandørerne af præmierne - bilfirmaet Opel - var blevet lovet gratis omtale, hvis de blandt andet leverede biler gratis som præmier. Det stred dengang mod lovgivningen på lokal-tv-området, hvor der var reklameforbud. Men samtidig var det svært at overleve som lokalmedie uden reklamer, hvilket fristede mange til at omgå lovgivningen. Det er uden for dette speciales felt at gå ind i juraen i denne sag, men sagen gav offentligheden et billede af socialdemokratisk pamperi, idet sagen involverede både A-pressen, City TV, Aktuelt og den socialdemokratisk prægede ungdomsorganisation DUI - leg og virke. Denne sag gav anledning til stor aktivitet og diskussion i A-pressens bestyrelse, hvor der også var intern splittelse mellem direktøren Aksel Stendell Jensen, som ikke mente, der var begået fejl og næstformand Hardy Hansen, der mente at sagen nødvendiggjorde en selvansøgelse.<sup>56</sup> At denne for længst glemte historie gjorde ondt på Aktuelt medarbejdere og ledelse kan ses på, at medarbejderforeningen skrev et protestbrev til A-pressens bestyrelse, hvor de beklagede sagen, og bad bestyrelsen rydde op, da sagen havde skabt krisestemning på redaktionen.<sup>57</sup> Også i chefredaktionens redegørelse for det forgangne år 1986 fylder sagen en del, og det understreges, at den øvrige presses kampagne mod Aktuelt og A-pressen havde gjort, at stemningen på redaktionen havde været helt bund.<sup>58</sup>

Som beskrevet så frygtede LO-toppen for en stadig mindre gennemslagskraft i medie billedet på grund af A-pressens relative svækkelse. På det politiske plan havde Danmark været ledet af en borgerlig regering siden 1980, hvilket ikke var en ønskesituation for bevægelsen. På det mediepolitiske plan stod regeringen for en politik, der gik ud på at bryde med DR's monopol på både radio og fjernsyn.

---

<sup>55</sup> Næstformand for A-pressens bestyrelse Hardy Hansens indstilling vedr. A-pressen på LO's kongres 1987

<sup>56</sup> Bestyrelsesmøder i A-pressen, 16/12-1986 og 14/1-1986

<sup>57</sup> Brev fra Aktuelts medarbejderforening til bestyrelsen i A/S A-pressen 14/1,1986

<sup>58</sup> En avis ved et årsskifte 1986/87 - Årlig redaktionel beretning til A-pressen

Dette skulle både ske ved at oprette en anden selvstændig statskontrolleret tv-station, og ved at åbne op for rent kommercielle og ofte udenlandske aktører i de elektroniske medier. En udvikling som LO-toppen så på med stor bekymring.

Modsvaret til udviklingen, der under Schlüter-regeringen gik i mod en øget liberalisering kombineret med en markedsskabt øget monopolisering i dagspressen, var en storstilet satsning på relanceringen af Aktuelt i 1987 og en satsning på Lokalradio og tv, der begyndte allerede i 1983, og for alvor tog fart i årene 1986-1989, hvor LO's mediekomite brugte 180 til 200 mio. kr. på området.<sup>59</sup> De mediepolitiske tanker bag denne satsning er beskrevet nærmere i specialets selvstændige kapitel om LO's mediepolitik.

På trods af, at der i LO, og i fagforbundene blev gjort tanker og brugt store økonomiske ressourcer på lokale medier, så var der ikke på det elektroniske område nogen særlig omfattende koordinering på det øverste LO-plan. Derudover var forsøgene på at lave overordnede selskaber, som skulle samle tv- og radioaktiviteterne var svage, og allerede i økonomiske problemer. Den situation prægede blandt andet bevægelsen største aktører DanTV og AEM-Invest. Grunden til svagheden og problemerne skyldtes dels manglende erfaring med medieområdet og den daværende lovgivning på Lokal-tv- og radioområdet, og en tredje årsag var ifølge Bjarne Salomonsen fra A-pressen, at LO-organisationen blev kastet hovedkulds ind på området, fordi de lokale forbund og afdelinger allerede havde involveret kraftigt i en række vidt forskellige lokale projekter.<sup>60</sup>

Alligevel blev det ikke omkring årsskiftet 1986/1987 i den øvrige mediebranche såvel som fra politisk hold set som nogen given sag, at LO og fagbevægelsen i de to kommende årtier skulle blive reduceret til en beskedent spiller på markedet. Faktisk frygtede politikerne fra de erklærede borgerlige partier til Det Radikale Venstre, at fagbevægelsen skulle blive en så dominerende aktør på det kommercielle tv- og radiomarked, at det kunne svække det kommende TV2, som var under planlægning på dette tidspunkt. Som et eksempel på denne opfattelse i det politiske miljø, så var årsagen til, at de Radikale - mod deres oprindelige linje

---

<sup>59</sup> Tal ifølge Professor Jørgen Poulsen RUC, tidl. medl. af LO's mediekomite

<sup>60</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 117

- gik med til at indførelse reklamer på TV2 netop truslen fra arbejderbevægelsens TV-stationer.<sup>61</sup>

Set med senere tiders indblik i de gevaldige økonomiske og redaktionelle problemer i arbejderbevægelsens tv- og radiostationer kan den øvrige medieverdens og det borgerlige Danmarks reaktioner se absurde ud, men med datidens øjne var det faktisk arbejderbevægelsen, der havde gået foran den etablerede "borgerlige" mediebranche ved allerede i forbindelse med den første forsøgsordning for lokalradioer i 1983 at gå aktivt ind på området.<sup>62</sup> Ligeledes var A-pressen og LO også blandt de første til at oprette lokal-tv stationer. Som det fremgår af afsnittet om "organisation og økonomi", så var LO-fagbevægelsen den aktør, som havde kontrol over flest lokale radio- og Tv-stationer ved indgangen til den periode som specialet behandler.

I forbindelse med LO's satsning kan det også have spillet en rolle, at organisationens ledelse ønskede en generelt større politisk gennemslagskraft. Det fremhæves af tidligere Metalformand Max Bæhring, som mener, at LO med formand Knud Christensen i spidsen led under, at man ikke havde formået at opnå samme indflydelse på det politiske liv, som man havde haft under den navnkundige formand Thomas Nielsen i 1970erne og starten af 1980erne.<sup>63</sup>

## ***Organisation og økonomi***

Før vi ser nærmere på selve udviklingen i dagbladet Aktuelt fra omlægningen i 1987 og frem til lukningen er det vigtigt at klargøre dagbladets selskabsmæssige karakter, og hvordan LO's øvrige medieaktiviteter var organiseret.

Før LO's kongres i 1987 godkendte den økonomiske og redaktionelle relancering af Aktuelt stod LO direkte eller indirekte bag en lang række medieaktiviteter, og formentligt havde LO-fagbevægelsen ikke været økonomisk og administrativt engageret på medieområdet siden dengang hver by havde sin egen socialdemokratiske avis. Det skyldtes særligt, at LO siden 1983 var gået markant ind i oprettelsen af lokale radio- og tv-stationer. Medieindsatsens var hovedsageligt fordelt på tre områder, dagbladsområdet, ejerskab og produktion af Lokalradio- og tv og udgivelsen af organisationens eksterne blad LO-bladet. Derudover udgav

---

<sup>61</sup> Bruhn Jensen, 1997, s. 185

<sup>62</sup> Bang Stald, 1988, s.167

<sup>63</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s.120

medlemsforbundene 26 landsdækkende fagblade.<sup>64</sup> Et billede af LO og medlemsforbundenes forbrug på medieområdet i perioden får man i LO-rapporten Fagbevægelsens ressourceforbrug 1987-1993 fra 1989, hvor man har forsøgt at opgøre medieforbruget for året 1988. Her fremgår det, at dette år A-pressen modtog 117 mio. kr. i støtte, de elektroniske nærmedier og radio- og Tv-produktionen udgjorde et beløb på cirka 37 mio., og endeligt hvis man medregnede udgifterne til de enkelte medlemsforbunds fagforeningsblade, pjecer og kampagner, så brugte LO-fagbevægelsen et beløb på omkring 500 mio. kr. årligt på medieaktiviteter. Og det er endda ifølge rapporten muligt, at det virkelige tal var højere.

*Der er intet, der tyder på, at det faktiske, nuværende ressourceforbrug er mindre end vist i vore opgørelser.*<sup>65</sup>

Konstruktionerne bag LO's medieaktiviteter var forskellige, men for de elektroniske mediers vedkommende var selve stationerne funderet i lokale selskaber typisk med udgangspunkt i de lokale LO-sektioner. Selv om de elektroniske aktiviteter var lokalt funderet var de som nævnt et resultat af LO's centrale mediepolitik, og udgifterne til stationerne blev også for en stor dels vedkommende betalt af LO's mediepulje og gennem det selvstændige selskab AEM invest.<sup>66</sup> Omfanget af de elektroniske medieaktiviteter var ved indgangen af specialets periode følgende:

På TV-området drev og ejede LO-fagbevægelsen i forskellige konstellationer lokaltv-stationerne TV-Bornholm, TV-Aalborg, TV-Frederecia (Senere TV-Trekanten), TV-Odense, TV-Svendborg, ALT/TV i Esbjerg og Kanal A-TV i Århus. På radioområdet rådede LO-fagbevægelsen samtidig over hele 30 stationer fordelt over hele landet, og man planlagde flere.<sup>67</sup>

Anderledes var den konstruktion, som Aktuelt var en del af. Siden 1970 havde Aktuelt været hovedvirksomheden i Aktieselskabet A-pressen, der formelt var et selskab som alle andre, og skulle drives efter almindelige forretningsmæssige principper. Udover Aktuelt omfattede selskabet også de to lokale dagblade Ny Dag i Nakskov og Bornholmeren, to lokale annoncefinansierede ugeaviser og to trykkerier. Indtil 1986 var A-pressen også involveret i de

---

<sup>64</sup> Bang Stald, 1988, s. 111

<sup>65</sup> Jensen mfl., 1988, s. 6-7

<sup>66</sup> Jensen mfl., 1988, s. 18

<sup>67</sup> Bang Stald, 1988, s.111-112

elektroniske medieaktiviteter, men disse stærkt underskudsgivende aktiviteter blev udskilt fra selskabet for ikke at belaste fagbevægelsens væsentligste medievirksomhed.

Som kommercielt medieselskab var A-pressen atypisk. Det skyldtes at selskabet ikke var lønsomt, og under normale vilkår var lukket, og dels at selskabet var politisk styret, hvilket blandt andet fremgik af bestyrelsens sammensætning.

Hovedaktiviteten Aktuelt havde siden en kongresbeslutning i 1972 årligt fået bevilliget 10 millioner pristalsregulerede kroner årligt, hvad der er i 1987 var lig med 31,1 millioner kroner. I forbindelse med relanceringen i 1987 blev der endvidere i perioden 1987 til 1991 bevilliget et samlet ekstraordinært tilskud fra LO på 238 mio. kr.<sup>68</sup>

I forhold til selskabets afhængighed af tilskud og status som fagbevægelsens og socialdemokraternes medieplatform var det heller ikke mærkeligt, at A-pressens bestyrelse var politisk sammensat således, at formanden for selskabet var identisk med LO's formand og næstformandsposten var besat af formanden for SID. Derudover bestod den 13 mand store bestyrelse af repræsentanter fra andre dele af LO-fagbevægelsen, Socialdemokratiet og andre af arbejderbevægelsens organisationer. Bestyrelsen havde i forhold til Aktuelt magten til at udnævne avisens direktion, der tog sig af avisens drift. Formelt blev avisens indhold bestemt af Aktuelts redaktion, men der havde gennem alle årene været tradition for, at både direktion og bestyrelse blandede sig i avisens redaktionelle linje. Relanceringen af Aktuelt og ansættelsen af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen som chefredaktører betød imidlertid en ændring i magtfordelingen på aktuelt til redaktionens fordel, da redaktørerne kom med i direktionen og derved fik større indflydelse på selskabets drift og økonomi.<sup>69</sup>

## Kapitel 4 - Det Fri Aktuelt

### *Redaktionel Linje*

Set i lyset af, at omlægningen af Aktuelt i den resterende medieverden i 1987 blev set som en særdeles stor udfordring af den øvrige presse, så er det interessant at se nærmere på, hvad det redaktionelle og journalistiske indhold bag fornyelsen var. Det er først vigtigt at fastslå, at selve ansættelsen af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen i sig selv betød et mindre

---

<sup>68</sup> Bang Stald, 1988, s 116-117.

nybrud i forhold til den redaktionelle linje, da ingen af redaktørerne kom fra et job indenfor bevægelsen eller dens presse, hvilket tidligere oftest var tilfældet. Der blev dog også taget politiske hensyn i forbindelse med ansættelserne, da man fra LO's side i første omgang henvendte sig til Jørgen Flindt Pedersen, da man mente, at han politisk lå i nærheden af bevægelsen. Det skyldtes, at særligt Jørgen Flindt Pedersen havde en fortid som aktiv socialdemokrat, og gennem mange år havde haft tætte sociale kontakter til socialdemokratiske topfolk, ligesom Erik Stephensen havde været medlem af partiet.<sup>70</sup> Men også makkerparrets journalistik på DR havde en venstreorienteret profil med særligt fokus på kritiske dokumentarudsendelser om erhvervslivet. Blandt andet blev parret landskendte på et program om A. P. Møller og rettighederne til Nordsøolien.<sup>71</sup>

Som journalistiske profiler var der alligevel tale om to helt forskellige typer i forhold til de to forgængere Bent Hansen og den afgangende redaktør Harry Rasmussen, som gik af i begyndelsen af 1987. Begge forgængere var nemlig tæt knyttet til, og havde en stor forståelse for det politiske spil internt i fagbevægelsen og Socialdemokratiet. Ligeledes havde de begge arbejdsmarkedsstoffet som et væsentligt personligt interesseområde.

*- Harry Rasmussen var en dygtig journalistisk håndværker, og måske vigtigst af alt så kendte han det faglige stof til fingerspidserne, og viste hvem som var hvem i bevægelsen i detaljer. Det samme kunne man sige om Bent Hansen, selv om han var en anderledes redaktør, som tænkte mere i temaer og kampagner,<sup>72</sup> siger Max Bæhring.*

Selv om Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen politisk befandt sig i nærheden af socialdemokratiet, så havde de ikke de tidligere redaktørers nære forhold til bevægelsen, og de bestræbte sig heller ikke på det. De ønskede avisen drevet på et andet journalistisk grundlag end det hidtidige, og var i højere grad inspireret af principperne bag den journalistik, der blev bedrevet på DR og i den såkaldte borgerlige presse. Dette kom blandt andet frem på redaktørernes første møder i A-pressens bestyrelse, hvor de kom med en stærk kritik af det eksisterende Aktuelt, og stillede håndfaste krav til, hvilke retningslinjer avisen skulle udgives efter.

---

<sup>69</sup> Bang Stald, 1988, s.113-14

<sup>70</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 117-119

<sup>71</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 181-186

<sup>72</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 119



Ser vi først på Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensens kritik af aktuelt af Aktuelt, som det blev formuleret i et skriftligt oplæg på deres første møde med A-pressens bestyrelse. Her var den overordnede kritik, at bladet var ude af trit med tidsånden og samfundet generelt, og at journalistikken ikke appellerede til den almindelige læser. Og værst af alt blev avisen for sjældent citeret i andre medier, da den blev regnet for en propagandaavis for LO og Socialdemokratiet. Denne opfattelse havde ifølge Flindt Pedersen og Stephensen også hold i virkeligheden, da de ikke mente, at avisen blev drevet ud fra sædvanlige journalistiske kriterier.

*"For mange servicemeddelelser til særligt interesserede, "medlemsblad". Indtryk af en usaglig prioritering. For mange referater af generalforsamlinger i små forbund",*<sup>73</sup> stod der i oplægget.

Den manglende troværdighed gjorde sig ifølge redaktørerne også gældende i forhold til avisens politiske dækning, hvor de hæftede sig ved, at linjen var politisk enøjet og subjektiv.

*"Avisen går så at sige udfra, at alt hvad de borgerlige foretager sig er dybt åndssvagt eller moralsk forkasteligt. Og det er jo ikke altid tilfældet... Det kan godt være at blandingen af subjektivitet og fakta i det politiske stof var en succes i Ekstra Bladet i 1960erne og 1970erne, men de moderne læsere forlanger fakta og objektivitet"*<sup>74</sup>, fortsætter oplægget.

I forhold til det journalistiske indhold fremhævede Flindt Pedersen og Stephensen også manglen på generel udvikling af journalistikken. Selv om redaktørerne ikke talte om at ændre på avisens politiske udgivelsesgrundlag kritiserede de også avisens ledende artikler og kommentarer for at være forudsigelige og uinteressante.<sup>75</sup>

Det væsentligste nøgleord for omlægningen var troværdighed og uafhængighed, som blev understreget af, at redaktørerne Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen fik indført, at den redaktionelle linje og artiklerne i avisen udelukkende var under redaktionens - og ikke

---

<sup>73</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>74</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

bestyrelsens eller ejernes kontrol. Dette punkt var så væsentligt for de to redaktører, at de stillede det som en absolut krav i deres kontrakter. Mere præcist krævede de:

*"Avisen må aldrig blive taget i en fortielse - bevidst eller ubevidst - som udspringer af ejerskabet"<sup>76</sup>*

Eller som det fremgik af Jørgen Flindt Pedersen ansættelseskontrakt:

*"Det påhviler den samlede direktionen at afvise ethvert udefrakommende forsøg på indblanding i dagbladets redaktionelle indhold, herunder kommentarer ledere og artikler. Dette gælder også henvendelser fra A-pressens ejerkreds"<sup>77</sup>*

Det betyder ikke nødvendigvis, at den hidtidige avis var en stramt styret partiavis, hvor alle artikler skulle godkendes i bestyrelsen eller hos ledelsen af LO. Således fremgår det ikke af bestyrelsesmøderne fra før omlægningen, at det redaktionelle indhold i højere grad end senere eksempelvis blev diskuteret på bestyrelsesmøderne<sup>78</sup>, hvilket bekræftes af bestyrelsesmedlemmet Max Bæring. Ligeledes havde avisen også været igennem en udvikling i særligt 1960erne og 1970erne, hvor avisen udviklede sig fra en traditionel partiavis i retning af en populær nyhedsavis, som blev i hvert fald delvist prioriteret efter de traditionelle nyhedskriterier. Omvendt er der heller ikke tvivl om, at Aktuelt blev redigeret i tæt dialog med ledelsen af LO, Socialdemokratiet og de toneangivende forbund.

- *Omlægningen betød ikke noget for bestyrelsens magt, men meget af den daglige dialog med baglandet forsvandt ved omlægningen, siger Max Bæring.<sup>79</sup>*

Et eksempel på avisens nære tilknytning til bevægelsen var, at avisens journalister havde adgang til socialdemokratiets lukkede gruppemøder i folketingsgruppen. En ordning, som straks blev afskaffet af avisens nye chefredaktion.

---

<sup>75</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>76</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>77</sup> Ansættelseskontrakt mellem bestyrelsen for A-pressen og Jørgen Flindt Pedersen, §2, 1987

<sup>78</sup> Bestyrelsesmøder i A-pressen, 1986-1988

<sup>79</sup> Interview med Max Bæring, 2006, s. 121

En naturlig konsekvens af denne uafhængighed var, at arbejderbevægelsen og socialdemokratiet nu skulle behandles ligeså kritisk som organisationer, der var modstandere af avisens socialdemokratiske grundlag. Dette skete under mottoet: " Intet er helligt - heller ikke bevægelsen selv"<sup>80</sup>

Faktisk var der ikke alene tale om, at avisen principielt skulle dække bevægelsens selvkritisk, men ifølge Jørgen Flindt Pedersen egne erindringer var det også nødvendigt for avissatsningen, at Det Fri Aktuelt hurtigt lagde ud med et par slagkraftige afsløringer af misforhold i arbejderbevægelsen. For ellers ville den nye uafhængige linje ikke blive taget alvorligt. Det var det råd, som Jørgen Flindt Pedersen fik fra den øvrige mediebranche<sup>81</sup>, og som han og Erik Stephensen bevidst eller ubevidst søgte at føre ud i livet.

Denne strategi, som der ikke ligger skriftlige dokumentation for var cleareret med baglandet, blev ret konsekvent gennemført i forbindelse med omlægningen og redaktørskiftet. Allerede den 19. april blev forsiden ryddet af den såkaldte "Bolind-sag", der handlede om uregelmæssigheder og kammerateri i en socialdemokratisk domineret boligforeningsbestyrelse.<sup>82</sup> Og tidligere på ugen havde den nyansatte "stjernejournalist" Lasse Ellegaard lavet et særdeles kritisk portræt af Københavns socialdemokratiske borgmester Egon Weidekamp i den subjektive "new journalism-stil".<sup>83</sup>

Selve idegrundlaget bag udgivelsen af Aktuelt blev i forbindelse relanceringen i princippet ved med at være det samme forstået som, at bladet skulle udgives på et socialdemokratisk grundlag, og være knyttet til arbejderbevægelsen. Alligevel er det svært at se, hvordan det socialdemokratiske idégrundlag eller fagbevægelsens fokus på lønmodtagerinteresser blev direkte afspejlet konkret i det nye redaktørduos journalistiske visioner bag relanceringen af Det Fri Aktuelt. Meget tyder derimod på, at Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensen journalistiske visioner først og fremmest er bygget op om idealet om avisen som den fjerde og uafhængige statsmagt. Et illustrativt eksempel på dette er avisens hæfte "Journalistisk i Det Fri Aktuelt" fra 1987, som er tænkt som en manual for nye og gamle journalister. I hæftet fokuseres der på en række klassiske dyder og formidlingsmæssige metoder samt en forståelse for avisens målgruppe. Men intet sted i hæftet kan man læse om, hvordan journalistikken skal

---

<sup>80</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>81</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 213

<sup>82</sup> Aktuelt 19/4-1987,

<sup>83</sup> Aktuelt 3/4-1987

afspejle lønmodtagerinteresser eller, hvordan avisens idégrundlag skal præge avisens prioriteringer. Derimod bruges der mange sider på at forklare vigtigheden af at bruge flere kilder, ikke være politisk ensidig og huske på, at der er ligeså mange "forbrydere" på venstre- som på højreside. Kort sagt skal journalisterne være ligeså kritiske overfor avisens bagland som overfor de borgerlige.

Derudover følger også en række klassiske kildekritiske regler og en understregning af, at der er tale om en kritisk avis, men også en avis der aldrig går efter sensationsjageri, og som altid går efter bolden frem for manden.<sup>84</sup>

Faktisk beskriver de to redaktører også avisens rolle som en fjerde og uafhængig statsmagt, som fungerer uafhængigt af den politiske bevægelse, som finansierede satsningen.

- *Fagbevægelsen har ansvaret og æren for velfærdssamfundet. Men når man bliver en del af magtapparatet, så er der fare for magtmisbrug. De skal vide, at der holdes øje med dem. At pressen er den fjerde statsmagt, lød det fra Erik Stephensen i et interview i 1987.*<sup>85</sup>

Med andre ord så fyldte forestillingen om avisen som en fjerde statsmagt meget i de nybagte redaktørers forestilling om avisens rolle.

Denne umiddelbart idealistiske indstilling var og blev dog ikke uproblematisk for en avis som Aktuelt. For avisen blev jo netop finansieret af LO, for at opfylde bestemte politiske mål, og ikke nødvendigvis for at opfylde rent journalistiske ambitioner. Og derudover er redaktionel uafhængighed en svær størrelse, når mediet er fuldkommen afhængigt af økonomisk støtte fra ejerkredsen. Dette sidste forhold var både Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen dog enige om ville ændre sig, og at avisen over en kortere årrække ville blive en indtægtskilde for bevægelsen - i stedet for en udgift,<sup>86</sup> hvilket igen ville øge redaktionens frihed.

Idealet om avisen som den fjerde statsmagt har aner langt tilbage i mediehistorien, og stammer helt tilbage fra midten af 1800-tallet og opstod blandt Europas spirende borgerskabs aviser, men der er også tale om en forestilling om avisens rolle, som er liberalistisk/borgerligt præget, og dog siden er blevet gængs for de meste af pressen. Forestillingen om avisen som en fjerde statsmagt eller senere som vagthund er et normativt ideal om, at avisen skal være en uafhængig værner af borgernes rettigheder mod alle former for magtmisbrug fra først og

---

<sup>84</sup> Journalistik i Det Fri Aktuelt, 1987

<sup>85</sup> Land og Folk 14/2 1987, citeret i Bang Stald, 1988, s. 133

fremmest statsmagtens side. I forhold til denne tradition er en tæt tilknytning til et parti eller bevægelse og en økonomisk afhængighed principielt problematisk.<sup>87</sup>

I det hele taget kan man sige, at Flindt Pedersen og Stephensen på mange måder lagde op til en ændring af avisens journalistiske profil, der ikke bare var et opgør med den politiske prioritering, men også avisens hidtidige forsøg på samtidig at være en såkaldt populær avis med et miks af historier, der også kunne tilfredsstille de læsere, der ellers var købere af Ekstra Bladet og BT. Som tidligere nævnt kritiserede Flindt Pedersen avisens subjektive og Ekstra Blads-agtige politiske journalistik, ligesom de grundlæggende mente, at avisens største problem var troværdigheden. Derfor var det også et krav, at aktuelts søndagsavis skulle være i broadsheetformat netop for at distancere sig fra tabloidpressen, og for at signalere troværdighed. Faktisk overvejede de to redaktører endda også muligheden for at omlægge hverdagsavisen til en rigtig broadsheet avis.<sup>88</sup>

Dette forsøg på at distancere avisen fra tabloidpressen var på mange måder en kovending for avisen, som netop havde ladet sig inspirere af formiddagspressen, for at sikre sig sin egen overlevelse fra midten af 1960erne. Eller som den daværende redaktør på Søndags Aktuelt Grimur Gunnarson formulerede Aktuelts hidtidige linje i en anden anledning i et brev til Apressens bestyrelse i 1986:

*- I 1966 havde vi en avis, der blev regnet for dybt seriøs, og i stil mindede om Berlingske Tidende, men den blev ikke læst. Så ændrede vi formatet til tabloid, og lavede en journalistik, hvor der også var plads til ildebrande, sport og hvad der ellers interesserede den almindelige læser. Og det gav blandt andet pote for søndagsudgaven, der på et tidspunkt nåede op 170.000 eksemplarer.<sup>89</sup>*

Med andre ord var der tale om et opgør med skiftende redaktørers forsøg på at lave en avis, der kombinerede en socialdemokratisk, faglig og alment oplysende linje med en form og et indhold, som lændede sig op af formiddagsaviserne. At kalde denne linje en succes er for meget sagt, men det var uden tvivl en linje, som sikrede avisens eksistens. Og rent oplagsmæssigt havde avisen da også klaret sig rimeligt med en overskudsgivende

---

<sup>86</sup> Bang Stald, 1988, s.127

<sup>87</sup> Allern, 19, 42-46

<sup>88</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 224

<sup>89</sup> Notat til bestyrelsen om søndagsmarkedet 20/11 1986

søndagsavis, og et stabilt/svagt stigende oplag på omkring 50-60.000 siden midten af 1970erne. Det skete efter en længere nedgangsperiode i 1960erne og frem til begyndelsen af 1970erne, hvor oplaget var nede på sølle 30.000 eksemplarer.<sup>90</sup>

Det eneste som blev tilbage fra den populære linje var en målsætning om, at avisen skulle kunne læses af alle og at historierne skulle understøttes af den mest moderne nyhedsgrafik<sup>91</sup>. Modsat de tidligere ledelser forsøgte Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen i deres journalistiske profil så at sige at "gå op i markedet", og konkurrere direkte med de tre store morgenaviser. Dette blev også klart afspejlet i deres krav om, at en stor del af det ekstraordinære tilskud skulle bruges til indkøb af nye medarbejdere, som ikke skulle aflønnes på linje med avisens faste stab, men til markedsprisen.<sup>92</sup> Rationalet var, at Aktuelts medarbejdere simpelthen ikke var kvalificerede nok til at stå konkurrencen med de store morgenaviser, og at det derfor var nødvendigt at købe nogle af landets bedste (og dyreste) journalister fra DR, Politiken, Berlingske, Information og Weekendavisen. Et blik på nogle af såkaldte "stjernejournalister", der blev hentet fra konkurrenterne viser også, at avisens journalistik skulle konkurrere direkte mod morgenaviserne. Det drejede sig nemlig blandt andet om kritikeren og forfatteren Carsten Jensen og journalisten Lasse Ellegaard, som begge blev hentet fra Weekendavisen,<sup>93</sup> hvor de nød stor anerkendelse hos læsere og andre mediefolk. Indkøbet af disse og andre toneangivende journalister var altså et klart scoop, hvis man skulle tiltrække Weekendavisens læsere, men betød ikke nødvendigvis den store opstandelse hos avisens trofaste læsere. Denne redaktionelle linje kan umiddelbart siges at være delvist i tråd med LO's mediepolitik på avisområdet, hvor det i oplægget "A-pressen i 1990ernes Mediebillede" bliver understreget, at det ikke nytter at konkurrere på "Bingopressens" eller formiddagspressens præmisser, da det netop vil styrke en afmagtsfølelse blandt navnlig LO-fagbevægelsens medlemmer. Det ændrer dog ikke ved, at det i oplægget stadig er den brede befolkning, som er målgruppen, og man skal skele til folkeligt oplysende eller engagerende succeser som illustreret videnskab og et populært og samfundsenngangerende radioprogram, som socialrådgiveren Hanne Reintofts "Ret og Pligt".<sup>94</sup> Netop målsætningen om Aktuel som en seriøs og rigtig avis, som var dagsordensættende og blev omtalt med respekt i brede kredse for den journalistiske kvalitet, var målet for avisen.

---

<sup>90</sup> Dansk oplagskontrol

<sup>91</sup> Bang Stald, 1988, s. 122

<sup>92</sup> Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>93</sup> Bang Stald, 1988, s. 128-129

Med andre ord gik Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensens ideer i retning af bredt favnende omnibusavis, der ikke bare var konkurrencedygtig på det faglige stof med i ligeså højgrad på afslørende journalistik, udenlandsdækning og kultur og featurestof. Dette var også årsagen til ansættelserne af en række stjernejournalister fra de konkurrerende medier.

## ***Målgrupper og oplag***

Hvor man i nutidens avisverden næppe kaster sig ud i projekter uden nøje at undersøge og definere målgruppen, så er billedet af "Det Fri Aktuelt's" målgruppe ikke ganske åbenlys. Der kan dog også argumenteres for, at den heller ikke var åbenlyst før omlægningen, men alligevel havde man fra skiftende redaktionens side fra midten af 1960'erne en bevidsthed om, at avisen særligt var i konkurrence med formiddagsaviserne, hvilket blandt andet medførte formatskifte til tabloid og en populær søndagsavis. Avisen havde også skriftligt siden 1971 i sin redaktionelle målsætning defineret sig selv som populær avis med plads til "sport og ildebrande".<sup>95</sup> Endvidere var der tale om en avis, der var særdeles lydhør overfor fagbevægelsen - særligt den socialdemokratiske del af den og socialdemokratiet. En effekt af dette var ifølge Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen, at avisen var præget af en usaglig journalistisk prioritering, der i vid udstrækning gav plads til servicestof for de særligt interesserede. Denne "usaglige" linje kunne dog også ses som et hensyn til gruppen af aktive tillidsfolk og ansatte i bevægelsen, som med vores dages øjne kunne ses som en af Aktuelt's del-målgrupper.

Ser man på, hvem Aktuelt's læsere var før omlægningen til "Det Fri Aktuelt", så havde avisen en læsersammensætning, der gav Aktuelt en vis gennemslagskraft blandt arbejderklassen. I 1985 var Aktuelt således den avis, der næstefter de to formiddagsaviser Ekstra Bladet og BT, havde flest læsere blandt ufaglærte og faglærte arbejdere. I procenttal ser denne udbredelse dog beskeden ud, da kun omkring fem procent af de danske arbejdere læste Aktuelt mod 37 % af den definerede arbejderklasse læste en af formiddagsaviserne. Såfremt man medregnede gruppen af lavere funktionærer, hvor af en stor del også var LO-medlemmer, var Aktuelt's læsertal dog en del højere.

---

<sup>94</sup> Thulstrup, 1989, s. 7-9

<sup>95</sup> Redaktionel Målsætning fra 1971 citeret i "En avis ved et årsskifte 1986/87" - Årlig redaktionel beretning til A-pressen

Selv om vi her taler en begrænset læseropbakning er det værd at notere sig, at Aktuelt havde markant flere læsere i arbejderklassen end hver af de to morgenaviser Politiken og Berlingske. Eksempelvis havde Berlingske kun 26.000 læsere i gruppen på hverdage mod Aktuelts 48.000. Den overskudsgivende Aktuelt Søndag havde før omlægningen særdeles godt fat arbejderklassen, idet man havde et læsertal på 114.000 i gruppen mod Politiken Søndags og Berlingske Søndags læsertal på henholdsvis 86.000 og 78.000.<sup>96</sup> Dette var dog før, at Ekstra Bladet og BT begyndte at udkomme med søndagsudgaver i sommeren 1987. Sammenfattende kan man altså sige, at Aktuelts oplag ikke imponerende forhold til LO's medlemstal. Men alligevel havde Aktuelt - fraset formiddagsaviserne - et læsertal i arbejderklassen - og blandt medlemmer og potentielle medlemmer, der var stærkere end hos de dominerende morgenaviser.

Kigger man nærmere på den procentvise sammensætning af Aktuelts læsere før omlægningen, så fremgår det, at en stor del af de grupper som i LO's mediepolitik beskrives som potentielt mediesvage grupper, faktisk udgør en stor del af avisens læsere. En måde at definere denne gruppe på er blandt andet at se på denne gruppes uddannelsesbaggrund, og her viser både Aktuelts og Aktuelt Søndags læsersammensætning, at en stor del af avisens læsere var folk uden nogen form for videregående uddannelse. Således havde 32 % af hverdagsavisens læsere ikke nogen videregående uddannelse, hvilket vil sige, at de højst havde en studentereksamen, og af de nævnte 32 % havde de 60 % højst en 7.- eller 9. klasses afgangseksamen. En sådan procentvis fordeling fandtes kun hos BT og Ekstra Bladet, der havde samme den samme procentdel læsere uden en videregående uddannelse i hverdagsavisen. Dog havde disse to aviser en mindre andel af læsere uden videre uddannelse end folkeskolens 7.- og 9. klasses afgangseksamen. En hel del anderledes ser fordelingen af de landsdækkende morgenavisers hverdagsudgavers læserskare ud, hvor aviserne har kun har mellem 23 % (Jyllands-Posten) og 18 % (Information) i gruppen af folk uden videregående uddannelse. Den nævnte tendens er endnu mere udpræget, når man ser på Aktuelt Søndag, hvor 39 % af læserne ikke har en videregående uddannelse. Den eneste søndagsavis med nogenlunde samme fordeling er

---

<sup>96</sup> Dansk Medieindeks 1985, i denne måling er arbejderklassen defineret som ufaglærte(ikke specialarbejdere) totalt antal 363.000 ufaglærte (specialarbejdere)totalt antal 215.000 og faglærte totalt antal 356.000, Citeret i Bang Stald, 1988, s. 51-54



Jyllands-Posten, som har 37 % af læserne i samme gruppe modsat Berlingske og Politiken, der begge har omkring 20 % i denne gruppe.<sup>97</sup>

Når man ellers ser på fordelingen af læserne på kriterier som alder, bopæl og indkomst, så er der ikke tale om nogen markante forskelle Aktuelt og de øvrige aviser imellem. Med hensyn til læsernes alder følger Aktuelt de andre avisers fordeling bortset fra, at avisen har en lidt større andel af læsere over 67 år end de fleste landsdækkende aviser med undtagelse af Berlingske Tidende. Af tallene fremgår det også, at Aktuelts hverdagsudgave bliver læst forholdsvist jævnt over hele landet, idet 42 % af læserne findes i hovedstadsområdet og resten er at finde i større og mindre provinsbyer i resten af landet. Derved er avisen forholdsvis landsdækkende, og er i mindre grad end både Berlingske, BT, Politiken og Information en hovedstadsavis, som alle har over 50 % af læserne i København og omegn. Endelig så viser fordelingen af læsernes indtægter, at Aktuelts læsere er jævnt fordelt i alle indkomstgrupper på nær i gruppen af læsere med den højeste indtægt på 250.000 eller derover, hvor avisen kun har 4 % læsere mod Politikens 9 % og Berlingske Tidendes 14 %.<sup>98</sup>

Jørgen Flindt Pedersen har selv mange år efter Aktuelts lukning beskrevet læserskaren før omlægningen som en umage blanding af typiske apolitiske tabloidlæsere om søndagen og stærkt politisk engagerede socialdemokrater læsere til hverdagsavisen.<sup>99</sup>

Intetsteds i de strategipapirer, forretningsoplæg og oplæg om den nye redaktionelle linje, som har været til rådighed for dette speciale kommer Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen med nogen klar eller direkte definition på, hvilken eller hvilke målgrupper som "Det Fri Aktuelt" skulle henvende sig til. Det betyder dog ikke nødvendigvis, at den nye redaktionelle ledelse ikke bevidst eller ubevidst henvendte sig til nogle grupper frem for andre. Manglen på målgruppetænkning bekræftes også af daværende LO-konsulent Bjarne Salomonsen, der siger, at der faktisk ikke blev opereret med egentlige målgrupper, eller blev benyttet fokusgrupper eller analyser af potentielle målgrupper før i engang i 1995 op til omlægningen i 1997.<sup>100</sup>

---

<sup>97</sup> Dansk Medieindeks 1986, s.27

<sup>98</sup> Ibid. s. 26-29

<sup>99</sup> Interview med Jørgen Flindt Pedersen på P1, 2006

<sup>100</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 117

I de første oplæg fra Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen bliver der talt om "den moderne læser", som er kendetegnet ved ikke at ville have holdninger og ideologi, men facts og kendsgerninger skarpt adskilt fra avisens politiske holdning.<sup>101</sup> Dette sker ikke ud fra egne undersøgelser, men er en konstatering af, at de borgerlige morgenaviser havde haft stor succes med at fokusere på såkaldt tilstræbt uafhængig og objektiv journalistik med skarp adskillelse af journalistik og kommentarer, og det er fra disse aviser Aktuelt skal hente inspirationen. Dette skulle selvfølgelig skulle ske ved hjælp af bedre og mere kritisk journalistisk. Meget tyder på, at det også er blandt de andre morgenavisers målgrupper, at "Det Fri Aktuelt" skulle hente sine læsere. Eller med andre ord skulle læserne hentes hos de brede mellemlag, og ikke primært blandt LO's egne medlemmer. Denne indirekte målsætning understreges af, at der flere steder refereres til de tre store morgenavisers succes på både oplags og annoncemarkedet.<sup>102</sup> Og disse aviser er netop præget ved på dette tidspunkt at have deres primære målgruppe i mellemlagene. Ligeledes er det udenfor diskussion, at redaktørerne også gik efter at få fat i en yngre læserskare, som understreges ved at tale om "den moderne læser", som ikke længere er knyttet en bestemt ideologi, parti eller bevægelse, men er mere individualistisk orienteret.

Interessant ved Flindt Pedersens og Stephensens planer for omlægningen er, at der ikke bliver opereret med en plan for, hvordan man skal fastholde avisens kernelæsere blandt faglige og socialdemokratiske læsere. Det er i alle tilfælde ikke en gruppe, som der skal tages særlige hensyn til i form af generalforsamlingsreferater og omtale af stort og småt indenfor bevægelsen. Det skyldtes en opfattelse hos redaktørerne om, at valget grundlæggende stod mellem et medlemsblad eller en betydningsfuld avis med gennemslagskræft. Kort sagt stod mange kernelæseres snævre ønsker i vejen for, at avisen kunne nå ud til det brede morgenavis-publikum.<sup>103</sup>

Dette bekræftes af den senere chefredaktør Lisbeth Knudsen, som mener, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen tog de eksisterende læsere for givet, og intet gjorde for at

---

<sup>101</sup> Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

<sup>102</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

<sup>103</sup> Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987

fastholde dem. Rationalet bag den noget højrøvede holdning var ifølge Lisbeth Knudsen, at denne læsergruppe alligevel ikke havde andre steder at gå hen.<sup>104</sup>

Et øjenvidne til relanceringen var journalisten Lasse Ellegaard, der blev headhuntet til avisen i 1987, beskriver også målgruppen for Det Fri Aktuelt som noget diffus, men beskriver den som rettet mod mellemlagene, og det som Jørgen Flindt Pedersen kaldte for "den intelligente SID'er". Sidstnævnte vidner om et noget kontroversielt forhold til medlemmerne af det forbund, som grundet sin størrelse stod for en stor del af avisens finansiering, og fortæller også, at han muligvis heller ikke regnede med at oplagsfremgangen i større grad skulle hentes i denne målgruppe.<sup>105</sup>

Der er dog også tendenser i forhold til målgruppetænkningen, som kan siges at pege i en anden retning end den direkte appel til læserne af de store morgenaviser. En væsentlig del af relanceringen var nemlig satsningen på "Læsernes Marked" i Søndags Aktuelt. Konceptet, hvis forretningsmæssige sider beskrives andetsteds, gik i korthed ud på at lave en direkte konkurrent til de gratis læserannoncer i Den Blå Avis. Det interessante ved denne satsning er, at ideen er tiltænkt et meget bredt publikum. Redaktør Erik Stephensen går så vidt som at tale om kø foran bageren om søndagen, for at få fat i tillægget.<sup>106</sup> Ganske vidst er der også store mængder rubrikannoncer i de tre store morgenavisers søndagsudgaver, men alligevel må et direkte forsøg på at konkurrere med Den Blå Avis normalt siges at sigte mod andre læsergrupper end de højere mellemlag som normalt er morgenavisernes primære læsergrupper. I forhold til et sådant annonceprodukts placering i forhold til Minerva-modellen, så henter Den blå Avis nemlig i høj grad sine læsere i den rosa og violette målgruppe og ikke primært i den grønne og blå gruppe, som er de landsdækkende morgenaviser primære målgruppe.

## ***Økonomi og annoncer***

En væsentlig del af visionen bag omlægningen af Aktuelt var, at det ekstraordinære tilskud på 238 mio. kr. fra LO over fire år udover det daværende ordinære årlige driftstilskud på 31 mio.

---

<sup>104</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s 121

<sup>105</sup> Ellegaard, 1998, s.189

<sup>106</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

kr., efter de første fire år skulle blive overflødiggjort af øgede annonce- og abonnementsindtægter.<sup>107</sup>

Perspektivet var fra Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen side, at avisen kunne blive en sådan succes, at den kunne få et så stort overskud, at også det ordinære tilskud på ville blive unødvendigt indenfor en kortere årrække.<sup>108</sup>

Den økonomiske målsætning fra ejeren LO' var dog mere beskeden, da målet i hele perioden fra 1987 til lukningen i 2001 var, at avisen skulle kunne hvile i sig selv efter den økonomiske saltvandsindsprøjtning. Eller i praksis, at avisen kunne opretholde sit oplag og position indenfor rammerne af det ordinære tilskud.<sup>109</sup>

Tilskuddet på 238 mio. kr. blev godkendt af LO's kongres i september 1987, men allerede i foråret samme år var Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen med bestyrelsens og LO-ledelsens velsignelse gået i gang med at bruge store dele af tilskuddet op til og efter lanceringen af Det Fri Aktuelt i maj 1987. Tilskudet, der blev godkendt af LO-kongressen, var udformet således, at det ekstraordinære tilskud blev aftrappet over fire år. Aftrapningen af det ekstraordinære tilskud skulle ske på følgende vis.:

1987: 70,3 mio. kr.

1988: 84,4 mio. kr.

1989: 54,8 mio. kr.

1990: 37,2 mio. kr.

I samme periode var det ordinære driftstilskud til A-pressen på 31,1 mio. i 1987, 33,1 mio. i 1988, 35,1 mio. i 1989 og 37, 2. mio. i 1990.<sup>110</sup> Den totale LO-støtte fra 1987 til 1991 beløb sig således til cirka 374,5 mio. kr.

Selve konstruktionen, hvor avisen skulle blive selvkørende over en fireårig periode var efter alt at dømme en ide fra den nye ledelse, ligesom det ekstraordinære støttebeløbs størrelse også var udtænkt i snævert samarbejde med den nye ledelse.<sup>111</sup>

---

<sup>107</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 228

<sup>108</sup> Bang Stald, 1988, s. 127

<sup>109</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 119

<sup>110</sup> Hardy Hansen Indstilling om A-pressen på LO-kongres 1987

<sup>111</sup> Bang Stald, 1988, s.125

Dette tilskud var af en sådan størrelse, at det ikke kunne undgå at vække debat på kongressen i 1987, da de enkelte forbund og delegerede skulle gå hjem og forklare baglandet, at hvert eneste medlem skulle betale et såkaldt ekstra mediekontingent på 116 kr. i 1988, 41 kr. i 1989, 21 kr. i 1990 oveni det normale fagforeningskontingent, hvori det ordinære tilskud til Aktuelt var medregnet.<sup>112</sup> Selv om bevillingens størrelse medførte en debat i fagbevægelsen, og uenighederne blev udførligt beskrevet i de borgerlige aviser, så var der opbakning til satsningen, da den blev vedtaget på kongressen med stemmerne 916 for og 305 imod.<sup>113</sup>

Selv om den nye ledelse bestående af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen ikke havde erfaringer med kommerciel avis- eller mediedrift, var de fra starten opmærksomme på avisens mangel på annoncer af alle slags. Særligt undrede de nye chefredaktører sig over fraværet af næsten enhver form for rubrikannoncer, hvilket de mente både økonomisk og redaktionelt var et alvorligt problem, da annoncer i ofte fungerer som godt læsestof. I det hele taget var Aktuelt stilling på annoncemarkedet ifølge redaktørerne dårligt. Således blev kun omkring 10-15 øre af hver en omsat krone fra Aktuelt fra annoncesalget, mens det normalt i den øvrige presse er 60-80, der stammer fra annoncesalget.<sup>114</sup> Denne fordeling som Jørgen Flindt Pedersen henviser til gør sig dog kun gældende for de største morgenaviser. Gennemsnitligt, så regner man ikke med, at annoncesalget udgør mere end 42 % af avisernes indtægter.<sup>115</sup>

Målet for annoncesalget ved omlægningen var, at Aktuelt ved slutningen af den fireårige periode med ekstraordinært tilskud skulle nå et niveau for annoncesalget, så mængden af annoncer passede til avisens oplagstal. Eller med andre ord, at avisen fik ligeså mange annoncer som borgerlige aviser med lignende oplag.<sup>116</sup> Det betød, at der var tale om et meget offensivt og optimistisk mål. Med andre ord skulle annonceomsætningen mangedobles, hvis 60-80 øre per omsat aviskrone skulle komme fra annoncesalget.

For at give et billede af annoncesalgets væsentlighed for relanceringen af Aktuelt, så var det med det ekstraordinære tilskud nu vigtigere end før for ledelsen at få sat annoncesalget i vejret. Det skyldtes, at efterhånden som det ekstraordinære tilskud efter planen blev endeligt nedtrappet i 1991, så kunne den redaktionelle opgradering af avisen med blandt andet 14 nye medarbejdere og et generelt større budget kun opretholdes ved en markant oplagsstigning. For

---

<sup>112</sup> Hardy Hansens indstilling om A-pressens på LO's kongres

<sup>113</sup> Bang Stald, 1988, s. 137

<sup>114</sup> Flindt Pedersen, 2000. s. 217

<sup>115</sup> Børsen, 21/8, 1999.

fra LO var beskeden klar nok. Overskridelser af budgettet kunne kun hentes ind ved besparelser. Sådanne besparelser ville dermed automatisk føre til færre redaktionelle ressourcer.<sup>117</sup>

Som nævnt var både Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen meget optimistiske med hensyn til muligheden for at gøre Det Fri Aktuelt til et attraktivt annoncemedium, og havde store visioner for, hvordan en redaktionel opkvalificering af avisen med søndagsavisen som kvalitetsmæssig spydspids kunne gøre avisen til en fornuftig forretning. Men de oplæg som den nye chefredaktion fremlagde på bestyrelsesmøderne i det første halvår af deres tid på Aktuelt bar ikke præg af en samlet annoncestrategi, eller at de havde foretaget egentlige beregninger af målgrupper og annoncørinteresser. Ligeledes er der heller ikke tegn på, at de to redaktører, hvor Erik Stephensen var den der var mest involveret i det forretningsmæssige, systematisk har rådført sig med folk med praktisk viden på området.<sup>118</sup> Alligevel er det dog muligt at se en linje i den nye chefredaktions forståelse af annoncespørgsmålet og centralt for Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensens opfattelse af Aktuelts hidtidige annoncesituation var, at avisens tidligere omtalte lave troværdighed, politiske afhængighed og ikke tidssvarende redaktionelle indhold var den absolut væsentligste årsag til fraværet af annoncer. Denne mangel på respekt hos annoncørerne og mediebureauerne kunne dog ændres ved at signalere entydig redaktionel kvalitet og uafhængighed fra særinteresser. Denne journalistiske ændring kombineret med oplagsfremgang ville på sigt betyde, at Aktuelt blev et uomgængeligt annoncemedium.

Netop ideen om at gøre Aktuelt til et uomgængeligt annoncemedium var også centralt for relanceringen af Søndags Aktuelt, som blev planlagt allerede kort efter ansættelsen af de to nye chefredaktører, og fremlagt for bestyrelsen i A-pressen i februar 1987 i et fortroligt notat skrevet af chefredaktør Erik Stephensen. I notatet, der er skrevet umiddelbart efter ansættelsen, fortæller Erik Stephensen, at de økonomiske udsigter er værre end han havde været klar over inden han blev ansat, og at en søndagsudgave af BT og Ekstra Bladet ville halvere Aktuelt Søndags oplag, og føre til en massiv læserflugt. Imidlertid kunne Erik Stephensen fortælle, at han og Jørgen Flindt Pedersen havde fundet "formlen" for en søndagsudgave, der opfyldte følgende mål:

### *1 Skaffer synlig forandring*

---

<sup>116</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 217

<sup>117</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 27/4-1989

2 Skaffer oplagsstigning

3 Flerdobler annonceomsætningen

4 Stopper en udsendelse af Ekstra Bladet og BT om Søndagen

5 Lukker Den Blå Avis

6 Yder læseren en hidtil ukendt service

7 Får de store bladhuse til at ryge i totterne på hinanden

8 Gør Aktuelt til den største bladsucces i nyere tid<sup>119</sup>

Baggrunden for formelen var, at det var nødvendigt at opretholde en overskudsgivende søndagsavis, der kunne overleve en eventuel konkurrence med Ekstra Bladet og BT, da det ville tage betydeligt længere tid at skabe overskud på hverdagsavisen. Løsningen på udfordringen var ifølge Erik Stephensen ikke på defensiv vis at konkurrere ved at tillempe journalistikken, så den kunne konkurrere på formiddagspressen præmisser, men i stedet vælge en offensiv omlægning til af søndagsavisen til helformat med styrket journalistisk indhold som et symbol på høj troværdighed for både læsere og annoncører. Denne omlægning i retning af de tre andre morgenaviser skulle så kombineres med noget så utraditionelt som et søndagstillæg i stil med Den Blå Avis. Dette var den redaktionelle form, der skulle slå konkurrenterne. Eller som Erik Stephensen mere præcist fremlagde ideen med inspiration fra datidens tv-succes Dollars.

*"Hvad ville Alexis Carrington fra Dollars stille op i denne situation: Hun ville udtænke en nederdrægtighed, en manøvre, der med et slag rettede modstanderens våben mod dem selv. I én verden af løver og tigere bør vi tænke som Alexis, og forstå, at for Politiken og Berlingske repræsenterer Ekstra Bladet og BT en form for kannibalisme, der består i at æde sig selv op. Det går kun på kort sigt, men er i det lange løb livsfarligt. Så det gør vi."*<sup>120</sup>

Og herefter fortsætter Erik Stephensen formelen med en understregning af, at avisen, der er på gaden i medio april i helformat, ville være proppet med vitaminer og med et fyldigt tv-tillæg. Endeligt lover Stephensen bestyrelsen det største antal rubrikannoncer, der var set i en dansk

---

<sup>118</sup> Flindt Pedersen, 2000, s.115-119

<sup>119</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

<sup>120</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

avis. Kort sagt Den Blå Avis om søndagen. Stephensen fortalte endda i notatet om, hvordan befolkningen ville stå i kø ved bageren søndag morgen med trillebøre for at hente søndagsavisen med den gigantiske annoncemængde.<sup>121</sup>

Det geniale i denne strategi var ifølge Erik Stephensen i forhold til annoncører og læsere dels, at de gratis rubrikannoncer til private ligesom i Den Blå Avis ville tiltrække betalende annoncører, og dels at de gratis annoncer ville tiltrække Den Blå Avis traditionelle læsere, der ville vælge Aktuelt til, da de her også fik en kvalitetsavis med i købet til samme pris. På et rent strategisk plan var det Erik Stephensens klare opfattelse, at rubriktillægget ville skabe en så stor panik annonceafdelingerne hos konkurrenterne på Politiken og Berlingske Tidende, at de foreløbigt ville opgive planerne om søndagsudgaver af BT og Ekstra Bladet.<sup>122</sup>

Denne slagplan ændrer dog ikke ved et generelt billede af, at chefredaktionen - udover deres ubestridelige journalistiske evner - ikke besad den store indsigt i de forretningsmæssige aspekter af avisdriften, hvilket understreges af, at selv om drømmen fra Flindt Pedersen og Stephensens side var et af Danmarks tykkeste søndagstillæg med tusindvis af læserannoncer, så kunne de gratis annoncer året efter i 1988 ikke kunne fylde mere end to til tre avissider.<sup>123</sup> Vurderingen af, at de to store bladhuse ville droppe søndagsudgaven af Ekstra Bladet og BT holdt heller ikke i stand. Allerede i juni 1987 var både Ekstra Bladet og BT på gaden med søndagsudgaver, der ganske som forudset, førte til massiv oplagsnedgang for Aktuelt Søndag. Ved lanceringen i foråret 1987 var oplaget oppe at vende ved de 170.000, men allerede oktober samme år var oplaget dalet til 64.000 eksemplarer.<sup>124</sup>

Det tyder altså på, at den kommercielle del af relanceringen i høj grad har bygget på de to redaktørers egne impulsive ideer og generelle fornemmelser, som generelt fik lov til at blive gennemført uimodsagt. Dette gælder også satsningen på Den Blå Avis-tilægget med "Læsernes Marked". Ideen kom nemlig ifølge Jørgen Flindt Pedersens erindringer til verden ved, at medredaktøren Erik Stephensen kørte bag en bil på motorvejen, hvor der stod Den Blå Avis med store bogstaver, og pludselig blev Erik Stephensen så begejstret for konceptet bag avisen, at han straks besluttede, at det skulle være en del af konceptet for Det Fri Aktuelt

---

<sup>121</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

<sup>122</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

<sup>123</sup> Bang Stald, 1988, s. 131



søndagsavis. Dette koncept kunne nemlig gøre op med den tidligere omtalte mangel på rubrikannoncer. Selv om dette koncept ikke var uden omkostninger for avisen, da der var tale om at tilføje flere sider til avisen uden annonceindtægter, så fik den nye ledelse presset forslaget igennem uden der forelå nogle undersøgelser af læserinteressen for et sådant projekt, eller var indhentet vurderinger udefra.

Der er dog også eksempler på, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen i den tidlige fase af den redaktionelle omlægning rådførte sig med folk, der kendte til forholdene på annoncemarkedet. For eksempel blev Jørgen Flindt Pedersen tidligt i forløbet advaret af branchefolk om, at det kunne blive svært at øge annoncemængden markant, da avisens læsere ikke var homogene nok, og avisen ikke havde en tilstrækkelig høj dækningsprocent i de attraktive byområder.<sup>125</sup> Ser man nærmere på dækningsprocenterne fra årene omkring omlægningen ses tendensen tydeligt, således har avisen i 1986 kun en dækningsprocent på 6,9 % i København mod eksempelvis Politikens 20,5 % i Kbh.<sup>126</sup> Denne problemstilling førte dog ikke til ændringer i strategien bag relanceringen, øjensynligt fordi en generel oplagsstigning også kunne være med til at øge dækningen.

Et andet eksempel på kommercielle hensyn er, at Flindt Pedersen og Eriks Stephensen opgav en plan om at udgive avisen i et såkaldt "berlinerformat", som er en mellemting mellem tabloid og broadsheetformat, da det blev kraftigt frarådet af avisens annoncefolk. De mente nemlig, at et helt nyt format ville være uspiseligt for annoncørerne.<sup>127</sup> Dette viser, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen i nogen grad har rådført sig med folk med kommerciel baggrund.

Ud fra det tilgængelige materiale har den nye chefredaktionen ikke forholdt sig nævneværdigt til det forhold, at arbejderbevægelsens aviser i en hvis grad grundet deres politiske ståsted har været udsat for en form for uformel boykot af store dele af erhvervslivet. At der netop er tale om en uformel boykot understreges af det faktum, at boykotten er baseret på de enkelte annoncører, reklame- og mediebyureauers individuelle valg.<sup>128</sup>

Der findes en række skandinaviske teorier om, hvilke økonomiske og oplagsmæssige og dækningsmæssige forhold, der sikrer en avis overlevelse på både annonce- og læsermarkedet.

---

<sup>124</sup> Dansk Oplagskontrol

<sup>125</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 217

<sup>126</sup> Oplagstal og Markedstal, Dansk Oplagskontrol, 1986, s. 37(tal fra hverdags- og søndagsaviser)

<sup>127</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 224

Fælles for dem er imidlertid ifølge den norske medieforsker Sigurd Allern, at de kun i begrænset omfang kan forklare udviklingen i forhold til arbejderbevægelsens aviser i lande som Norge og Sverige, hvor man ligesom i Danmark fra efterkrigstiden og frem til 1990erne oplevede en omfattende bladdød, som i særlig grad ramte arbejderbevægelsens aviser.

Særligt to teorier bliver brugt til at forklare udviklingen på avis- og annoncemarkedet. Den første teori går under navnet "Oplagsspiralen" og blev udviklet af den svenske medieforsker Lars Furhoff i slutningen af 1960erne. Kernen i teorien er, at de aviser, der ved indgangen til efterkrigstiden og den øgede konkurrence, stod som den avis med det største oplag i et givent område langsomt ville udradere alle væsentlige konkurrenter. Det skyldes, at det store oplag ville have en selvforstærkende positiv effekt på både læser- og annoncemarkedet. Den såkaldte førsteavis med det største oplag ville således i første omgang være den avis som ville få langt størstedelen af rubrikannoncerne, og det ville igen tiltrække flere læsere, da annoncer også er læsestof. Førsteavisen vil endvidere i tilfælde af en nogenlunde rationel avisdrift have de økonomiske rammer til at styrke og udvikle det redaktionelle indhold. Omvendt ville områdets anden og eventuelle tredjeavis blive ramt af samme effekt med modsat fortegn.<sup>129</sup> Imidlertid viser empiriske undersøgelser af de områder, hvor der i 1960ernes Sverige var mere end en avis, at denne hypotese kun kunne siges at passe i ni ud af de tyve områder med aviskonkurrence. Denne teori er dog begrænset af, at den først og fremmest er baseret på forholdene omkring provinsaviserne og ikke landsaviserne.<sup>130</sup>

Set i særligt i forhold til arbejderbevægelsens avisers overlevelsesproblemer og problemer med at få del i det attraktive annoncemarked er oplagsspiralen heller ikke en dækkende forklaringsmodel. Det skyldes blandt andet, at de socialdemokratisk- eller fagbevægelsesejede aviser ikke i alle tilfælde har hørt til nummer to aviserne, men visse steder har været førende, når det kommer til oplagstallene, men alligevel ikke er blevet en del af en positiv annoncespiral. Det mest markante eksempel kan hentes i England, hvor Labour-avisen Daily Herald måtte lukke i 1964 på grund af manglende annonceindtægter på trods af, at avisen var Englands største med et oplag på 4,7 millioner, og havde nær ved en dobbelt så stor læserkreds som The Times, Financial Times og The Guardian tilsammen.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> Allern, 1996, s.

<sup>129</sup> Allern, 1996, s. 71-72

<sup>130</sup> Allern, 1996, s. 72

<sup>131</sup> Allern, 1969, s. 69

En anden brugt forklaring på udviklingen på særligt det skandinaviske mediemarked er dækningsgradsteorien, som netop påpeger, at oplaget ikke er den afgørende faktor på annoncemarkedet. Teorien, som er udviklet af den svenske medieforsker Karl Erik Gustafsson i slutningen af 1970'erne, påpeger, at et stort oplag ikke i sig selv er en garant for en avis succes på annoncemarkedet, da avisen som annonceplads mister værdi, hvis oplaget er geografisk spredt og kun har en hustandsdækning på et par få procent i de forskellige dele af landet. Derimod skal vinderen af avis konkurrencen findes hos den avis, der har den højeste hustandsdækning i et givent område.<sup>132</sup> Denne teori har vist sig at være egnet til at forklare en række forskydninger indenfor den borgerlige svenske dagspresse, hvor eksempelvis Dagens Nyheter blev den toneangivende avis i Sverige selv om Svenske Dagbladet havde større oplag, hvilket skyldtes, at Dagens Nyheter havde den højeste hustandsdækning i hovedstadsområdet. Imidlertid er denne model ifølge medieforskeren Thomas Lappalainen heller ikke egnet til beskrive udviklingen i den skandinaviske A-presse. Historisk set havde den socialdemokratiske avis Arbetet i 1930'erne den højeste hustandsdækning i Malmø-området af tre lokale aviser, men alligevel havde den en mindre annoncemængde end de øvrige aviser. Overordnet konkluderer Lappalainen:

*"Konservative och Liberale tidningar får i förhållande till sine upplagor och sin täckning, omotiveret mycket annonser medan det omvända gäller för den socialdemokratiske pressen".<sup>133</sup>*

Selv om det ifølge teorien er tæt på, at en avis med den hustandsdækning på omkring 50 procent er et uomgængeligt annoncemedium, så gælder det ikke nødvendigvis for de socialdemokratiske aviser. Dette forklarer Laipalainen ud fra følgende forhold nemlig, at det ikke bare handler om at have en høj hustandsdækning, men også ramme en attraktiv social målgruppe, og at der sker en bevidst eller ubevidst politisk boykot af arbejderbevægelsens presse.<sup>134</sup>

Begge årsager til A-pressens manglende annonceindtægter er problematiske for en avis som dagbladet Aktuelt. Når det gælder den sociale profil blandt danske og nordiske avisers læsere er det vigtigt at fastslå, at Danmark og de skandinaviske lande er præget af en forholdsvis stor lighed, og at de store toneangivende aviser alle har en klassemæssig forholdsvis bred

---

<sup>132</sup> Allern, 1996, s. 74-75

<sup>133</sup> Allern, 1996, s. 76

læserskare, derfor kan Aktuelt manglende attraktion som annoncemedia næppe alene skyldes, at bladet har de forkerte læsere. Selvom antallet af LO-medlemmer af avisens læsere udgjorde hele 54 % ved omlægningen til Det Fri Aktuelt, så havde en avis som Politiken i samme periode også forholdsvis mange LO-medlemmer blandt læserne - nemlig 36 %.<sup>135</sup> Derimod kan en specialavis som Børsen i Danmark eller Dagens Næringsliv i Norge være en uforholdsvis stor succes på annoncemarkedet selv om oplag og dækningsgrad ikke retfærdiggør det, da avisen tilgængelig når et meget attraktivt publikum med en høj købekraft.<sup>136</sup>

Selv om Aktuelt kunne vælge at gøre avisen mere attraktiv som annoncemedia ved så at sige at gå op i markedet ved at satse på at ramme flere økonomisk attraktive læsere i den højere middelklasse, så ville en sådan plan heller ikke være uproblematisk for en organisationsejet avis som Aktuelt, der for en stor dels vedkommende er betalt af den almindelige LO-arbejders lomme. I tilfælde af, at man forsøgte at relancere avisen til en særlig attraktiv læsergruppe ville LO's udgifter til avisvirksomhed umiddelbart være svære at legitimere overfor medlemmerne, hvis avisen overhovedet ikke var henvendt til dem. Sidstnævnte strategi forsøgte Aktuelt også i de sidste år op til avisens lukning, som beskrives senere i specialet. Men dette førte dog heller ikke i sig selv til et annonceboom.

Når det gælder annoncørernes bevidste eller ubevidste politisk betingede boykot af A-pressens aviser som annoncemedia, så er det i svært at komme med dokumentation af en sådan boykot, men der findes dog et enkelt kendt eksempel, da det så sent som i 1987 blev meldt åbent ud i en annonce fra det internationale reklamebureau Saatchi og Saatchis nyåbnede danske afdeling, at man ikke ønskede at formidle annoncer til Aktuelt af politiske årsager. Bureauet havde på det tidspunkt blandt andet Carlsberg og Det Konservative Folkeparti på kundelisten.<sup>137</sup> De manglende dokumenterbare eksempler på boykot af arbejderbevægelsens medier ændrer dog ikke på de nævnte erfaringer fra de øvrige skandinaviske lande, der viser, at arbejderbevægelsens medier generelt har haft uforholdsmæssigt få annonceindtægter i forhold til oplag, dækning og læserprofil. Med andre ord tyder meget på, at arbejderbevægelsens medier på annoncemarkedet er underlagt andre

---

<sup>134</sup> Allern, 1996, s.76

<sup>135</sup> Goul Andersen, 1989, s. 24

<sup>136</sup> Allern, 1996, s. 76(?)

<sup>137</sup> Hardy Hansens gennemgang af A-pressens status og tilstand, LO-kongres 1987

mere politiske parametre end de rent kommercielle forstået som størst og bedst læserkontakt for pengene.

Det er interessant at bemærke, at blandt folkene i avisens bagland i A-pressens bestyrelse var bevidstheden om den politiske annonceboykot betydeligt større end hos Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen. I forbindelse med sin indstilling til LO's kongres om tildelingen af den ekstraordinære økonomiske støtte til avisen i november 1987 fremhævede A-pressens næstformand Hardy Hansen fra SID ganske vist, at Det Fri Aktuelt var ved at udvikle sig sådan, at den i kvalitet, oplag og gennemslagskraft var på vej til at blive et uomgængeligt annoncemedium, og derfor på længere sigt var på vej til at blive økonomiske selvkørende. Men samtidig fremhævede han, at det kun kunne ske, hvis annoncørerne benyttede "saglige" - og ikke politiske hensyn. I den forbindelse nævnte han også i talen sagen om Saatchi og Saatchi, men fortalte dog, at han hældte til den opfattelse, at annoncørerne på sigt ville bide i det sure æble efterhånden som dagbladet blev styrket.<sup>138</sup>

At der fandt en annonceboykot sted af Aktuelt sted i hele perioden mener tidligere Metalformand Max Bæhring er uden for diskussion.

- *Det er selvfølgelig svært at sige, hvor stor del af boykotten, som skyldtes en bevidst politik for erhvervslivets side eller ej. Der var sikkert mange mindre virksomheder, som instinktivt og i og for sig forretningsmæssigt irrationelt valgte avisen fra. Men jeg er talrige gange blevet underrettet om at de store virksomheder havde en politik om aldrig at annoncere i avisen, siger han.*<sup>139</sup>

Selve annonceboykotten var dog ikke noget, som skiftende redaktører talte om offentligt, men ifølge Max Bæhring var det et kendt problem i ledelsen, som man uden større held forsøgte at rette op på.

Et af de få områder, hvor avisen også før omlægningen ikke blev udsat fra boykot var fra det socialdemokratisk dominerede kommuner, hvor ledelserne var politisk presset til også at annoncere i Aktuelt.

- *Det var et kendt krav fra socialdemokratiske kommunalpolitikere, at de krævede at de offentlige annoncer også skulle offentliggøres i en arbejderavis. Det virkede, for der var*

---

<sup>138</sup> Hardy Hansens gennemgang af A-pressens status og tilstand, LO-kongres 1987

<sup>139</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 122

*mange jobannoncer fra kommunerne. Det endte dog også med at sende et utroværdigt signal, da der stort set ikke var andre annoncører.*<sup>140</sup>

Grundlæggende mener Max Bæring ikke, at fraværet af annoncer i Aktuelt kan forklares med faktorer som oplag, målgruppe og dækning, da problemet også eksisterende mens avisens søndagsudgave var en landets største. Det kan ifølge Max Bæring godt være, at det ikke var relevant at bruge avisen til at reklamere for luksusvarer, men for normale konsumvarer så burde avisen ideelt set have været et glimrende annoncemiddel.<sup>141</sup>

## Kapitel 5 - Omlægningens virkninger

### *Indledning*

De to "Gulddrenge" tiltræden som redaktører på Aktuelt blev fulgt med stor opmærksomhed i den øvrige medieverden og op til relanceringen 3. maj, der blev proklameret med en storstilet reklamekampagne med det aggressive slogan "Et Dyt i bamsen" til den etablerede medieverden, bredte panikken sig hos konkurrenten i Politikens hus. Avisen gik faktisk så vidt, at de nægtede at optage annoncer for Det Fri Aktuelt i både Politiken og Ekstra Bladet under henvisning til, at det var unfair konkurrence, når Aktuelt fik penge fra LO.<sup>142</sup>

Reklamekampagnen var nu isoleret set en succes, og der blev udsendt reklamemateriale til 1,7 mio. husstande, og mange benyttede sig af tilbuddet om at få avisen gratis i en måned.<sup>143</sup>

Da Det Fri Aktuelt endelig blev en realitet søndag 3. maj var modtagelsen af den nye avis da også forholdsvis positiv i medieverdenen og i avisens bagland. Dagen efter premieren kunne man bringe særdeles rosede reaktioner fra blandt andet Jyllands-Postens Laust Jensen og redaktør Ambro Kragh fra Ekstra Bladet, ligesom tre tidligere chefredaktører på Aktuelt kom med rosede ord<sup>144</sup>.

På det første bestyrelsesmøde efter relanceringen den 20. maj var stemningen også i top. Chefredaktør Erik Stephensen kunne fortælle, at Det Fri Aktuelt var en dunder succes med et hverdagsoplag, der var steget fra omkring de 60.000 til 110.000 og et lørdagsoplag på

---

<sup>140</sup> Interview med Max Bæring, 2006, s. 122

<sup>141</sup> Interview med Max Bæring, 2006, s. 122

<sup>142</sup> Bestyrelsesmøde 5/3-1987

<sup>143</sup> Bestyrelsesmøde 20/5-1987

<sup>144</sup> Aktuelt 4/5-1987

170.000. I den situation var det svært at se pessimistisk på fremtiden. Ligeledes understregede redaktøren, at distributøren Bladkompagniet, som sørgede for løssalget, havde meddelt, at kun 16 % af aviserne kom retur fra salgsstederne, hvad der var et usædvanligt flot tal. Selv om der foreløbig var tale en sjælden succes for A-pressen, så blev Det Fri Aktuelt ikke modtaget uden forbehold af bestyrelsen. Dels noterede flere medlemmer af bestyrelsen, at distributionen sejlede, således at mange læsere slet ikke fik avisen, samt måske vigtigst blev der også rejst kritik af avisens linje. Med socialdemokratiets repræsentant i bestyrelsen Birthe Weiss' ord under punktet efterkritik, så "afspejlede avisen ikke nok af bevægelsens interesser".<sup>145</sup> Netop stemningen på det første bestyrelsesmøde, der dels var præget af en stolthed over et flot journalistisk produkt, og dels var præget af en vis skepsis overfor den avisens politiske redaktionel linje kombineret med en problemer med distribution og administration, gav på mange måder et varsel om de konflikter og problemer, der skulle komme til at præge Det Fri Aktuelt de kommende år.

### ***Redaktionel linje***

To af de væsentligste mål som Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen havde sat sig var, at Det Fri Aktuelt skulle fremstå som en uafhængig og troværdig avis, som også blev respekteret af den øvrige medieverden. Ligeledes skulle der ændres markant på avisens journalistiske indhold - bladet skulle væk fra at være et ukritisk meddelelsesblad for arbejderbevægelsen. Begge disse mål kan man faktisk sige i høj grad lykkedes.

I den øvrige medieverden steg respekten for Aktuelt i den øvrige medieverden uden tvivl på grund af redaktionens vedholdende arbejde for at gøre avisens journalistik uafhængig af arbejderbevægelsen, hvilket blandt andet blev demonstreret ved, at der allerede kort efter relanceringen blev trykt en række afslørende artikler om forhold i fagbevægelsen og Kooperationen. Dette medførte sandsynligvis kombineret med indkøbet af en række stjernejournalister, at avisen blev mere citeret i de øvrige medier. Dette foreligger der dog ikke dokumentation for, men chefredaktionen og bestyrelsen mente det var tilfældet.<sup>146</sup> Som et symbol på Aktuelt nye stilling i mediebildet blev Jørgen Flindt Pedersen tildelt Den

---

<sup>145</sup> Bestyrelsesmøde 20/5-1987

<sup>146</sup> Hardy Hansens indstilling vedr. A-pressen på LO's kongres 1987

Berlingske Fonds Journalistpris i 1993 for omlægningen.<sup>147</sup> Mens Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen altså havde ret i, at avisens tætte forhold til LO og Socialdemokratiet var et problem i forhold til respekten i den øvrige medieverden, så er der ikke noget som tyder på, at avisens tidligere mangel på redaktionel uafhængighed nødvendigvis var særlig kendt, eller blev anset for noget problem blandt den almindelige læser.

Aktuelts marketingsafdeling havde i løbet af 1989 fremlagt en imageundersøgelse, hvor man henholdsvis i 1987 - kort før relanceringen, og i 1988 samt i 1989 havde spurgt et repræsentativt udsnit af befolkningen om Det Fri Aktuelt var et politisk talerør eller en uafhængig avis. Resultatet var, at procentdelen af folk, der opfattede avisen som uafhængig var steget markant, hvilket blev tolket af som entydig succes af ledelsen. Denne tolkning er dog i virkeligheden problematisk, for faktisk var det kun omkring 15 % af befolkningen som i 1987 opfattede avisen som et politisk talerør. I virkeligheden svarede omkring 70 % "Ved ikke" til spørgsmålet. Ser man på udviklingen i 1989 er antallet af folk som synes, at avisen er et talerør i sig selv ikke faldet nævneværdigt. Til gengæld var det rigtigt, at antallet af folk der vidste, at avisen var uafhængig steget til det dobbelte i 1989. Det fremgår dog ikke af den del af undersøgelsen, som er arkiveret, om det var ensbetydende med, at avisen generelt blev opfattet mere positivt. Med andre ord fortæller målingen, at Flindt Pedersen og Stephensen formodentlig havde overvurderet betydningen af den totale redaktionelle uafhængighed hos den almindelige dansker, da de satte fornyelsesprocessen i gang.<sup>148</sup>

Ser man nærmere på det redaktionelle udvikling kan man jævnfør specialets kvantitative optælling se en væsentlig udvikling i forhold til den gamle Aktuelt. Det vil overordnet sige, at det var lykkedes for den nye chefredaktion at ændre avisen og gatekeepingprocessen i forhold til den daglige udvælgelse af nyheder.

Den mest markante ændring i den redaktionelle prioritering er i ifølge optællingen, at der sker en kraftig opprioritering af kategorien kultur, livsstils og underholdningsstof, som i denne forbindelse først og fremmest skal ses som kulturstof. I procent af artiklerne udgjorde kulturstoffet 17,7 % af artiklerne i den undersøgte uge i 1986, mens dette tal i 1989 var steget til 30 %, og i antal betød det 24 flere artikler i kategorien. Derved kom Aktuelts procentvise kulturdekning op på linje med Politikens, hvor 28,8 % af artiklerne udgøres af dette

---

<sup>147</sup> Berlingske, 5/1-1993

<sup>148</sup> Nyt fra Marketing - om imageundersøgelse, 1989



stofområde, som altid har været et af avisens kerneområder. Dog er det totale antal kulturartikler i Politiken stadig langt større end i Aktuelt. Ligeså markant som Aktuelt opprioritering af kulturstoffet efter relanceringen er en tilsvarende nedprioritering af stofområderne arbejdsmarked og arbejdsmiljø. Hvor der i ugen i 1986 var 45 artikler om emnet var tallet i 1989 kun 31. Endnu mere tydelig er avisens nedprioritering af arbejdsmiljøstoffet, som der i ugen i 1986 var 25 artikler af, og som procentvis udgjorde 8,3% af de optalte artikler. I 1989 var antallet af artikler faldet til fire, og procentvis udgjorde det kun 1,6 % af artiklerne. I forhold til de øvrige stofområder er det svært at se større forskydninger i den redaktionelle linje. Dog kan man notere en svag opprioritering af udenrigsstoffet.<sup>149</sup> Udenrigsstoffet er dog formentlig alligevel blevet styrket i avisen mere end antallet af artiklerne tilsiger, da flere artikler nu er egenproducerede og længere end før omlægningen, hvor udenrigsdækningen først og fremmest kom fra Ritzaus Bureau. I forhold til det styrkede udenrigsstof kommer Gitte Bang Stald i sin afhandling om A-pressen ind på, at udenrigsstoffet i både Aktuelt før og efter omlægningen er ganske konventionelt, og generelt er uden en særlig faglig eller socialdemokratisk vinkel eller holdning. Hun påpeger det paradoksale i, at avisen omkring århundredeskiftet dels var mere internationalt orienteret, og dels dækkede de udenlandske fagforeninger, arbejderrettigheder og socialistiske/socialdemokratiske partier langt mere indgående.<sup>150</sup>

Nedprioriteringen af avisens traditionelle kerneområder som arbejdsmarkedsstof og arbejdsmiljø kan ses som et opgør med det gamle Aktuelt forpligtelse til at bringe det som Flindt Pedersen kalder "servicestof og referater til de særligt interesserede", og lave en avis med målgruppe, der også tiltræk de store grupper i samfundet, som ikke havde et forhold til LO-fagbevægelsen.

Omvendt kunne det også ses som et udtryk for den nye chefredaktions generelle interesse for området, eller en manglende evne til at nytænke stofområdet. I forbindelse med udviklingen i forhold til dækningen af arbejdsmarkedsstoffet er det også interessant, at det kun var én af de 14 nye nyansatte redaktionelle medarbejdere, som blev ansat i forbindelse med omlægningen, der blev ansat som decideret arbejdsmarkedsjournalist. Det drejede sig om den velanskrevne journalist Bent Larsen, som kom fra en lignende stilling på Information.<sup>151</sup>

---

<sup>149</sup> Se skema

<sup>150</sup> Bang Stald, 1988, s.113-114

<sup>151</sup> Flindt Pedersen, 1998, s. 221-223

I forhold til det man i gatekeepingteorien kalder de eksterne faktorer, som her først og fremmest skal forstås som LO og i anden række Socialdemokratiet, de enkelte fagforbund, boligbevægelsen og kooperationens virksomheder, så vidner både specialets kvantitative optælling, og de første års møder i A-pressens bestyrelse om, at magten over avisens gatekeeping ikke bare på papiret, men også reelt blev styrket på det organisatoriske niveau forstået som chefredaktionen bestående af Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen. Også på det rent strukturelle plan blev dette styrket ved, at de to chefredaktører modsat de tidligere kolleger fik plads i A-pressens direktion.<sup>152</sup>

Chefredaktørernes forestillinger om, hvad der er god journalistik, og hvilke idealer som præger stofvalget er antageligt også blevet styrket ved ansættelsen af de håndplukkede stjernejournalister, der blandt andet var blevet ansat, fordi de ikke tænkte eller skrev som bladets eksisterende journalistiske stab. En del af de nyansatte var netop ansat, fordi de allerede var store navne i den borgerlige del af pressen, og havde allerede deres egne faste politiske såvel som journalistiske idealer og værdier. Et eksempel på en sådan figur kunne være købet af forfatteren og kommentatoren Carsten Jensen fra Weekendavisen.

- *Ham forfatteren Carsten Jensen, ja, hvad kan man sige. Han skrev ikke på en måde som ligefrem appellerede til den almindelige læser af Aktuelt, og hans holdninger havde heller ikke så meget med socialdemokratiet at gøre,*<sup>153</sup> husker Max Bæhring.

Det er værd at bemærke, at de nyansatte håndplukkede journalister, i høj grad kom til at præge avisens bærende historier. Det var også dem, som for en stor dels vedkommende kom til at skrive de historier, der var kritiske overfor fagbevægelsen. Derved er der næppe tvivl om, at de nyansatte journalister, som var opdraget og uddannet udenfor "bevægelsen", på det individuelle gatekeepingniveau, foretog en nyhedsudvælgelse ud fra værdier og holdninger som lå ganske tæt på den redaktionelles ledelse.

Den redaktionelle politik fra Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensens side om, at man nu ikke længere skulle redigere avisen ud fra politiske, men såkaldt rent journalistiske kriterier, har uden tvivl sat avisens journalister friere i forhold til, hvad det var muligt at trykke i

---

<sup>152</sup> Bang Stald, 1988, s. 113-114

<sup>153</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 120

avisen. Den nævnte skelnen mellem den politiske og den rent journalistiske prioritering er dog ikke helt entydig, da både Hans-Henrik Holms og Ida Schultzs medieforskning peger på, at den enkelte journalists gatekeeping kun delvist sker på baggrund af nyhedskriterierne. Der er også for den enkelte journalist en række bevidste og ubevidste forhold, som har indflydelse på, hvilke historier som bliver til nyheder.

Hans-Henrik Holm peger på, at nogle af de ubevidste men væsentlige forhold, som påvirker den daglige gatekeeping er den journalistiske rygmarv eller rutine, som blandt andet er opstået gennem deres uddannelse som på dette tidspunkt kun fandt sted på Danmarks Journalisthøjskole. Med andre ord er det sandsynligt, at denne journalistiske rygmarv er ret ensartet. En anden faktor er det, som Hans-Henrik Holm kalder "den fælles mening", som sammenfatter den herskende holdning i samfundet til politik og værdier.<sup>154</sup> Det er ikke usandsynligt, at disse to faktorer er kommet til at spille en større rolle i forhold til den daglige nyhedsudvælgelse efter omlægningen, da de politiske krav til indholdet fra fagbevægelsens side ikke længere er gyldige. Denne løsrivelse fra ejerskabet kan derfor paradoksalt nok være en af årsagerne til, at den journalistiske prioritering ifølge specialets optælling efter omlægningen ligger tættere på de borgerlige aviser end tidligere.

Ansættelsen af de nye journalister til generelt højere lønninger forårsagede naturligvis konflikter mellem nye og gamle medarbejdere, hvor sidstnævnte følte sig som et b-hold.<sup>155</sup> Derfor kan det heller ikke afvises, at de "gamle" medarbejdere bevidst, ubevist eller i trods valgte deres historie ud fra kriterier, som i højere grad tog hensyn til "bevægelsens interesser" eller fokuserede på historier indenfor fagbevægelsen.

Hele forløbet fra Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensens første udmeldinger om uafhængighed og journalistisk kvalitet op til omlægningen og nyhedsudvælgelsen i Det Fri Aktuelt's første år på markedet kan i et teoretisk perspektiv ses, som det medieforskeren Ida Schultz benævner som et medies positionskamp i forhold til det øvrige journalistiske felt forstået som de øvrige aviser og elektroniske medier.

I første omgang drejede det sig om at positionere den kommende omlægning gennem udtalelser og signaler i medierne således, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen dels kunne tiltrække konkurrenternes bedste medarbejdere, og dels kunne aftvinge store

---

<sup>154</sup> Holm, 2000, s. 23

<sup>155</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 223

forventninger i den øvrige presse, således at avisens nyheder kunne få den største kollegiale opmærksomhed.

I forhold til de redaktionelle ændringer som fremgår af specialets optælling af artikler, så kan de nævnte ændringer næppe alene ses ud fra chefredaktionens erklærede redaktionelle politik eller de generelle nyhedskriterier, men kan også i høj grad ses som en del af en positioneringskamp mellem den øvrige journalistiske verden. Et væsentligt aspekt i kampen for mediet eller chefredaktionens side er hos Ida Shultz kampen om at opnå anerkendelse ved at blive citeret på Ritzau, de andre aviser eller i de elektroniske medier. Og ikke at forglemme branchens respekt og hædersbevisninger.<sup>156</sup>

Netop det sidste spillede en stor rolle for avisen, da man fra Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen ikke mente, at det gamle Aktuelt's journalistik blev respekteret i den øvrige branche eller journalistiske felt. Derfor meldte man ud allerede før relanceringen, at de journalistiske ambitioner gik på, at avisens journalister hurtigst muligt skulle lave journalistik i en sådan klasse, så de kunne belønnet med den fornemmeste journalistpris Cavlingprisen.<sup>157</sup> Denne målrettede higen efter den øvrige branches anerkendelse har utvivlsomt smittet af på prioriteringen af avisen på alle gatekeepingniveauer, da den journalistiske genre, som ifølge Ida Schultz oftest opnåede Cavlingprisen i denne periode, var den eksklusivt afslørende og undersøgende journalistisk, som stadfæstede billedet af pressen som vagthund og fjerde statsmagt.<sup>158</sup>

Det kan næppe isoleret set ikke kaldes problematisk for en avis som Det Fri Aktuelt at lave selvstændig afslørende journalistik, men omvendt kan dette mål blive så dominerende, at man fra chefredaktionens og de enkelte journalisters side glemmer, at avisen fra baglandets og mange læses side først og fremmest har sin berettigelse som et politisk alternativ til den øvrige presse samt på grund af dækningen af fagbevægelsen og arbejdsmarkedet. I forhold til de nævnte indvendinger, så har den nævnte positioneringskamp sandsynligvis været med til at gøre Det Fri Aktuelt's redaktionelle prioritering mindre selvstændig i forhold til resten af mediebildet.

Det Fri Aktuelt blev anerkendt i medieverdenen for dens insisteren på en uafhængig linje i forhold til LO og Socialdemokratiet, og ser man på særligt den første periode efter omlægningen indtil 1993, hvor Jørgen Flindt Pedersen fratræder som chefredaktør, så tyder

---

<sup>156</sup> Schultz, 2005, s. 202

<sup>157</sup> Bang Stald, 1988, s.

alt tilgængeligt materiale på, at denne uafhængighed håndhævet med stor fasthed af chefredaktionen. Efter 1993, hvor Lisbeth Knudsen bliver administrerende chefredaktør, tyder det på, at chefredaktionen begynder at vise en større lydørhed over baglandets holdninger til avisens indhold.<sup>159</sup> I hele forløbet fra etableringen af Det Fri Aktuelt frem til lukningen er der dog ikke ifølge specialets kilder tale om, at redaktionens uafhængighed i forhold til journalistikken angribes i afgørende grad, men snarere tale om, at der er forskel på, hvordan skiftende redaktører vælger at reagere på kritik fra baglandet.

De to hovedkilder til at belyse dette spørgsmål er dels selve Det Fri Aktuelts indhold, og dels de månedlige bestyrelsesmøder i A-pressen, hvor avisens linje blev diskuteret med fagbevægelsens topfolk og repræsentanter fra socialdemokratiet og andre dele af arbejderbevægelsen. Ligeledes har jeg til dette speciale haft adgang til al tilgængeligt arkiveret korrespondance mellem Det Fri Aktuelts chefredaktion og avisens bagland.

Ser man på de månedlige bestyrelsesmøder, så blev avisens linje og journalistik diskuteret til stort set alle møderne under punktet "Efterkritik". Diskussionerne til møderne forholdt sig både til avisens overordnede linje og til indholdet i enkelte artikler og holdningerne i avisens kommentarer.

Kritikken af avisen på bestyrelsesmøderne kan groft sagt indeles i to kategorier, hvor den ene drejer sig om avisens overordnede redaktionelle linje, journalistik og prioritering samt de holdninger, som udtrykkes i avisens ledere og kommentarer. Den anden kategori er, hvor bestyrelsesmedlemmerne er direkte parter i forhold til avisens journalistik. Det drejer sig eksempelvis om manglende tilfredshed i forhold til dækningen af bestyrelsesmedlemmernes egen organisation. De to kategorier kan dog ikke i alle tilfælde helt adskilles.

Når det gælder den redaktionelle linje i Det Fri Aktuelt er det særligt manglen på fagligt stof, som kritiseres. Alene på møderne fra maj 1987 til december 1988 kom emnet direkte op otte gange<sup>160</sup>. En typisk bemærkning i den forbindelse er fra FOA's formand Poul Winckler, der i september 1987 konstaterer, at Det Fri Aktuelt er en glimrende avis, men det er svært at finde fagbevægelsen i den.<sup>161</sup> Og det er en diskussion, som ifølge referaterne fortsætter med samme frekvens i indtil 1993, hvor der ikke har været adgang til referaterne. Diskussionen bliver dog ifølge både Bjarne Salomonsen, Lisbeth Knudsen og Max Bæhring ved indtil lukningen.

---

<sup>158</sup> Schultz, 2005, s.2 02-203

<sup>159</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 116

<sup>160</sup> Bestyrelsesmøder i A-pressen fra 20/5-1987 til 12/12-1988

<sup>161</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 29/9-1987

På trods af den tilbagevendende kritik kan man alligevel ikke sige, at ejerskabet i egenskab af bestyrelsen, på noget tidspunkt satte chefredaktionen stolen for døren eller kom med et ultimatum overfor den redaktionelle ledelse. Bestyrelsen havde dog en vigtig rolle som kontrolindstands i forhold til avisens økonomi og budgetter, som behandles i afsnittet om økonomi og annoncer. Ifølge Bjarne Salomonsen var der kritik af den redaktionelle linje på de fleste møder, men møderne foregik i en nogenlunde rolig tone uden det på noget tidspunkt kom til afstemninger om avisens kurs. Han erindrer kun, at der på et tidspunkt var et højspændt opgør mellem Metals formand Georg Poulsen og Jørgen Flindt Pedersen.<sup>162</sup> Dette indtryk bekræftes af Max Bæhring.

- *Nej, det var ikke en stærk eller moderne handlekraftig bestyrelse. Det må jeg indrømme. Vi fik lov til at sidde at brokke os lidt, og ellers var vi nok mere eller mindre nikkedukker,* siger Max Bæhring.

Han understreger dog, at der i denne periode også var mange private virksomheder, der heller ikke var præget af professionelle bestyrelser.<sup>163</sup>

I tiden med Jørgen Flindt Pedersen var linjen overfor indblanding fra ejerkredsen ret kontant, når der eksempelvis blev krævet mere fagligt stof.

*-Beklager, men vi laver ikke fagbevægelsens svar på Børsen, for så ville vi miste vores læsere,*<sup>164</sup> lød det eksempelvis fra Chefredaktøren på et bestyrelsesmøde i 1989.

Det er både vurderingen fra Bjarne Salomonsen og Max Bæhring, at forholdet mellem avisen og bestyrelsen samt baglandet i øvrigt blev bedre og mere tillidsfuldt, da Lisbeth Knudsen overtog eneansvaret for redaktionen i 1993.

- *Det var ikke fordi Jørgen Flindt Pedersen ikke blev respekteret, men efterhånden som økonomien for alvor begyndte at skride, så var der heller ikke den samme tillid til hans*

---

<sup>162</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 117

<sup>163</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 121

<sup>164</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 7/3-1989

*dømmekraft som leder. Her var det anderledes med Lisbeth Knudsen, for selv om hun ikke var økonom, så satte hun sig grundigt ind i den, siger Bjarne Salomonsen.<sup>165</sup>*

Dette generelle indtryk deles af Max Bæhring, som dog ikke mener, at der i redaktionel henseende var tale om nogen stor ændring. Ifølge Max Bæhring så betød Lisbeth Knudsens indsættelse i stillingen som ansvarshavende og administrerende chefredaktør i 1993 godt nok en øget tillid i baglandet og en øget lydhørhed hos redaktionen, men ikke nogen ændring af linjen.

- *Grundlæggende, så delte hun fuldstændigt Jørgen Flindts holdninger til journalistik og Aktuelt's profil. Hun ville have en seriøs samfundsdebatteerende avis, som for alt i verden skulle være uafhængig af bevægelsen, siger Max Bæhring*

Max Bæhring hæfter sig også ved, at hun ligesom Jørgen Flindt Pedersen mente, at det faglige stof ikke skulle opprioriteres i en sådan grad, at det fyldte for meget i avisen i forhold til, hvad det gjorde i den øvrige dagspresse.<sup>166</sup>

Lisbeth Knudsen anerkender, at forholdet mellem fagbevægelsen og særligt Jørgen Flindt Pedersen var betændt, da hun blev ansat i 1990.

- *Forholdet var efterhånden blevet tyndslidt, og Jørgen havde slet ikke tålmodighed til at høre på indvendingerne fra de faglige folk,<sup>167</sup> siger Lisbeth Knudsen.*

Da Lisbeth Knudsen blev alene på chefredaktørposten i 1993 var hun sig derfor bevidst, at det var nødvendigt at indgå en større dialog med fagbevægelsen. Derfor tog hun på lange foredragsturneerer rundt til fagforeningsafdelinger og partiforeninger, for at genskabe tilliden til avisen. En tillid som var nødvendig, for overhovedet at bevare avisen. Nogle af årene nåede Lisbeth Knudsen således op på omkring 200 møder med baglandet. Nogle af de mest afgørende møder var dem med LO-forbundenes hovedbestyrelser op til LO-kongresserne, hvor bevillingerne skulle fornyes<sup>168</sup>

---

<sup>165</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006 s. 116

<sup>166</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 121

<sup>167</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 124

<sup>168</sup> Ibid. s. 124

## ***Målgrupper og oplag***

Hvis man skal tegne nogle linjer i forhold til udviklingen i forhold til Det Fri Aktuelt's målsætninger på oplagsområdet fra 1987 til man omkring 1996 besluttede at revidere avisens koncept, så må man først konstatere, at det ikke i denne periode lykkes at skaffe den oplagsgevinst, som skulle finansiere og udvikle "projektet Det Fri Aktuelt".

Oplagsfaldet var endda så stærkt, at man allerede i 1988 valgte at lukke avisens flagskib Aktuelt Søndag. Faktisk viser de årlige oplagstal, at alene hverdagsoplaget falder fra 66.661 eksp. i 1987 til 35.963 i 1996. Udviklingen er dog ikke jævnt nedgående, for lanceringen af Det Fri Aktuelt i marts 1987 medførte nemlig store oplagsstigninger i foråret på både søndags- og hverdagsavisen. Således, at der i en periode var tale om hverdagsoplag på 70.000 og søndagsoplag på 170.000. Søndagsoplaget begyndte dog allerede samme sommer at falde drastisk, men hverdagsoplaget var stadig i 1987 nået op på 66.666 mod 55.760 eksemplarer i 1986. Denne stigning på 10.000 eksemplarer til hverdag er dog stort set forsvundet i 1988, og i 1989 begynder oplagsnedgangen, som fortsætter frem til lukningen.<sup>169</sup>

Selv om et oplagstab i denne størrelse automatisk giver et fald i læsertallene, er det dog interessant at se på, om det lykkedes for ledelsen at opfylde nogle af de udtalte og uudtalte mål for avisens fremtidige målgrupper, eller der sker andre uforudsete ændringer af læserskarens struktur.

Ser man på målet om at nå ud til flere yngre læsere, så har omlægningen i 1987 tilsyneladende haft en effekt. Således udgjorde unge mellem 13-19 år 10 % af avisens læsere og de 20-29 årige 11 %. I 1996 var tallene henholdsvis 6 % for 13-19-årige og hele 33 % for de 20-29-årige. Det skal dog i den forbindelse dog konstateres, at andelen af unge læsere i Aktuelt sammenlignet med både morgenaviserne og formiddagsaviserne ikke var højere. Derimod var det andelen af unge læsere i 1986, som var lavere.<sup>170</sup>

Et andet mere uudtalt mål var at få del i de brede og bedre stillede mellemlag, som ellers sværgede til de tre store omnibusaviser. Dette spørgsmål kan belyses ved at se på folks erhverv, uddannelse og indtægt. Ser man på læsernes procentvise erhvervsfordeling er der ikke noget der tyder på, at der er sket nogen større ændring i læsersammensætningen.

---

<sup>169</sup> Gallup Oplagstal og Markedstal, tabel 4.



Andelen af ufaglærte arbejdere, faglærte arbejdere og lavere funktionærer er stort set uforandret på henholdsvis 16 %, 10-13 % og 26 % i hele perioden fra 1986 til 1996. Derimod er der paradoksalt nok sket et lille fald i andelen af højere funktionærer. Når man kigger på udviklingen i sammensætningen af læsernes uddannelsesbaggrund, så er der dog mere der tyder på, at det er lykkedes at få en større del af læserne i det bredere eller højere mellemlag, idet det i 1996 er 61 % af Det Fri Aktuelt's læsere, som har en videregående uddannelse mod 53 % i 1986. Særlig markant er, at 7 % af læserne i 1996 har en høj videregående uddannelse mod kun 3 % i 1986. Af den gruppe der ikke har taget en videregående uddannelse, så er der også blevet markant færre, som kun har en folkeskoleuddannelse.<sup>171</sup>

Derimod er der ikke nogen tegn på, at der sket nogen sønderlig udvikling læsernes indkomstforhold i perioden. Fordelingen mellem læsernes indtægter befinder sig et sted imellem formiddagsavisernes og de tre morgenavisers.

På baggrund af ovenstående kan man konkludere, at omlægningen sikrede en større andel af unge læsere, og at det i en vis grad lykkedes at tiltrække læsere med en højere uddannelse. Til gengæld er det mere markant, at avisens andel af såkaldt normalt mediesvage borgere falder, hvilket principielt er problematisk for LO's medipolitik.

Havde man foretaget en opgørelse af avisens læsersammensætning i eksempelvis de første år efter omlægningen, så havde billedet set noget anderledes ud, idet nyhedens interesse kombineret med massiv reklamekampagne og introduktionstilbud tiltrak en del af den attraktive målgruppe, men målgruppen følte dog ikke nogen særlig trofasthed overfor avisen.

Efter ni år med "Det Fri Aktuelt" kan man altså konkludere, at det i forholdsvis beskednen grad lykkedes at tiltrække nye attraktive målgrupper i et mere veluddannet og bedre økonomisk stillet mellemlag, mens man støt - og i et højere tempo - mistede de tidligere trofaste læsere. Mange af de frafaldne læsere hører paradoksalt nok til dem, som LO ellers benævner som potentielt mediesvage borgere med behov for alsidig og ikke populistisk nyhedsformidling.

Som nævnt i afsnittet om Det Fri Aktuelt's planlagte målgruppe, så var målgruppen ikke klart formuleret, men kunne i korthed koncentreres som en bred målgruppe, som i højere grad

---

<sup>170</sup> Dansk Media Index 1986, s.27 og 1996, s.7

<sup>171</sup> Dansk Media Index 1986, s.23 og 1996, s.9

havde en yngre, mere veluddannet profil, der lå forholdsvis tæt på læserne af de tre store morgenaviser. Der var ligeledes tale om formodet gruppe, som ikke følte sig direkte knyttet til socialdemokratiet eller fagbevægelsen, og som satte redaktionel uafhængighed og journalistisk troværdighed højere end de rigtige socialdemokratiske holdninger. Samtidig var der dog ikke tale om, at målgruppen skulle ekskludere avisens hidtidige læsere.

Overordnet blev tankerne bag den såkaldt nye målgruppe tilsyneladende accepteret af avisens bestyrelse med det kraftige forbehold, at der måtte skabes et kompromis i forhold til de socialdemokratiske og faglige kernelæserne samt de enkelte LO-fagforeningers politiske interesser, som forventede en fyldig omtale af det faglige stof i avisen. Denne holdning blev blandt andet flere gange luftet af Metals formand Max Bæhring i bestyrelsen.<sup>172</sup> Alligevel tyder netop det ønske på, at også fagbevægelsens ledere havde tillid til chefredaktionens tanker i forhold til, at den potentielle nye målgruppe grundlæggende var rigtig set ud fra et forretningsmæssigt synspunkt. Men strategien var langt fra en hjertesag.

Der blev dog også igen særligt fra Max Bærings og HK's repræsentant Jørgen Eibergs side ved enkelte lejligheder sat spørgsmål ved om chefredaktionen i virkeligheden henvendte sig til den rigtige målgruppe.

*Hvem er det vi laver avisen til, er det til folk i det københavnske cafémiljø eller er det til mennesker med en særlig interesse i udenrigspolitisk spørgsmål?*<sup>173</sup>, Lød det fra Max Bæhring på et bestyrelsesmøde.

Derudover advarede HK's Jørgen Eiberg mod at avisens modvilje mod at give plads til baglandets nyheder førte til, at mange tidligere trofaste læsere "ikke længere følte, at det var en avis, som var henvendt til dem.

- *Problemet med Det Fri Aktuel var, at mange historier nu blev meget højtravende og abstrakt. Det var ikke fordi historierne var uinteressante, men de lå meget langt væk fra*

---

<sup>172</sup> Bestyrelsesmøde, 22/1-1988

<sup>173</sup> Bestyrelsesmøde 27/4-1989

*mange læsers hverdag. Også skal vi altså også huske på, at mange LO-medlemmer er meget svage læsere,*<sup>174</sup> siger Max Bæhring i dag.

Han mener endvidere, at den nye chefredaktion overså det faktum, at mange af Aktuelts jævne læsere før omlægningen købte avisen på grund af sportsdækningen og de mere underholdende indslag, og så derefter læste avisens politiske og faglige stof.

Selv om lignende kritikker jævnligt blev fremført på bestyrelsesmøderne, så besad fagbevægelsen topfigurer tilsyneladende ikke en tillid til deres egne evner til at tage beslutninger på medieområdet, og overlod i praksis ansvaret for avisens kurs til den siddende chefredaktion, hvilket vil sige, at de accepterede Jørgen Flindt Pedersens krav om at chefredaktionen alene bestemte, hvordan avisen skulle se ud.

Der er dog noget som tyder på, at kritikken fra bestyrelsens side i forhold til målgruppetænkningen havde en del på sig. En undersøgelse fra avisens salgsafdeling af årsagerne til at læserne sagde deres abonnement op i 1990 viste nemlig noget overraskende, at der var flere læsere, som havde valgt at sige avisen op, fordi avisens ikke var socialdemokratisk nok end læsere som sagde avisen op, fordi den var *for* socialdemokratisk. Mere præcist svarede de 21 ud af de adspurgte det første, mens 12 svarede det sidste. Nu er tallene selvsagt små ud af et totalt antal på 3347, men sætter alligevel sammen med de øvrige svar spørgsmålstejn ved, om det var tilknytningen til LO og Socialdemokratiet, der var Det Fri Aktuelts hovedproblem.

At det - i forhold til læserne - ikke var tilknytningen til socialdemokratiet og LO, som var et hovedproblem understreges af, at hele 1086 eksempelvis angiver, at opsigelsen skyldes, at de i forvejen abonnerer på en avis, hvilket kan være en del af de nye abonnenter, som blev tegnet i forbindelse med dens storstilede kampagne i forbindelse med relanceringen. Et andet interessant fænomen er, at 253 sagde farvel til avisen, fordi der var for lidt stof fra deres lokalområde.<sup>175</sup> En sidste årsag til folk sagde avisen op var helt basale problemer med den daglige levering, sådan lød forklaringen fra 65 læsere. Med andre ord var avisens socialdemokratiske observans kun af marginal betydning for de mange abonnenter, som

---

<sup>174</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 120

<sup>175</sup> Undersøgelse af afgangsårsager fra salgsafdelingen, 1990

forlod avisen. Denne undersøgelse fik dog ikke nogen væsentlig indflydelse på målgruppetænkningen, ligesom den heller ikke førte til redaktionelle ændringer.

Manglen på lokalstoffet var ifølge en forholdsvis stor gruppe tidligere abonnenter en væsentlig mangel ved avisen. Og at dette forhold har spillet en rolle for en større gruppe læsere måske mest i Det Fri Aktuelt-perioden fremgår også af talrige personlige henvendelser fra trofaste og primært socialdemokratiske læsere, der nærmest tryglede om mere omtale af deres lokalområde, hvis avisens stadig skulle have et vist fodfæste i deres område. Et eksempel blandt flere var den Socialdemokratiske Fællesledelse i Vordingborg, der i efteråret 1987 meddelte, at Aktuelt tabte fuldstændig terræn lokalt på grund af den manglende lokale dækning. Derfor krævede de en øget sjællandsdækning, eller at den socialdemokratiske avis NY DAG på Lolland-Falster udvidede dækningen til Sydsjælland.<sup>176</sup> Fra ledelsens side blev sådanne ønsker dog ikke taget alvorligt. Tværtimod gik man den modsatte vej, og skar i bemanningen på provinsredaktionerne, og lukkede de sidste i Århus og Odense i 1997.<sup>177</sup> Spørgsmålet blev dog vendt af Jørgen Flindt Pedersen selv på et bestyrelsesmøde, men her var svaret det klare, at det ikke kunne betale sig at styrke det lokale stof. Begrundelsen for dette var udover det økonomiske, at de andre københavnske aviser solgte udmærket i provinsen uden at have en større regional og lokal dækning.<sup>178</sup> Selv om dette isoleret set er rigtigt, så fremgår det dog af tallene fra Dansk Mediaindex, at Det Fri Aktuelt i mindre grad var en hovedstadsavis end de fleste landsdækkende aviser, idet 46 % af læserne i 1996 befandt i HT-området. På dette tidspunkt var det kun Jyllands-Posten og Kristeligt Dagblad, som havde en lavere andel læsere i HT-området.<sup>179</sup>

Man kan i hele forløbet fra lanceringen af Det Fri Aktuelt, lanceringen af Aktuelt i 1997 og frem til lukningen se en konflikt mellem hensynet til de læsergrupper, som avisen gerne ville tiltrække, og så de læsere avisen reelt havde.

Selv om målsætningen fra starten var, at man i særlig grad skulle tiltrække læsere på journalistikkens og markedets vilkår, som ikke følte sig direkte forbundet med hverken socialdemokratiet eller LO, så var man alligevel nødt til i hele perioden at appellere til "bevægelsens" medlemmer om at tegne abonnementer. Således begyndte man i efteråret 1990

---

<sup>176</sup> Brev fra den socialdemokratiske fællesledelse i Vordingborg, august 1987

<sup>177</sup> Jyllands-Posten, 31/12-1997

<sup>178</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 29/9-1987

<sup>179</sup> Dansk Media Index, 1996, s. 6

en kampagne, hvor socialdemokratiske tillidsfolk skulle hverve nye medlemmer.<sup>180</sup> Man kan tale om, at man her går tilbage til en græsrodspræget salgsstrategi, som prægede avisen før omlægningen, hvor socialdemokratiske tillidsfolk - nogle gange med beskeden provisionsløn - fungerede som arbejdspladsrepræsentanter for avisen, og hvervede en stor del af avisens abonnenter.<sup>181</sup>

Denne tilbagevenden til tidligere tiders strategi og en politisk begrundet appel til baglandet om at abonnere på avisen af pligt var utvivlsomt først og fremmest begrundet i det forhold, at den del af det ekstraordinære tilskud, som var budgettet til markedsføring for længst var brugt. Problemet med en tilbagevenden til den nye strategi var, at den igen knyttede avisen tættere til bevægelsen og derved såede tvivl om uafhængigheden. Eller som den administrerende chefredaktør Erik Stephensen sagde ved lanceringen:

*- ... Folk skal kun holde Aktuelt af frivillig tvang, det vil sige fordi de ikke kan undvære den. Tvangsabbonenter er jo blot en måde at tilsløre, at avisen ikke er god nok til at sælge sig selv.*<sup>182</sup>

### ***Økonomi og annoncer***

Da stod hurtigt klart, at relanceringen på det økonomiske plan var mislykkedes. Allerede omkring 1989 i slutningen af perioden for det ekstraordinære tilskud var de hidtidige ekstraordinære tilskud brugt, og budgettet var skredet. Derfor var der ikke længere penge til de reklamekampagner, som prægede den første tid, og fra nu af skulle de nødvendige penge hentes hjem gennem besparelser. Denne præmis var dog kendt fra begyndelsen, da A-pressens næstformand Hardy Hansen slog det grundigt fast på LO's kongres i 1987, at der med den ekstraordinære støtte var tale om et absolut engangsbeløb. Og at yderligere udgifter kun kunne hentes hjem gennem besparelser.<sup>183</sup>

Årsagerne til, at de økonomiske problemer allerede begyndte at tårne sig op, før det ekstraordinære tilskud udløb i 1991 kan tilskrives to forhold. Det ene forhold var, at chefredaktionens omgang med støttekronerne i vid udstrækning var for ukontrolleret, og skete

---

<sup>180</sup> Bestyrelsesmøde 25/9-90

<sup>181</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 120

<sup>182</sup> Bang Stald, 1998, s. 128

uden hensyn til budgettets rammer. Særligt udgifterne til markedsføring, og ansættelser af konkurrenternes bedste journalister til højere lønninger har i denne forbindelse haft betydning. Vigtigt i forbindelse i denne forbindelse var også avisens alvorlige problemer med abonnements- og distributionssystemerne.

Det andet forhold var, at det grundlæggende var selve forretningsmodellen og det redaktionelle koncept, der ikke levede op til kravene om oplags- og annoncefremgang. Da det i sidste ende er mere enkelt at foretage besparelser og effektiviseringer end at opnå en reel oplagsfremgang.

Overforbruget og den manglende styring af udgifterne blev dog aktivt forsøgt genoprettet siden 1989, hvor LO's formand Finn Thorgrimsson på et bestyrelsesmøde konkluderede:

*- Enten lukker A-pressen eller også må der strammes op på.*<sup>184</sup>

I forbindelse med de økonomiske problemer på Det Fri Aktuelt indsatte LO' også konsulent Bjarne Salomonsen i A-Pressens bestyrelse i 1989 med den opgave at overvåge avisens økonomi, da man på økonomiske og administrative plan havde mistet tilliden til Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen.<sup>185</sup> Med andre ord blev der nu gjort en indsats for at bringe orden i selve virksomhedens forbrug og økonomi, men det ændrede ikke på, at de budgetterede indtægter på bladsalg og annoncer udeblev.

I 1990 tiltrådte Lisbeth Knudsen som administrerende chefredaktør som afløser for Erik Stephensen, som forlod avisen i slutningen af 1989 til fordel for et lederjob hos Nordisk Film. Stephensens opsigelse kan dog også ses som en konsekvens af den fejlslagne økonomiske og markeds-mæssige udvikling, som var primært hans ansvarsområde. Omkring 1990 var de organisatoriske problemer alvorlige, og Lisbeth Knudsen tøver i dag ikke med at kalde Det Fri Aktuelt en avis i krise på dette tidspunkt.

---

<sup>183</sup> Næstformand for A-pressens bestyrelse Hardy Hansens indstilling vedr. A-pressen på LO's kongres 1987

<sup>184</sup> Bestyrelsesmøde 27/4 1989

<sup>185</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, s. 116

*- Jeg vidste, der var problemer i huset. Men at skeletterne i den grad væltede ud af skabe kom som en overraskelse, siger Lisbeth Knudsen.<sup>186</sup>*

Som et eksempel på de kaotiske tilstande omkring 1990 nævner Lisbeth Knudsen, at A-pressens administrerende direktør Anne Blixencrone blev fyret efter tre måneders prøvetid på grund af problemer med regnskaberne, og at Lisbeth Knudsen, derfor også blev tildelt denne stilling efter et par uger i jobbet som chefredaktør. Nogle af de skeletter i skabe, som Lisbeth Knudsen hentyder til, er problemet med abonnementsystemet, der gjorde, at der kunne gå halve år før nye abonnenter begyndte at få den avis de havde bestilt. Endvidere var der også alvorlige problemer med udskrivningen af regningerne til abonnenterne. Mange betalte simpelthen ikke for avisen. Problemet havde i øvrigt været taget op på bestyrelsesmøderne siden 1987 - uden dog at nå en løsning.<sup>187</sup> Derudover, så blev avisen sat på et it-system, der var så forældet, at der ikke fandtes firmaer, som kunne rykke ud uden videre, hvis systemet brød sammen. Generelt konkluderer Lisbeth Knudsen, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensens simpelthen ikke havde gjort sig tanker om, at avisvirksomhed handlede om andet end journalistisk.<sup>188</sup>

De økonomiske konsekvenser af over tre års kaos i abonnementsystemet er vanskelige at gøre op, men kan næppe undervurderes. Det betød nemlig både, at avisen i store stræk i praksis forærede avisen væk til store læsergrupper, men andre læsere valgte at sige avisen op, fordi de ikke modtog den. En væsentlig årsag til miseren var uden tvivl, at Flindt Pedersen og Erik Stephensen ansatte en mand i stillingen som leder af administrationen, der ikke havde nogen erfaring med avisdrift eller drift af større virksomheder generelt. Til denne stilling ansatte man Erik Stephensens genbo i Holte, Ludvig Bramsen, som havde en fortid som forlægger<sup>189</sup>. Ludvig Bramsen valgte dog at fratæde i foråret 1989 på grund af de administrative problemer.<sup>190</sup>

Som beskrevet i afsnittet om den økonomiske og redaktionelle plan for Det Fri Aktuelt, så fremgår det tydeligt, at Aktuelt Søndag skulle spille en nøglerolle for avisens succes både journalistisk og i særdeleshed økonomisk i form af et annoncemæssigt lokomotiv i forbindelse med den tidligere nævnte satsning på rubrikannoncer. Derfor kan man heller ikke

---

<sup>186</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s.123

<sup>187</sup> Bestyrelsesmøder i A-pressen 1987-1990

<sup>188</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 123

<sup>189</sup> Flindt Pedersen, 2000, s. 223

undervurdere betydningen af lukningen af søndagsudgaven allerede i december 1988, hvor oplaget var blevet næsten halveret fra over 115.000 i 1987 til omkring 69.000 i 1988.<sup>191</sup>

- *Det var særligt i forbindelse med søndagsudgaven, at Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensens manglende evner i forhold til budgetlægning og strategiudvikling viste sig. Pludselig lukkede man Søndagsudgaven. Man havde simpelthen ikke tænkt på, hvad man kunne sætte i stedet, og at oplaget faldt drastisk, fordi Ekstra Bladet og BT kom på gaden. De havde ingen plan b.<sup>192</sup>, siger Bjarne Salomonsen om lukningen af søndagsudgaven.*

Ganske vist havde man i den tidligere ledelse frygtet, hvad der kunne ske, hvis Ekstra Bladet og BT kom ind på søndagsmarkedet, ligesom man havde regnet på det mulige oplagsfald.<sup>193</sup> Alligevel var det som nævnt endt med, at Erik Stephensen som beskrevet i den såkaldte "Alexis-plan" havde forventet, at Aktuelts Søndags succes netop ville få de to morgenaviser til at afholde sig fra at sende BT og EB på gaden om søndagen, da de ville kannibalisere moderavisernes søndagsudgaver.<sup>194</sup> Det viste sig dog, at lanceringen af Det Fri Aktuelt havde den modsatte effekt hos konkurrenterne, der allerede varslede en søndagsudgave i juni 1987 en måned efter relanceringen. Selv om Ekstra Bladets og BT's søndagsudgaver ikke levede op til forventningerne hos udgiverne, da oplagstallene det første år kun nåede op på 180.000(EB) og 210.000(BT), hvilket var lavere end hverdagsoplaget<sup>195</sup>, så fik de to avisers søndagsaviser øjeblikkelige konsekvenser for Aktuelts Søndags oplag. Det var i øvrigt en nedlæggelse, som der ikke var enighed om i bestyrelsen, da blandt andre SID's formand Hardy Hansen mente, at søndagsavisen var en del grundlaget for tildelingen af støtten fra LO, og man i stedet måtte finde pengene andetsteds på avisen.<sup>196</sup> Det hører uden tvivl også med til forståelsen af lukningen af søndagsudgaven, at den havde en stor symbolsk betydning for bevægelsen, da den havde et højt oplag og overskud, og meget væsentligt blev læst i langt bredere kredse af LO's egne medlemmer end hverdagsavisen.

---

<sup>190</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen 27/4 -989

<sup>191</sup> Dansk oplagskontrol

<sup>192</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 117

<sup>193</sup> Notat fra chefredaktionen til bestyrelsen om søndagsmarkedet, 20/11-1987

<sup>194</sup> Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

<sup>195</sup> Dircknick-Holmfeld, 2004, s. 222.

<sup>196</sup> Bestyrelsesmøde i A-pressen, 12/12-1988,



Ser man nærmere på avisens situation på annoncemarkedet, så viser de interne redegørelser fra annonceafdelingen, at de grundlæggende problemer med manglende annoncer fra det private erhvervsliv fra før omlægningen fortsatte. En opgørelse af fordelingen af annoncesalget på brancher fra første halvår i 1990 fortæller, at netop de kategorier som primært omfatter private aktører står svagt. Områderne landsannoncer, detailhandelsannoncer og annoncer for forlystelser udgør tilsammen kun 42 % af annoncemængden. Den resterende annoncemængde er domineret af kategorier som mestendels består af annoncer fra det offentlige og bevægelsen forstået som fagbevægelsen, Kooperationen og Socialdemokratiet. Således består hele 18 % af annoncemængden af kategorien "Meddelelser", som langt overvejende omfattede annoncer fra stat, amter, kommuner og offentlige institutioner. Jobannoncerne udgør 15,6 %, men også her er der fortrinsvis tale om annoncer fra det offentlige og fra fagbevægelsen og dens virksomheder. Derudover er 6,5 % af annoncerne organisationsannoncer, hvor også størstedelen må formodes at komme fra avisens eget bagland.<sup>197</sup> Denne annoncefordeling er ifølge Lisbeth Knudsen i grove træk dækkende for perioden under Det Fri Aktuelt.<sup>198</sup>

Der kan endda ikke kun tales om en generel manglende tillid som annoncemedie, men ifølge Lisbeth Knudsen var der også stadig tale om en direkte politisk betinget boykot af Det Fri Aktuelt som annoncemedie, hvilket var et forhold som Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen regnede med ville have udspillet sin betydning, når avisen fik sin fulde redaktionelle uafhængighed. Det er selvsagt svært at bedømme, hvilke afslag på annoncer, der skyldtes politiske motiver. Alligevel hæfter Lisbeth Knudsen sig ved, at hun sammen med annonceafdelingen flere gange opsøgte virksomheder med en objektiv interesse i at annoncere i avisen, som kom med direkte politiske begrundelser for afvisningerne af annoncetilbudene. Det drejede sig eksempelvis om en dominerende annoncør som Dansk Supermarked.

- *Herman Salling sagde uden omsvøb, at han ikke ønskede at annoncere i avisen af politiske årsager, siger Lisbeth Knudsen.*

Denne boykot var så omfattende, at alle supermarkeder og stormagasiner i kæden havde forbud mod at sælge avisen i løssalg. Andre kæder som ifølge Lisbeth Knudsen også

---

<sup>197</sup> Annonceomsætningen på Det Fri Aktuelt 1990 - notat til bestyrelsen, 1990,

<sup>198</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 126

konsekvent afviste at annoncere i Det Fri Aktuelt var Daells Varehus og Magasin, som dog ikke udtalte deres politiske bevæggrunde så klart som Herman Salling.<sup>199</sup>

Perioden fra 1989 til omlægningen i 1997 kan på det økonomisk/organisatoriske plan ses på en periode, hvor man fra ledelsens side brugte store kræfter på at rette økonomien op efter udgiftsekspllosionen i 1987, og forsøgte at rette op på en række forretningsmæssige uhensigtsmæssigheder, der havde rod i A-pressens før omlægningen. I samme periode skete der også en ændring af selskabsstrukturen således, at Det Fri Aktuelt i 1992 blev et selvstændigt aktieselskab med A-pressen som moderselskab. Ligeledes lykkedes det også for LO's ledelse i lyset af avisens økonomiske problemer at få LO kongressen i 1991 til at hæve de ordinære tilskud til A-pressen til 60, 8 mio. kr. mod de omkring 39, 3 mio. kr., som den ordinære LO-støtte ellers ville være nået op på. Dette var dog en støtte, som fra da af kun blev vedtaget fra kongres til kongres.<sup>200</sup>

En af de markante indskrænkninger af A-pressens skete i 1994, da bestyrelsen besluttede at lukke koncernens to sidste provinsaviser Ny Dag i Nakskov og Bornholmeren i Rønne og avisernes ugeaviser. Denne beslutning kom efter længere tids oplagsnedgang på de to aviser, hvor de begge var nået ned under 10.000 eksemplarer (NY DAG: 8.834, Bornholmeren: 5606). De to lokale dagblade modtog omkring 10 mio. kr. i årlig støtte, men havde dog begge overskudsgivende ugeaviser og trykkerier. Det økonomiske rationale bag beslutningen var i sig selv velbegrunderet, om end aviserne som virksomheder ikke var mere problematiske end moderavisen Det Fri Aktuelt. Alligevel tyder meget på, at den måde lukningen foregik på betød meget lokal vrede mod A-pressen og Det Fri Aktuelt fra fagbevægelsen og socialdemokratiet. Og det gav også et indtryk af arrogance overfor baglandet som helhed. Beslutningen om lukningen blev foretaget uden forudgående varsel under større dramatik på bestyrelsesmødet i A-pressen 25. oktober 1994, hvor NY DAG's bestyrelsesformand, den lokale LO- og Metalformand Walther Rasmussen forlod mødet i vrede. Lukningen blev udført således, at de to avisers kontorer blev aflåst af A-pressen samme dag og samtlige medarbejdere øjeblikkeligt fyret, hvilket i NY DAGs tilfælde drejede sig om 90 mennesker i en arbejdsløshedshærgen by. De to redaktioner fik således ikke lov til at lave en afskedsavis, ligesom det var umuligt for lokale kræfter at få tid til at reorganisere virksomhederne af egen kraft. Endvidere fremstod beslutningen besynderlig set i lyset af, at man året inden havde fået

---

<sup>199</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 126

<sup>200</sup> Medierne og Fagbevægelsen, 1995, s.22-23,

bevilliget et nyt trykkeri og teknik. Lokalt var opfattelsen, at det i virkeligheden var Det Fri Aktuelt, som var problemet. Og det var dem som havde brugt deres LO-støtte uforsvarligt og ødselt.<sup>201</sup>

Denne opfattelse er ikke helt forkert, idet begrundelsen for nedlæggelsen først og fremmest var at rede Det Fri Aktuelt, hvilket konkluderes af koncernens direktør Lisbeth Knudsen i notat til bestyrelsen, hvor hun konkluderer, at en fortsættelse af status quo ville kræve et ekstra tilskud fra LO på yderligere 10 mio. kroner og at LO var nødt til at bruge op til 80 mio.kr. årligt på tre aviser med et samlet oplag på kun 54.000. Ligeledes konkluderes det, at de to provinsaviser i årevis er blevet drevet så skrabet, at det ikke var muligt at spare mere. Anbefalingen lyder "Nedlæg aviserne - selv om det ikke er deres skyld".<sup>202</sup>

Ovenstående er blot et af flere eksempler på, at de stadige nedskæringer i virksomheden efter investeringen i slutfirserne forårsagede nye problemer i forhold til avisens legitimitet i forhold til baglandet, og heller ikke i alle tilfælde førte til hurtige besparelser, da koncernen fik flereårige millionudgifter til aftrædelsesordninger for de fyrede medarbejdere, der generelt var sikret bedre end hos konkurrenterne som følge af fagbevægelsens idealer om sikkerhed i ansættelsen. Sparekursen fortsatte i tiden som Det Fri Aktuelt, da der på intet tidspunkt skete længerevarende oplagsstigninger, ligesom det heller ikke lykkedes for avisen at finde kommerciel strategi, som kunne forbedre indtjeningen på annoncemarkedet eller andre markeder som kunne kompensere for et lavere oplag.

Som nævnt er tiden præget af konstant oplagsnedgang og nedskæringer i redaktionel bemanning samtidig med, at Det Fri Aktuelt stadig er en regulær omnibusavis med grundig dækning af alle stofområder fra sport til udland, hvilket var en målsætning, der ikke var holdbar i længden, når de konkurrerende medier havde så meget større mandskabsmæssige og økonomiske ressourcer. Derfor begyndte man i 1995 et udviklingsarbejde, hvor man arbejdede på forskellige modeller for en ny avis, der enten skulle have en større gennemslagskraft gennem oplag og popularitet eller et journalistisk fokus, der var klarere og mindre omkostningstungt. Dette arbejde bliver behandlet i næste kapitel.

---

<sup>201</sup> Foersom mfl., 2001, s. 9-12,

<sup>202</sup> Notat fra Lisbeth Knudsen om Lukning af NY DAG og Bornholmeren, 1994,

# Kapitel 6 – Aktuelt - Den anden relancering

## *Redaktionel linje*

Det redaktionelle koncept for det ny Aktuelt fra 1997 er snævert forbundet med den indsnævring af målgruppen til den samfundsaktive borger, som analyseres i et separat afsnit, og bygger på det man benævner som en "to spors strategi" for avisens journalistisk. Denne strategi er både møntet på form, præsentation og journalistisk indhold. I forhold til formen, så betyder det, at de bærende artikler og temaer sættes op sådan, at de kan læses af de læsere, der kun har tid til at scanne indholdet, og de læsere som vil i dybden. På det indholdsmæssige plan henviser de to spor til begreberne livsverden og systemverden, hvor det er meningen, at de større politiske, faglige og samfundsmæssige artikler både skal forsynes med vinkler fra systemverden forstået som eksempelvis Christiansborg og de faglige organisationer og livsverdenen forstået som den enkelte arbejdsplads eller græsrodderne.<sup>203</sup>

Denne nye redaktionelle strategi, som kan kaldes en indskrænkning af avisens størrelse og bredde i stofområder, går ud på, at avisen ikke længere skal være omnibusavis, men bevæge sig mere i retning af en nicheavis, og en avis som typisk vil være en supplementsavis enten til en af de store morgenaviser eller den elektroniske nyhedsstrøm. I forbindelse med omlægningen blev både Information og Weekendavisen nævnt som inspirationskilde, og arbejderbevægelsens svar på Information var det udtryk som oftest blev nævnt.

Alligevel var der ikke tale om en rendyrket nicheavis, da avisen fortsat skulle behandle alle stofområder som kultur, ildebrande, udland og sport. Forskellen i forhold til hidtil skulle være en skarpere prioritering af disse områder, så kun de væsentligste historier i disse kategorier skulle dækkes grundigere end med noter og korte artikler.

Kernen i den nye avis skulle være områderne politik, samfund og arbejdsmarked, og det var primært disse områder som skulle formidles gennem den nævnte tottrins strategi.

---

<sup>203</sup> Medier, status og udvikling, 1995, s. 18

Et andet væsentligt aspekt i forbindelse med omlægningen var, at avisen skulle gå fra at være en nyhedsavis til en holdningsavis med et større fokus på holdninger og debat. Hvad der præcist lå i denne definition er dog ud fra udmeldingerne ikke helt klart, udover at man påtænkte at styrke debatstoffet. Ideen om en holdningsavis skal dog igen ses i sammenhæng med konceptets målgruppekoncept, som blev henvendt til samfundsaktive borgere, der:

*- Ønsker at forsvare velfærdssamfundet, men også ønsker at en kritisk debat om udvikling og fornyelse af det.* <sup>204</sup>

Samtidig er avisens læsere, og heraf Aktuelts journalistik, og også defineret ved en grundlæggende solidarisk indstilling på globalt såvel som internationalt plan, miljøbevidsthed og engagement i menneskerettigheder<sup>205</sup>. Med andre ord var der på papiret var der tale om en forholdsvis uforpligtende "social-humanistisk" synsvinkel, der som udgangspunkt ikke i sig selv adskilte sig nævneværdigt fra, hvad man kunne sige om Politikens eller Informations politiske profil. Denne politiske profil bliver heller ikke skarpere af, at den politiske linje skulle bygge på en selvstændig vision, der bygger på en række grundlæggende værdier, som er i overensstemmelse med arbejderbevægelsens.<sup>206</sup> Dog skulle avisens dog stadigvæk følge vedtægterne ligesom de øvrige datterselskaber i A-pressen om at understøtte en udvikling i samfundet, der harmonerede med lønmodtagernes interesser.<sup>207</sup>

I forhold til den redaktionelle uafhængighed, som var Det Fri Aktuelts adelsmærke, så bliver der ikke ændret ved denne i forbindelse med omlægningen, men uafhængigheden bliver formuleret mere afdæmpet fra både LO's og chefredaktør Lisbeth Knudsens side. " Den ny dynamiske avis" skal ikke være mere i overensstemmelse med hvad jeg og andre ledere tænker end Det Fri Aktuelt er i dag, sagde LO-formand Hans Jensen ved præsentationen på A-pressens generalforsamling i april 1997. Derudover fremhævede han, at avisen skulle overraske, og også ruske op i bevægelsen selv.<sup>208</sup> Selv om den redaktionelle uafhængighed i forhold til bevægelsen opretholdes, så tyder udmeldingerne fra chefredaktør Lisbeth Knudsen og markedsføringen på, at avisen ikke længere ønskede eller behøvede konstant at understrege, at man gik ligeså meget i haserne på brodne kar i fagbevægelsen som hos alle

---

<sup>204</sup> Medier, Status og udvikling s. 16

<sup>205</sup> *ibid.* s. 18

<sup>206</sup> *Ibid.* s.17

<sup>207</sup> *Ibid.* s.5

andre, som det skete ved lanceringen af Det Fri Aktuelt. Lisbeth Knudsen havde allerede ved avisens 125-års jubilæum i sommeren 1996 distanceret sig fra Flindt Pedersens og Erik Stephensens redaktionelle linje.

*- Det var næsten sådan, at bare der gik en socialdemokrat hen over Rådhuspladsen, så skulle han have et spark bagi. Avisen havde et kolossalt behov for at bevise, at den ikke var i lommen på nogen.' Og så kunne bevægelsens folk spørge: Skal vi betale for det svineri? 'Det er da klart, navnlig når historierne ikke altid holdt vand. Jeg har opfattet min rolle sådan, at det var nødvendigt efter trodsalderen at etablere en konstruktiv dialog, hvor der er fuldstændig respekt omkring avisens frihed, men hvor man på den anden side også anerkender rødderne og avisens holdningsmæssige udgangspunkt.'<sup>209</sup>, udtalte hun til sin egen avis.*

Ligeledes kan den nævnte udvikling også skyldes avisens nye journalistiske profil, der i højere grad profilerede sig på baggrund, analyse og holdninger end slagkraftige afsløringer og traditionelle nyheder.

Et nærliggende spørgsmål er, når man alligevel havde besluttet at lave en slags nicheavis, hvorfor lavede man ikke en nicheavis med et snævert fokus på arbejdsmarked, arbejdsmiljø, erhverv og velfærdspolitik, som netop er arbejderbevægelsens kerneområder. Kort sagt lønmodtagernes svar på dagbladet Børsen. Dette ville på mange måder kunne dæmpe kritikken fra forbundene, og ville have været en brugbar daglig nyhedskilde for de aktive i fagbevægelsen.

*- Grundlæggende regnede vi ikke med, at der ville være læsere til et arbejderbevægelsens Børsen. Avisen var jo ikke længere et talerør for bevægelsen. Det mener jeg faktisk ikke engang avisen var før den blev til Det Fri Aktuelt. Vi kunne ikke lave en avis som havde en prioritering som fuldstændig adskilte sig fra de øvrige mediers, fortæller Bjarne Salomonsen om de daværende overvejelser om spørgsmålet.<sup>210</sup>*

---

<sup>208</sup> Aktuelt 30.april 1997

<sup>209</sup> Aktuelt 26/6-1996

<sup>210</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s.118

Han understreger dog, at det var en vision bag relanceringen, at avisen i højere grad skulle skrive om arbejdsmarkedet fra en såkaldt "arbejdslivs-vinkel", hvor man så på problemstillinger fra en mere dagligdags vinkel.

Et interessant aspekt ved relanceringen i 1997 er, at det valgte koncept var et blandt mange, som var i spil. Siden 1995 havde Lisbeth Knudsen blandt andet i samarbejde med LO's Bjarne Salomonsen arbejdet på en række andre aviskoncepter, hvoraf nogle af dem var ligeså gennemarbejdede som det valgte, og var oppe at vende i Det Fri Aktuells bestyrelse. De to koncepter, som var tættest på at blive til virkelighed var ifølge Lisbeth Knudsen og Bjarne Salomonsen en husstandsomdelt gratisavis til samtlige medlemmer af LO og en weekendavis. Med i overvejelserne var også en omlægning til en skarp tabloidavis i retning af svenske Aftonbladet, som havde svensk LO som medejer. Sidstnævnte overvejelse nåede dog ikke længere end til ideplanet på grund af modstand fra LO, som ikke så det som sin opgave at lave en sensationsavis.

Planen om en husstandsomdelt gratisavis nåede betydeligt længere, og der blev både lavet et redaktionelt koncept, og der blev regnet på omkostninger og indtægter ved en sådan omlægning.

*Ideen var, at vi skulle lave en husstandsomdelt avis til samtlige medlemmer af LO's fagforeninger på samme kvalitetsniveau som Det Fri Aktuelt. Ideen var på mange måder spændende, og ville give avisen en helt anden gennemslagskraft. Der ville også være tale om dækningsgrad for annoncørerne, der ville slå alt på det tidspunkt,<sup>211</sup> siger Lisbeth Knudsen*

Ideen blev imidlertid forkastet af bestyrelsen, da den i første omgang ville koste ni mio. kr. ekstra i årligt tilskud, hvilket på mange måder var en beskeden investering i forhold til gennemslagskraften og størrelsen på det eksisterende tilskud. Lisbeth Knudsen vurderer, at årsagen til projektet blev droppet var, at LO ikke turde foretage en så offensiv investering efter de dyre erfaringer fra lanceringen Af Det Fri Aktuelt.

Ideen om en weekendavis blev droppet, da en læserundersøgelse viste, at de eksisterende læsere forlangte et dagblad.

Endelig var der omkring 1996 planer om at lancere den svenske trafikavis Metro på det danske marked i samarbejde med den svenske koncern MTG. Der blev således både foretaget

---

<sup>211</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 125

forhandlinger med HT, DSB og arbejdet med et partnerskab med Den Blå Avis. Dette samarbejde faldt dog foreløbigt til jorden på grund af manglende opbakning fra MTG.<sup>212</sup>

## ***Målgrupper og oplag***

Målgrupperne for det nye Aktuelt og delvist den avis' redaktionelle profil var grundlæggende udtænkt ud fra et forretningsmæssigt synspunkt, og ikke ud fra en mediepolitisk vision. Allerede to år tidligere var LO i tæt samarbejde med chefredaktør Lisbeth Knudsen arbejdet med en række alternativer til Det Fri Aktuelts koncept, og den valgte plan var en af flere mulige. Og det samme kan siges om de valgte målgrupper.

Man kan dog ikke alene tale om en ren forretningsmæssig strategi, men også en politisk og kommunikativ strategi fra LO's side om at kunne præge samfundsdebatten og medie billedet på en mere økonomisk ansvarlig måde. Da man med Lisbeth Knudsens ord i forhold til arbejdet med "Det Fri Aktuelt" havde indset, at gruppen af LO-medlemmer var en så uhomogen gruppe, at det ikke var muligt at lave en avis, som henvendte sig bredt til hele gruppen.<sup>213</sup> Målgruppen er dog næppe kun valgt ud fra en økonomisk kalkule, men fordi man antog det var muligt at præge samfundsdebatten mere indirekte end med Det Fri Aktuelt ved at påvirke laget af meningsdannere og beslutningstagere, således at denne gruppe igen kunne påvirke samfundet og debatten i en retning, som viser større forståelse for LO's synspunkter og ideer.

Mere præcist tog definitionen af den nye målgruppe udgangspunkt i avisens markedsføring af Det Fri Aktuelt, som en avis med meningskraft. Dette slogan blev udtænkt omkring 1991, da oplaget var i frit fald, og man ikke i samme grad kunne bruge avisens oplag og læsertal som argument overfor annoncørerne. Rationalet var, at en større andel af læserne var aktive samfundsborgere med indflydelse og tillidsposter indenfor fagbevægelsen, partierne og alskens græsrodsorganisationer end blandt de øvrige avisers læsere. Ud fra en annoncemæssig synsvinkel, så havde læserne derfor ofte indflydelse på forskellige investeringer og indkøb af varer og ydelser.

Set i forhold til det øvrige avismarked, så var planen ifølge Lisbeth Knudsen først og fremmest at tiltrække Politikens og til dels Informations læsere, som ønskede et

---

<sup>212</sup> Redaktionelle overvejelser omkring Metro, 1996

<sup>213</sup> Politiken 9/7-1997



socialdemokratisk supplement. Lisbeth Knudsen regnede ikke med, at det var muligt at tiltrække helt nye avislæsere eller at vinde de frafaldne abonnenter tilbage.<sup>214</sup>

## ***Økonomi og annoncer***

I forhold til annoncemarkedet var strategien for Det Fri Aktuelt, at en kombination af en stor oplagsfremgang og avisens øgede troværdighed som uafhængig avis, skulle gøre avisens til et uomgængeligt annoncemedium, når det drejede sig om at nå et bredt og købedygtigt publikum. Denne strategi blev dog allerede i begyndelsen af 1990'erne som tidligere nævnt ændret i retning af en mere specialiseret annoncestrategi, hvor avisen under mottoet "meningskraft" søgte at forklare, at avisens læsere i markant højere grad end andre aviser, havde tillidsposter i alle dele af foreningslivet og det politiske og faglige liv, og derved ofte var beslutningstagere i forhold til beslutninger om større køb. Det er denne sidste strategi som man videreudvikler i Aktuelt ved at søge at beholde de aktive faglige læsere samtidig med, at man snævert henvender sig til gruppen af særligt politisk og samfundsinteresserede læsere med mellemlange og højere længerevarende uddannelser. En gruppe, der rent privatøkonomisk også er et købedygtigt publikum. Endvidere bliver der i strategierne for annoncesalget argumenteret for, at avisens særlige format og lay-out og den seriøse og originale baggrundsjournalistik i højere grad skulle henvende sig de mere eksklusive lands- og mærkevarer annoncer.<sup>215</sup> Med andre ord skal avisens image og udseende af seriøsitet og originalitet bruges til at tiltrække de mere attraktive annoncer.

Set i forhold til de teorier om avisers overlevelse på annoncemarkedet, så er det tydeligt, at avisen ikke længere kan bruge oplagsstørrelsen som argument overfor annoncørerne og som overlevelsesstrategi.

Ser man i forhold til den tidligere nævnte teori om, at dækningsgradens betydning i givne attraktive byområder, så må man antage, at de mest attraktive områder for en landsdækkende avis er HT-området og Århus/Østjylland. Og her var udgangspunktet for Aktuelt i 1997 ikke det bedste. Aktuelts dækning i Storkøbenhavns bladkreds lå på 1,6 %, hvilket kun var 0,1 % højere end Informations og langt lavere end Berlingskes' på 13,3 %, Politikens på 11,7 % og selv Jyllands Postens på 4,4 %. Lidt bedre så det ud i Århus/Østjylland, hvor Aktuelt havde en dækningsprocent på 0,7, hvilket kun var marginalt mindre end Berlingske og Politiken.

---

<sup>214</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 125-126

Endelig skal det nævnes, at avisen heller ikke havde nogen større dækningsprocent i de øvrige landsdele.<sup>216</sup> Da avisen ved omlægningen ikke længere var konkurrencedygtig på de to førnævnte parametre, valgte man fra ledelsens side først og fremmest at satse på, at nå en nogenlunde fast defineret målgruppe, som også var attraktiv for annoncørerne, nemlig en forholdsvis velstående gruppe af såkaldte meningsdannere med en overvægt af folk i de højere mellemlag. Som beskrevet tidligere, så er der nemlig i Danmark såvel som i det øvrige Norden eksempler på, at en avis kan have succes på annoncemarkedet på trods af lavt oplag og lave dækningsprocenter - bare man rammer en attraktiv målgruppe præcist. Det er avisen Børsen et godt eksempel på.

Imidlertid er Aktuelt ved indgangen til den anden omlægning ikke bare en nicheavis, men også stadig en politisk motiveret dagbladsudgivelse udgivet af den ene af arbejdsmarkedets parter, og en avis med en redaktion, som er betydeligt større end nicheaviser som Information og Kristeligt Dagblad. Den tidligere omtalte sandsynlige boykot af arbejderbevægelsens medier er en faktor, som er svær at beregne, men det må konstateres, at der i forbindelse med den anden relancering tilsyneladende ikke blev lavet en ligeså offensiv annoncestrategi eller blev næret ligeså store forhåbninger til annoncemarkedet som ved introduktionen af Det Fri Aktuelt.

I forhold til spørgsmålet om avisen ved den anden omlægning var i fare for en direkte eller indirekte boykot, så gør to tendenser sig gældende. Det Fri Aktuelts redaktion havde vist medieverdenen, at man havde styrken til at skrive kritisk om baglandet, og var blevet kollegialt belønnet for denne linje. Alligevel var Aktuelt mere end nogensinde afhængigt af LO's økonomiske støtte, og der lød stedse trusler fra baglandet om, at avisen ikke var sikret til evig tid, hvis ikke man viste bedre resultater. Der var kort sagt få der troede, at avisen nogensinde ville kunne klare sig uden støtte fra LO, hvilket kan have givet erhvervslivet et indtryk af, at når det kom til stykket så havde LO alligevel magten over avisen.

---

<sup>215</sup> Medier, status og udvikling, 1999, s. 18-19

<sup>216</sup> Oplags og Markedstal

# Kapitel 7 - Relanceringsens resultater

## *Redaktionel linje*

Betegnende for den anden omlægning af avisen er, at ligesom det var tilfældet med lanceringen af Det Fri Aktuelt, så blev den nye avis modtaget med grundlæggende respekt i den øvrige medieverden, og blev regnet for moderne og vellykket. Et eksempel på denne anerkendelse var, at chefredaktør Lisbeth Knudsen fik tildelt Publicistprisen i 1998 netop for omlægningen.

Det er imidlertid svært entydigt at konkludere ud fra specialets kvantitative optælling om, hvorvidt det lykkedes for chefredaktionen og de menige journalister at skabe en daglig nyhedsudvælgelse eller gatekeepingproces, som svarede til den redaktionelle vision. Det skyldes blandt andet, at hvor projektet bag Det Fri Aktuelt gik ud på foretage en nyhedsudvælgelse, som i højere grad skulle ske efter de nyhedskriterier der prægede den øvrige presse - bare bedre, så var det nye koncept for den journalistiske prioritering mindre entydigt. Den nye avis skulle ikke være en omnibusavis som de tre store morgenaviser, men derimod en holdningsavis, som skulle gå imod mediernes "flokmentalitet" og prioritere selvstændigt, skarpt gennem en perspektiverende baggrundsjournalistik med et særligt fokus på politik, samfund og arbejdsmarked. Disse intentioner er selvsagt sværere at aflæse af en kvantitativ avisoptælling som specialets.

Alligevel må man ud fra avisens nye redaktionelle grundlag antage, at antallet af artikler i kategorierne "arbejdsmarked" og "arbejds miljø" ville stige ligesom antallet af artikler i kategorierne "landspolitik" og "social, sundhed og uddannelse". Selv om der ikke eksplicit i udmeldingerne fra ledelsen ikke direkte fremgår, hvad man vil prioritere lavere, så ville et nærliggende bud være, at man prioriterede kultur og livsstilsstoffet skarpere og lod det fylde mindre, ligesom man undlod at konkurrere på udenrigsstoffet i omfang og bredde.

Ser man på den undersøgelses uge i 1999 kan man se, at der er sket en stigning i antallet af artikler om arbejdsmarkedsstoffet, da man går fra 31 til 39 artikler om emnet, hvilket falder i god tråd med intentionen om en øget specialisering af avisen. Til gengæld kan der ikke ses nogen opprioritering af arbejdsmiljøstoffet, hvor man i den undersøgte uge i 1989 går fra at have fire artikler i kategorien til tre i 1999. Dette stofområde er ellers et område, der bliver anset for interessant i avisens faglige bagland. Det ændrer dog ikke ved, at

arbejdsmarkedsstoffet i 1999 fylder mere end det gjorde i tiden under Det Fri Aktuelt, og at dækningen af området er markant højere end i sammenlignede aviser. Dette gælder både stofområdets procentvise andel af det samlede antal artikler og det faktiske antal af artikler indenfor områderne arbejdsmarked og arbejdsmiljø. Hvor arbejdsmarkedsområdet ser ud til at være styrket i forhold til i Det Fri Aktuelt, så er det sværere at finde nogle solide tendenser, som peger i retning af en øget fokusering og mere nichepræget tilgang i forhold til de øvrige emneområder. Som nævnt ville det være logisk, hvis Aktuelt opprioriterede kategorierne ”social, sundhed og uddannelse” og ”landspolitik” i forhold til Det Fri Aktuelt. Dette er også sket, men i et forholdsvist beskedent omfang, hvor andelen af artikler i kategorien social, uddannelse og sundhed stiger fra 9,8 % i 1989 til 13,3 % i 1999 og kategorien ”landspolitik” stiger fra 7,7 % i 1989 til 9,6 % i 1999. Interessant er, at andelen af disse stofområder i det nye Aktuelt ikke adskiller sig nævneværdigt fra de øvrige to øvrige morgenaviser i optællingen. Mere i tråd i med den redaktionelle målsætning sker der en markant nedprioritering af kultur og livsstilsdækningen fra 30,7 % i 1989 til 19,3 % i 1999, hvilket adskiller avisen fra de øvrige aviser i optællingen. Der er dog også forhold i optællingen, som kan undre, idet udlandsstoffet nu fylder hele 23 % af de optalte artikler, som er en stigning i forhold til Det Fri Aktuelt på 3 %. Det betyder, at avisen har en højere andel af artikler om udenrigsforhold end morgenaviserne Politiken og Jyllands-Posten. Denne position var dog ikke ifølge det tilgængelige materiale et selvstændigt mål i den nye avis' redaktionelle profil. Endeligt skal det nævnes, at der ikke er sket nogen væsentlige forskydninger i forhold til de øvrige stofområder.

Ud fra ovennævnte billede fra optællingen, som kun beskriver prioriteringen på stofområder, så kan man først og fremmest konkludere, at det overvejende tyder på, at det ikke i længden lykkedes for det organisatoriske gatekeeping-niveau forstået som chefredaktionen at skabe en avis, som i forhold til stofvalg og prioritering adskilte sig klart for morgenaviserne Jyllands-Posten og Politiken. Den væsentligste forskel i forhold til de øvrige aviser er arbejdsmarkedsstoffet, som dog stadig er mindre i det relancerede Aktuelt end tilbage i 1986. Opprioriteringen af arbejdsmarkedsstoffet skal nok heller ikke kun forstås som et resultat af gatekeeping på det organisatoriske niveau, men også hensynet til den eksterne faktor forstået som ejerkredsen, hvor medlemsforbundene i disse år oftere og oftere offentligt luftede muligheden for, at det økonomiske tilskud kunne blive fjernet, eller at redaktionens

frihedsbrev blev afskaffet.<sup>217</sup> Denne trussel kan uden tvivl have præget gatekeepingen både på det organisatoriske såvel som det individuelle niveau.

Opprioriteringen af arbejdsmarkedsstoffet skal dog her nødvendigvis ikke forstås som, at hensynet til LO og fagbevægelsen ændrede på den gældende redaktionelle uafhængighed.

Indtrykket af, at det ikke helt lykkedes helt at lave en skarp og anderledes avis genkendes også af A-pressens direktør Bjarne Salomson:

*- Målet var at lave en baggrundsavis, hvor man beskrev de væsentlige samfundsemner dybdegående- også arbejdsmarkedet gennem store temaer med mange vinkler, men det lykkedes nok bedre i den første tid efter omlægningen. Jeg tror også, at manglen på ressourcer gjorde det sværere at holde fokus på avisens koncept, siger han.<sup>218</sup>*

I forhold til en analyse af om det journalistiske koncept blev realiseret skal man dog også huske, at et delmål med relanceringen var, at avisen i højere grad skulle være en holdnings- og debatavis. Dette medførte dog hverken flere eller færre flere debatsider i avisen, men debatsiderne kom dog til at fylde en større del af avisen eftersom man fjernede de ekstra sektioner. I forhold til hvilke holdninger og debatter, som skulle dækkes, og på hvilket politisk grundlag det skulle ske, så giver det redaktionelle koncept ikke noget klart svar. Men det antydes, at her først og fremmest tænkes på principielle debatter om velfærdssamfundet og globaliseringen. Det politiske værdigrundlag bag denne satsning på holdningsstoffet var ikke ved omlægningen helt klar. En væsentlig årsag til denne uklarhed skyldes nok, at man stadig fra både LO's side og fra chefredaktør Lisbeth Knudsens side ikke ønskede at så tvivl om avisens uafhængighed, som der var igen var diskussion om i pressen på dette tidspunkt. Imidlertid sker der et skift i avisens linje på holdnings- og debatfronten efter Lisbeth Knudsen forlader avisen kort efter relanceringen i 1997 og bliver afløst af Kresten Schulz-Jørgensen og Anders Jerichow i stillingerne som henholdsvis chefredaktør og administrerende og ansvarshavende chefredaktør. I slutningen af oktober 1998 melder de nemlig offentligt ud, at avisen frem fra først og fremmest at være uafhængig socialdemokratisk skal være en rendyrket centrum-venstre avis for læsere, som stemmer fra Det Radikale Venstre til

---

<sup>217</sup> A-pressens bestyrelsesformand Anton Johansen(NNF-formand) gik eksempelvis den 31/10-1994 ud i Politiken og krævede frihedsbrevet fjernet. Lignede udfald kom op til relanceringen i 1997.

<sup>218</sup> Interview med Bjarne Salomsonen , 2006, s.118

Enhedslisten, da denne gruppe netop mangler en avis<sup>219</sup>. Med andre ord ændrer det nye redaktørpar her for alvor på det koncept, som lå til grund for Det Fri Aktuelt, og var "kritisk journalistik frem for holdninger". Det er imidlertid ikke helt klart, hvorvidt denne ændring var koordineret med ledelsen af LO. I den øvrige presses dækning modtager LOs-næstformand Tine Brøndum (nu Huggenberger) udmeldingen noget afmålt, men kritiserer den dog heller ikke.<sup>220</sup> Noget tyder dog på, at redaktørernes tilsyneladende ændring af det politiske grundlag ikke spillede en afgørende rolle både i forhold til indholdet af den daglige avis, og de stadige interessekonflikter mellem baglandets forventninger til avisen og redaktionens daglige drift af avisen. Kendetegnende er, at der intet står om redaktørernes udmeldinger om avisens politiske linje i den beskrivelse af Aktuelts koncept, som blev fremlagt på LO's kongres året efter i 1999. I stedet kan man læse:

*Avisens holdningsmæssige udgangspunkt skal ikke være et konkret politisk program, men en selvstændig vision for avisen, baseret på en række grundlæggende værdier, i overensstemmelse med arbejderbevægelsens.*<sup>221</sup>

Som nævnt tyder meget på, at den anden relancering grundlæggende ikke ændrede på den redaktionelle prioritering i forhold til praksis på Det Fri Aktuelt. Tilsyneladende har det været sværere end forventet at lave en ny avis, som brød med det som Lisbeth Knudsens kaldte mediernes "flokmentalitet". En væsentlig forklaring på dette kan dog også være, at konceptet bag relanceringen i 1987 ikke var klart nok, og i høj grad var baseret på en meget overordnet/abstrakt vision, som også var tæt knyttet til avisens format- og layoutskifte.

Endelig var ideen om i højere grad at gøre avisen til en holdningsavis heller ikke umiddelbart formuleret, så den satte egentlige rammer for den journalistiske prioritering.

Ovennævnte forhold kan teoretisk set forklares ved, at manglen på en klar profil styrkede de tendenser man i forskningen af gatekeepingprocesserne i redaktionsmiljøerne betegner som de tætte samspil mellem den øvrige medieverden.

Ida Schultz beskriver de enkelte journalister som såkaldte medspillende modspillere, da hun konstaterer, at ingen andre grupper end journalister bruger så meget tid på at overvåge de konkurrerende medier. Et væsentligt aspekt i den forbindelse er, at den enkelte journalist sammenligner sig selv med de kolleger på de øvrige medier, som beskæftiger sig med samme

---

<sup>219</sup> Jyllands Posten 13/10-1998

<sup>220</sup> Politiken 13/10-1998

fagområde. Denne praksis er langt hen ad vejen naturlig og nødvendig, men den kan også resultere i en indsnævring og ensretning af nyhedsbilledet med det resultat, at avisernes prioritering og vinkling kommer til at ligne hinanden.<sup>222</sup>

Noget af det samme billede gør sig gældende hos Hans-Henrik Holm, som ligeledes påpeger, at journalistens arbejde bliver påvirket af det øvrige mediebillede, men også på et ubevidst plan er præget af de holdninger og værdier som udgør den toneangivende diskurs i samfundet.<sup>223</sup>

Med andre ord kan det være svært at ændre en avis til en nyskabende og anderledes holdningsavis, hvis ikke man sætter sig mere fast mål, da der ellers er fare for, at avisen bare reproducerer den samfundsmæssige konsensus.

Selv om Aktuelts måske mindre aggressive attitude overfor baglandet og den faktiske forøgelse af avisens faglige stof, så er der ikke noget som tyder på, at omlægningen i mærkbar grad ændrede de uenigheder i forhold til baglandet, som hele tiden havde eksisteret.

Diskussionerne om avisen og dens linje drejede sig såvidt det kan udledes af specialets interviews, datidens artikler i den øvrige presse og beretningerne fra A-pressen selv dels om, hvorvidt avisens i stor nok udstrækning repræsenterede bevægelsens faglige og politiske interesser godt nok, og dels om avisens redaktionelle koncept var økonomisk levedygtigt samt om det i det hele taget var LO's opgave at drive en avis som Aktuelt. Skulle man med andre ord gå andre veje i mediepolitikken.

Det tilbagevendende spørgsmål om dækningen af arbejdsmarkedsstoffet var stadig aktuelt, da LO gjorde status for A-pressen og Aktuelt i perioden 1996 til 1999 på kongressen i 1999. Således bliver det fremhævet, at der er brug for justeringer i forhold til "erhvervs og arbejdspladsdækningen"<sup>224</sup> med andre ord tales der om en nødvendig opprioritering. Omvendt tales der også om en skarpere prioritering indenfor stofområderne udland, kultur og sport. Med andre ord var det en kritik af, at avisen stadig i for høj grad havde et indhold som en omnibusavis.

I forhold til perioden under Det Fri Aktuelt er bestyrelsesreferater fra A-pressen og Det Fri Aktuelt endnu ikke tilgængelige, så det er mindre grad muligt at se de mere daglige konflikter

---

<sup>221</sup> Medier status og udvikling, s. 17

<sup>222</sup> Schultz, 2005, s. 128-130

<sup>223</sup> Holm, 2000, s.

<sup>224</sup> Medier, status og udvikling, s. 6

mellem redaktionen og baglandet. Alligevel kan det konstateres, at konflikterne stadig eksisterede, og konflikterne handlede ikke kun om omfanget af dækningen af det faglige stof, men også grundlæggende om forholdet til den redaktionelle uafhængighed. Således vakte det således kraftig kritik fra mange faglige læsere, da Aktuelt i 1997 under Lisbeth Knudsen bragte annoncer for en såkaldt gul fagforening. Det gule fagforeninger var og er LO-fagbevægelsens største fjende, og fagforeningerne bruger store kræfter på gennem konflikter og strejker at holde disse uden for indflydelse. Alligevel forsvarede Lisbeth Knudsen annoncen, og henviste til bladets uafhængighed, og at man derfor ikke kunne foretage censur af avisens annoncer.<sup>225</sup> Denne reaktion fra Lisbeth Knudsens side viser både, at Lisbeth Knudsen grundlæggende holder fast i de journalistiske idealer, som også prægede Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen, og at forskellen mellem chefredaktionens og bevægelsens forståelse af avisens rolle stadig er forskellig. En forskel, som er så afgørende, at tilliden til avisens linje fra baglandets side på afgørende punkter ikke blev forbedret ved omlægningen.

### ***Målgrupper og oplag***

Da Aktuelt lukkede skete det efter lidt over tre års forløb med et nyt aviskoncept, som modsat Det Fri Aktuelt byggede på at nå en gruppe af særligt politisk og samfundsinteresserede opinionsdannere på alle niveauer fra faglige tillidsfolk til meningsdannere i uddannelsessystemet såvel som i det øvrige samfund, der primært skulle læse avisens som en supplementsavis. Derfor er det også i dette tilfælde mere enkelt at se på i hvilken grad avisen nåede den ønskede målgruppe.

Det korte svar er, at projektet mislykkedes, da avisen fortsatte sin oplagsnedgang med medfølgende naturlige konsekvenser for økonomi og annoncesalg. Således havde Aktuelt i 1996 et oplag på 35.000 og 25.345 ved lukningen.<sup>226</sup>

Alligevel er det interessant at se nærmere på om relanceringen af dagbladet skabte ændringer i avisens læsersammensætning, og om denne ændring skete i tråd med målgruppestrategien. I forhold til at ramme gruppen af opinionsdannere, så findes der ikke nogen målinger af, hvor stor del af avisens læsere, der vitterligt havde en sådan rolle. Alligevel må det antages, at en

---

<sup>225</sup> Aktuelt, 7/5, 8/5-1997,

<sup>226</sup> Dansk Oplagskontrol



stor del af denne målgruppe - fraset de som er fagligt aktive i LO-fagbevægelsen - må findes i gruppen af ressourcestærke folk med højere uddannelser, som også er den gruppe som typisk holder to aviser. Hvis man godtager dette parameter, så er det lykkedes at ændre på sammensætningen. Det kan således konstateres, at andelen af læsere med en høj videregående uddannelse alene siden 1996 er blevet tredoblet fra 7 % til 21 % i 2000. En andel som i 1986 var 3 %. Ligeledes er det i 2000 81 % af læserne, som har en videregående uddannelse mod 60 procent i 1996. Noget der tyder på, at det er lykkedes for Aktuelt at få en større gruppe af såkaldt meningsdannende læsere, da det primært er i andelen af læsere med en høj videregående uddannelse, at stigningen er sket. Derimod fylder gruppen af læsere med mellemlange videregående uddannelser kun marginalt mere.<sup>227</sup>

Modsat omlægningen i 1987, som ikke ændrede nævneværdigt på læsernes procentvise erhvervsfordeling, så sker der mere frem til lukningen, hvor andelen af ufaglærte arbejdere falder fra 16 i 1996 til 11 i 2000, ligesom der også sker små fald i andelen af faglærte arbejdere og lavere funktionærer.

Derimod gav relanceringen af Aktuelt ikke en højere andel af yngre læsere, da unge mellem 13-29 år kun udgjorde 17 % mod 39 % i 1996. Ligeledes fortsatte Aktuelt med at have en stor gruppe ældre og pensionister blandt læserne. I 2000 var 25 % af læserne således over 60-år, hvilket var blandt de højeste aldersgennemsnit for de landsdækkende dagblade. Den procentdel er lidt højere end i 1986, og er højere end i 1996, hvor tallet var 15 %.<sup>228</sup>

Også Aktuelts interne undersøgelser og konklusioner omkring 1999 peger på, at der var tegn på, at projektet delvist var ved at lykkes, idet man konkluderede det var lykkedes i højere grad at ramme en den ønskede målgruppe af idealistisk og socialt indstillede læsere, som er engageret i samfundet omkring dem, hvilket ifølge udgiveren selv kunne ses på en højere uddannelsesgrad hos læserne, flere læsere med lederjob og offentlige erhverv. Det er ifølge LO også sket uden en nævneværdig indskrænkning af den faglige målgruppe.<sup>229</sup>

Selv om det delvist var lykkedes at få relativt flere læsere fra den ønskede målgruppe var det alligevel en svær kamp at få tilført flere fra denne gruppe i samme hast som de gamle læsere hvert år faldt fra. Det skyldtes øjensynligt ikke, at konceptet bag Aktuelt ikke var testet i forvejen, eller at der ikke var en interesse for en avis med Aktuelts profil i målgruppen. I stedet viste det sig, at der måske netop i denne gruppe af læsere med et stort forbrug af medier

---

<sup>227</sup> Dansk Mediaindex 2000, s. 9

<sup>228</sup> Dansk Mediaindex 2000, s. 7

var en stor mistillid til LO og Aktuelt grundet den tilbagevendende kritik af avisens manglende uafhængighed af LO og Socialdemokratiet. Således konkluderes det i medieoplægget til LO's Kongres i 1999, at alle eksterne analyser fortæller, at der er en stærk overvejende negativ holdning hos dem i målgruppens, som ikke læser avisen. Den negative holdning er ikke udelukkende politisk, men bygger på, at "mange stadigvæk tror at Aktuelt er en lyseblå tabloidavis."<sup>230</sup> Med andre ord, så blev Aktuelt blandt et meget stort antal af den ønskede målgruppe ikke regnet for en nicheavis på linje med Information eller Weekendavisen, men derimod stadig set som en socialdemokratisk tabloidavis.

Bjarne Salomonsen var på det tidspunkt adm. direktør for A-pressen, og stod bag en række de førnævnte undersøgelser. Han fortæller, at når man præsenterede de potentielle læsere for eksempler på den nye avis' journalistik og grafiske opbygning uden at fortælle, at det var Aktuelt, så var folk meget interesserede. Men når det blev fortalt, at det var LO's avis, så var det pludseligt det rene lort.

- *Vi var fanget i en situation, hvor al den offentlige debat om tilskuddet på en gang skræmte læsere og annoncører væk, samtidig med at tilskuddet sled gevaldigt på LO som organisation, siger han i dag.*<sup>231</sup>

Strategien om at holde sig udenfor konkurrencen om at være et dominerende omnibusmedie var omkring 1996 et på mange måder logisk og økonomisk ansvarligt valg, da økonomien og oplagsudviklingen på sigt ville gøre det umuligt at konkurrere direkte på alle stofområder med de store morgenaviser. Alligevel kan der tales om risikabel strategi, da man accepterer sivningen af trofaste abonnenter, og satser på en social og uddannelsesmæssig gruppe, som i forvejen havde forholdsvis få daglige berøringsflader med fagbevægelsen, LO og Socialdemokratiet. En gruppe, som vel at mærke grundet deres højere uddannelsesbaggrund, heller ikke er medlemmer af LO's fagforbund. Ligeledes var denne gruppes behov for en supplementsavis på sin vis allerede godt dækket ind med tilbud som Information og Weekendavisen, som endda også gav læserne i målgruppen et valg mellem to forskellige overordnede politiske profiler.

---

<sup>229</sup> Medier, Status og Udvikling, LO-kongres 1999, s. 6

<sup>230</sup> Medier, Status og Udvikling, LO-kongres 1999, s. 6

<sup>231</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 118

## Økonomi og annoncer

Selve økonomien bag relanceringen i 1997 var beskeden, da der blev bevilliget omkring 10 mio. kr. ekstra udover det ordinære tilskud på lidt over 60 mio. kr. således, at den samlede støtte til avisen nåede op på 73,7 mio. kr. Året efter faldt støtten igen til 62,4 mio. kr. Det betød, at der kun var få penge til at markedsføre den nye avis.<sup>232</sup> A-pressens direktør i 1998 Bjarne Salomonsen konkluderer da også, at det er svært at sammenligne denne relancering med den i 1987.

*- Det er svært at konkludere om projektet kunne være lykkedes, for Lisbeth fik ikke den samme chance som Flindt Pedersen. Ressourcerne var nogle helt andre, siger Bjarne Salomonsen.*<sup>233</sup>

Med andre ord så ændrede relanceringen ikke noget i forhold til LO's støtte til Aktuelt, som var til forhandling fra kongres til kongres. Og det var en støtte, som blev sværere at få igennem i fagbevægelsen efterhånden som oplaget faldt.

Rent kommercielt var strategien i forhold til den relancerede avis ikke en massiv oplagsvækst, men en avis med en mere stabil og ressourcestærk abonnementskare og et stabiliseret oplag. På annoncefronten var strategien at gå højere op i markedet, da avisen nu skulle ramme klarere defineret højtuddannet gruppe, og tiltrække annoncer for mærkevarer og andre prestigefyldte annoncer.<sup>234</sup> Denne målsætning blev forsøgt indfriet gennem et for tiden nyskabende forsøg på at tilbyde anderledes og skræddersyede annonceformater, hvor man kunne placere annoncer i midten af siderne eller andre skæve formater.<sup>235</sup>

Det må imidlertid konstateres, at relanceringen af Aktuelt som holdningsavis ikke førte til en fremgang på annoncemarkedet.

I forhold til den tidligere omtalte delvise politiske boykot af avisen som annoncemedia er det svært at påpege dens betydning i forhold til perioden fra 1997 til foråret 2001, da det var en periode, hvor der skete drastisk oplagsfald fra over 35.000 til lidt over 25.000. Dette oplagsfald kombineret med, at det som tidligere nævnt ikke antalmæssigt lykkedes at tiltrække nok læsere fra den definerede målgruppe, er i sig selv en fyldestgørende forklaring

---

<sup>232</sup> Medier, status, udvikling, 1999, s. 10

<sup>233</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 118

<sup>234</sup> Medier, status, udvikling, 1999, s. 18

på, hvorfor der ikke skabte forbedringer på området. Direktør Bjarne Salomonsen er dog af den opfattelse, at udviklingen blev forstærket af den store offentlige debat om avisens fremtid var med til både at skræmme annoncører og læsere bort.

Konklusionen fra chefredaktionens såvel som fra ejerskabets side var allerede omkring 1999-2000, at konceptet bag den anden omlægning ikke var lykkedes, og der skulle ske noget andet. Tiderne havde dog ændret sig siden 1987, og der var ikke mod eller vilje til satsning af samme styrke fra bevægelsens side. Derfor pegede udviklingen mod en yderligere indskrænkning af avisens journalistiske dækning eller ændringer i ejerskabet.<sup>236</sup> Disse spørgsmål behandles i næste kapitel.

### ***Lukningen af Aktuelt***

Lukningen af Aktuelt den 5. april 2001 skete ganske dramatisk, da daværende chefredaktør Anders Jerichows og andre ledende medarbejdere offentlig kom med alvorlige beskyldninger mod LO og selskabet A-pressen. Protesterne skyldtes et indtryk hos chefredaktionen og medarbejderne om, at LO i virkeligheden havde bremset alle redningsplaner. Deriblandt en plan om en øjeblikkelig årlig besparelse på 10 mio. kr., og en et år gammel plan om at omdanne Aktuelt til en weekendavis.

Utilfredsheden med linjen fra LO's side resulterede også i, at en gruppe medarbejdere for egen regning forsøgte sig med den kortlivede ugeavis Weekend Nu.

Vreden fra chefredaktør Anders Jerichows side var forståelig, da de afgørende og sidste forsøg på at redde avisen skete udenom avisens chefredaktion. Ifølge A-pressens daværende direktør Bjarne Salomonsen skete der i avisens sidste leveår en række hemmelige forhandlinger mellem en dansk og en norsk mediekoncern om muligheden for at videreføre Aktuelt som en weekendavis.<sup>237</sup> Deltagerne i forhandlingerne var Bjarne Salomonsen fra A-pressen, LO's formand Hans Jensen og repræsentanter for henholdsvis Politikens Hus og den norske Schibsted koncern.

---

<sup>235</sup> Interview med Lisbeth Knudsen, 2007, s. 125

<sup>236</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 118

<sup>237</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 119

Centralt i overvejelserne om en videreførelse af avisen var, at man søgte et partnerskab med en større kommerciel medievirksomhed, som var i besiddelse af både kapital og forretningsmæssig ekspertise. Dette skete uden tvivl med inspiration fra A-pressen i Norge og Sverige, hvor det begge steder var lykkedes på forskellig vis var lykkedes at indgå sådanne partnerskaber. Således sælger svensk LO i 1996 lidt under 50 % af deres aktiekapital i formiddagsavisen Aftonbladet til den norske mediekoncern Schibsted, hvilket falder sammen med en historisk oplagsfremgang for avisen.<sup>238</sup>

Ideen om at omdanne Aktuelt til en weekendavis havde som nævnt allerede været diskuteret før relanceringen i 1997, og var blevet forkastet på grund af negative resultater af en læseranalyse. Derfor var reaktionen fra A-pressens direktør Bjarne Salomonsen, Aktuelts Bestyrelsesformand Knud Heinesen og LO-formand Hans Jensen afmålt positive, da chefredaktør Kresten Schultz Jørgensen og administrerende og ansvarshavende chefredaktør Anders Jerichow på et krisemøde i april 2000 om avisens fremtid fremlagde en øjeblikkelig spareplan til 10 mio. kr. årligt, og foreslog en omlægning af Aktuelt til en weekendavis. Weekendavisen Aktuelt skulle det ifølge de to redaktører være muligt at drive for en årlig støtte på kun 12 mio. kr.

Kresten Schultz Jørgensen og Anders Jerichow ville igangsætte omlægningen og spareplanen med det samme, men det blev stoppet LO og A-pressen, der forlangte undersøgelser af læsergrundlaget og markedet. Hvorefter en sådan undersøgelse blev igangsat. Selv om undersøgelsen pegede i positiv retning gik månederne i 2000 uden klare signaler fra LO og A-pressen.<sup>239</sup>

Mens chefredaktionen ventede på en udmelding fra LO og A-pressen om at igangsætte omlægningen, så blev ført fortrolige forhandlinger mellem A-pressens Bjarne Salomonsen, LO-formand Hans Jensen og Politikens bestyrelsesformand Holger Lavesen. Selv om Politikens Hus manglede - og stadig mangler en weekendavis, og derfor overlod dette marked til konkurrenten hos det Berlingske Officin alene, så var koncernen ikke, når det kom til stykket, interesseret i et partnerskab. Heller ikke norske Schibstad, der modsat Politiken havde positive erfaringer med at samarbejde med arbejderbevægelsen, troede på projektet.

---

<sup>238</sup> /koncernen.aftonbladet.se/koncernen/agare/

<sup>239</sup> Journalisten nr. 7, 2001

- Jeg havde sendt et oplæg om vores koncept og vores situation til den norske ledelse, men de havde overhovedet ikke tillid til ideen. Direktøren sagde ligeud, at der ikke var nogen grund til at spille tid på et møde. Projektet var simpelthen forretningsmæssigt uinteressant,<sup>240</sup> siger Bjarne Salomonsen.

Som nævnt er det kendetegnende, at hverken Kresten Schultz Jørgensen eller Anders Jerichow deltog i de afgørende drøftelser om avisens fremtid. Det skyldtes dels, at administrerende chefredaktør Anders Jerichow ikke som Lisbeth Knudsen besad direktørposten hos moderselskabet A-pressen, og at såvel Anders Jerichow og Kresten Schultz Jørgensen ikke havde samme indblik i det særegne politiske spil, som kendetegner netop fagbevægelsen. Derudover betegnes Anders Jerichow af både Bjarne Salomonsen og Max Bæhring som mere journalist end som leder.<sup>241</sup>

Netop denne afstand mellem redaktionen af Aktuelt og udgiveren gjorde, at avisens sidste år blev til genstand for en stor offentlig omtale, og at de nævnte konflikter mellem redaktion og udgivere blev luftet offentligt. Et synligt resultat af førnævnte forhold var, at Kresten Schultz Jørgensen begyndte at blive rastløs i efteråret 2000, og derfor begyndte at kontakte forskellige socialdemokratiske topfolk, for at få dem til at presse LO til at godkende weekendavisplanerne. Endvidere kontaktede han ifølge Lisbeth Knudsen også sin tidligere arbejdsplads Politiken, for at få dem til at gå med i projektet. Det hele kulminerede, da han 5. oktober 2000 fortalte om weekendavisen til en journalist fra Politiken, som skrev en artikel om, at Kresten Schultz Jørgensen ville lukke Aktuelt som dagblad. Denne artikel gjorde, at både medredaktøren Anders Jerichow, LO og A-pressen mistede al tillid chefredaktøren. Og allerede 12. oktober gik Kresten Schultz Jørgensen fra posten efter en såkaldt gensidig overenskomst.<sup>242</sup>

Indtrykket fra redaktionens side i perioden umiddelbart op til lukningen om, at LO for alt i verden ville lukke avisen var næppe helt forkert, da afslaget om et samarbejde fra Schibsted og Politiken havde fået LO's ledelse og A-pressens bestyrelse til at tvivle på, at det var muligt at videreføre avisen uden et fortsat årligt tilskud til en stadig mindre avis.

---

<sup>240</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s.119

<sup>241</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 118 og Max Bæhring, 2006, s.121

<sup>242</sup> Journalisten, nr. 17-2000, og Interview med Lisbeth Knudsen. 2007, s. 126

- *Der var ingen som var glade for at lukke avisen. Men vi var ved at nå en smertegrænse for, hvor høj støtte vi kunne give til en så lille avis. Set per eksemplar så regnestykket efterhånden vanvittigt ud overfor medlemmerne,*<sup>243</sup> siger Max Bæhring om tiden.

En så ligeså væsentlig del af overvejelserne op til lukningen var ifølge Bjarne Salomonsen, at man havde indset, at Aktuelt kun kunne reddes af en ny relancering, da det valgte koncept tilsyneladende ikke var holdbart. Endnu en relancering var i sig selv en risikabel satsning både i forhold til de kommercielle muligheder og i forhold til stemningen i baglandet.

- *Det kan godt være, at det var muligt for Anders Jerichow at spare et antal mio.kr.. Men i virkeligheden drejede det sig om, at redaktionen ikke havde en plan eller en vision for, hvor avisen skulle bevæge sig hen. Der manglede simpelthen et projekt*<sup>244</sup>, siger Bjarne Salomonsen.

Billedet af manglen på en ny vision for avisen bliver ud fra de tilgængelige kilder i høj grad bekræftet, men det er i den forbindelse interessant at iagttage, at ansvaret for en vision for arbejderbevægelsens egen avis nu altovervejende lå hos redaktionen - og ikke hos udgiveren. Dette kan både ses som almindelig rådvildhed hos LO-fagbevægelsens topfolk, og som et resultat af omlægningen af Aktuelt i 1987, hvor redaktionens absolutte uafhængighed gjorde det til noget odiøst og skadeligt, hvis ejerne havde en holdning til, hvordan avisen skulle redigeres.

Lukningen af Aktuelt skal også ses i lyset af en ændring af LO's mediepolitik, som fra først i 1990'erne langsomt nedtoner ambitionerne på tv og radio-området, hvor det ikke længere drejer sig om at erobre ejerskabet over stationer og sendenet, men om at støtte konkrete produktioner af programmer. Det drejede sig typisk om kritiske dokumentarprogrammer i en journalistisk kvalitet, så de kunne sendes på de DR og TV2.<sup>245</sup> Ændringen blev ligeledes styrket ved LO's kongres i 1996, hvor man besluttede at interessere sig for internetmediet og besluttede, at man skulle udgive et gratis ungdomsblad, for at nå en målgruppe, hvor A-pressen manglede en gennemslagskraft. Denne beslutning faldt også sammen med en strategi, der handlede om i højere grad at gøre fagbevægelsens medievirksomheder økonomisk

---

<sup>243</sup> Interview med Max Bæhring, 2006, s. 122

<sup>244</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s.119

selvkørende, og på sigt skulle det ikke således ikke længere være LO's opgave at give bevillinger til driften, men i stedet støtte virksomhedernes enkelte programproduktioner.<sup>246</sup> Denne strategi kan nok med god ret siges at være udledt af bevægelsens negative erfaringer med særligt Det Fri Aktuelt og 1980ernes satsning på lokalradio - og tv. I forhold til denne overordnede politik, så faldt Aktuelt noget udenfor.

Endeligt er der ikke tvivl om, at LO gennem 1990erne mistede indflydelse som organisation i 1990erne, og derfor også gennemgik en organisatorisk slankning, som er fortsat indtil i dag. Den dalende indflydelse skyldes særligt to forhold. Dels blev der færre medlemmer i LO-forbundene på grund af ændringer i erhvervsstrukturen og svind af medlemmer til de gule fagforeninger, og dels mistede LO rollen som den væsentligste aktør i overenskomstforhandlingerne. Det skyldtes, at den toneangivende del af overenskomsterne på LO-området begyndte at blive forhandlet af Industrikartellet CO-industri og Dansk Industri, og at mange forhandlinger blev ordnet decentralt.

Denne udvikling kan dog ikke nødvendigvis forklare, hvorfor Aktuelt blev lukket, da LO ligeså vel kunne have opretholdt avisen, for at bevare sin position som magtfaktor i samfundsdebatten. Alligevel satte de nævnte udviklingstendenser i LO som faglig interesseorganisation begrænsninger for, hvor store økonomiske satsninger man kunne forsvare at sætte i gang på medieområdet.

---

<sup>245</sup> Medierne og Fagbevægelsen, 1995, s. 20-21

<sup>246</sup> Medier, status og udvikling, 1999, s. 6-7



# Kapitel 8 - Konklusion

## *Konklusion*

Når årsagen til Det Fri Aktuelts lukning skal findes, så kan skaderne fra det hovedløse pengeforbrug, den mislykkede annoncestregeri og den katastrofale styring af abonnements- og distributionssystemet i Det Fri Aktuelts første år næppe undervurderes, og disse problemer har efter alt at dømme skadet avisens omdømme i offentligheden såvel som i baglandet meget alvorligt. Dette tab af troværdighed var uden tvivl langt større end den anerkendelse for journalistisk hæderlighed og uafhængighed, som avisen modtog fra den øvrige medieverden både i perioden som Det Fri Aktuelt og som det relancerede Aktuelt.

Alligevel ville det være forkert at konkludere, at lukningen af Aktuelt i 2001 først og fremmest skyldtes en dårlig økonomi eller den negative oplagsudvikling. Det skyldes, at motivet fra LO's side aldrig har været at opnå økonomiske gevinster på avisdriften, men derimod at udgive en avis, som kunne være et alternativ til en borgerlig medieverden, og som kunne give plads til at dække organisationens fokusområder på arbejdsmarkeds- og arbejdsmiljøområdet.

Den afgørende årsag til den endelige lukning af Aktuelt skal ifølge dette speciale findes i krydsfeltet mellem den ændrede redaktionelle prioritering af avisen fra 1987 og frem til lukningen samt avisens forfejlede målgruppestrategier fra 1987 og frem til 2001.

Problemet med Det Fri Aktuelts redaktionelle linje under Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen var, at man i for høj grad forsøgte at konkurrere på de toneangivende borgerlige morgenavisers præmisser. Dette medførte på det redaktionelle plan, at man eksempelvis opprioriterede kulturdekningen massivt, og satsede på at købe konkurrenternes bedste medarbejdere, mens man næsten halverede andelen kerneområderne arbejdsmarkeds- og arbejdsmiljøstof i avisen. Selv om dekningen af arbejdsmarkedsstoffet igen blev prioriteret højere efter Lisbeth Knudsens omlægning i 1997, så har avisens generelle nedprioritering af dekningen af arbejderbevægelsen og delvist den kritiske linje i forhold til fagbevægelsen og socialdemokratiet på mange måder gjort avisen mindre nødvendig og anvendelig for bevægelsen, og derved skabt en større afstand mellem avisens ejere i fagbevægelsen og avisen. Ligeledes har denne linje også været med til at mindske opbakningen hos avisens kernelæsere, som netop læste avisen fordi de interesserede sig for fagbevægelsen, og ville have et socialdemokratisk alternativ til den øvrige presse.

Som nævnt var den redaktionelle prioritering nært sammenhængende med de skiftende chefredaktørers strategier om at få fat i en mere højtuddannet og velhavende målgruppe i de store byer, som ikke i forvejen havde et nært forhold til fagbevægelsen eller Socialdemokratiet. Den nye målgruppe, som dog ikke var eksplicit defineret i tilfældet Det Fri Aktuelt, lykkedes det ikke at tiltrække i en grad, som opvejede frafaldet af avisens trofaste læsere. Det skyldtes i særlig grad, at Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen ikke arbejdede med nogen strategi for at fastholde avisens trofaste læsere, som var karakteriseret ved at være forholdsvis lavtuddannede, lavtlønnede og bosat geografisk spredt over hele landet. Disse læsere blev simpelthen taget for givet, eller man regnede man, at der ville komme så mange nye attraktive læsere, at tabet af dele af kernepublikummet ville være af mindre betydning.

Denne målgruppestrategi kan ikke bare ses som en mislykket forretningsstrategi, da den resulterede i et oplagsfald, men var også stærkt problematisk i forhold til LO's mediestrategi. En mediestrategi som netop handlede om at levere saglig og troværdig journalistik til de såkaldt mediesvage grupper med lav uddannelse, som ellers ville være henvist til nyhedsdækningen fra formiddagsaviserne og et stadig mere kommercialiseret tv-medie. Aktuelt før omlægningen i 1987 kan netop siges at have en høj troværdighed i forhold til LO's mediepolitik, da en markant del af læserne var lavtuddannede og at hele 54 % af læserne var LO-medlemmer. Omvendt gav satsningen på at opnå succes hos nye ressourcestærke målgrupper problemer med legitimiteten i forhold til LO's støtte til avisen, da man i virkeligheden brugte pengene til at lave en avis henvendt til grupper uden tilknytning til LO.

Omlægningen i 1997 fra Det Fri Aktuelt til Aktuelt under chefredaktør Lisbeth Knudsen var et resultat af Det Fri Aktuelts oplagsfald, og at man havde opgivet kampen mod de store aviser om at være den førende omnibusavis. Derfor lavede man en relancering af avisen, som var mere fokuseret på baggrundsstof og havde retning af en supplementsavis til de særligt samfundsinteresserede, som i forvejen abonnerede på en anden avis. Selv om målgruppen for denne satsning også omfattede tillidsfolk i fagbevægelsen og i centrum-venstre-partierne, så var der i overvejende grad tale om, at strategien var at ramme et segment i landets største byer, som var præget af høj uddannelse og gode økonomiske ressourcer. En gruppe som overvejende bestod af folk, der ikke var medlemmer af LO-fagbevægelsen. Med andre ord havde man opgivet at lave en avis, som var henvendt til de almindelige LO-medlemmer. Dette var i sig selv med til at svække legitimiteten bag LO's støtte til avisen.

Strategien om at blive en supplementsavis til de særligt samfundsengagerede læsere viste sig også på det forretningsmæssige plan at være en fejltagelse, og tendensen til at de gamle læsere forlod avisen, mens læserne i de ønskede målgrupper ikke købte avisen i samme omfang fortsatte ufortrødent.

Oplaget ved lukningen i 2001 var ved lukningen nået ned på omkring 25.000 eksemplarer, hvilket var problematisk i forhold til en årlig LO-støtte på 65 mio. kr., men det økonomiske aspekts betydning skal dog ikke overvurderes. For havde Aktuelts daværende chefredaktion lavet et journalistisk produkt som eksempelvis var uundværlig for de fagligt aktive, eller som i højere grad satte en selvstændig dagsorden i forlængelse af LO's værdier og holdninger, så var avisens chance for overlevelse betydeligt højere. Problemet var i høj grad, at der ikke rejste sig noget krav om avisens videreførelse fra LO's bagland.

Fejlen ved Aktuelt omkring lukningen var som sådan ikke, at avisen var journalistisk ringe, men at den henvendte sig til grupper i samfundet, som i forvejen var dækket godt ind med medietilbud, og at avisen ikke havde en redaktionel profil, som legitimerede udgivelsen overfor baglandet i fagbevægelsen.

## ***Resumé***

Dette speciale undersøger, hvorfor det mislykkedes for LO-fagbevægelsen at bevare det socialdemokratiske dagblad Aktuelt, som måtte lide bladdøden i 2001. Lukningen skete efter, at Aktuelt i 1987 fik et ekstraordinært tilskud på 238 mio. kr. over fire år fra LO, og at to af landets mest anerkendte journalister foretog en storstilet redaktionel relancering af avisen under navnet "Det Fri Aktuelt". Det var hensigten, at den nye avis skulle give den borgerlige presse kamp til stregen, og opnå en markant oplagsfremgang. Projektet endte i stedet med oplagsfald og katastrofal økonomi.

Årsagerne til lukningen af dagbladet bliver undersøgt gennem en selvstændig opgørelse af den redaktionelle prioritering på avisen i tre perioder fra 1986 til 1999. Derudover analyseres udviklingen i Aktuelts strategier i forhold til den redaktionelle linje, økonomi og annoncer samt målgrupper og oplag. Endelig sker der en analyse af de praktiske resultater af de ovennævnte strategier.

## ***English summary***

This dissertation investigates, why the LO labour union did not succeed in saving the national social democratic newspaper *Aktuelt*, but had to close it in 2001. The closure took place after *Aktuelt*'s owners in 1987 gave it an extraordinary 4-year subsidy of Dkr. 238 million, and after two of Denmark's most reputable journalists had undertaken an editorial renewal on a grand scale of what was now called "Det Fri Aktuelt". The new paper was intended to make a decisive stand against the bourgeois press and achieve a significantly greater circulation. In spite of this, the project ended up with lower circulation and an economical catastrophe. A further attempt at renewal in 1997 didn't change the situation, and the newspaper's circulation was halved during this period. According to this dissertation the reason can be found mainly in the editorial development of the newspaper and in its target group strategies.

The dissertation's quantitative grouping of the newspaper's articles by subject matter shows that the reorientation in 1987 meant that its central subjects: Labour market and labour union matters, were significantly downgraded. Instead culture and lifestyle matters were prioritized so that "Det Fri Aktuelt" moved into line with the rest of the press. On top of this, the new editorial team used a contractually guaranteed editorial independence to cover the labour movement critically and refuse to take special account of its political base's interests. All this resulted in poorer relations and greater distance between *Aktuelt* and the political base that funded the newspaper. This was not fundamentally changed by new editors-in-chief and a new attempt at renewal in 1997.

The dissertation's analysis of *Aktuelt*'s target group strategies concludes that both at the renewal in 1987 and at the one in 1997, the editors nearly exclusively worked at reaching the economically attractive readers in the big cities instead of making an effort to keep the newspaper's existing faithful audience. The audience before 1987 was geographically non homogenous, but it consisted for a great part of workers with a short or medium length educational background. The fact of the newspaper's power of penetration among workers and people with a short educational background was important to the labour movement, and it was part of LO's media strategy. The changing editors-in-chiefs' concentration on more highly educated readers in the big cities had the result that the faithful audience was put off, while the newspaper only to a minor degree succeeded in attracting readers from its desired target groups.

## *Formidlende artikel*

Kronik tiltænkt Information:

### **Derfor lukkede Aktuelt**

**Det var ikke hovedsageligt økonomisk uduelighed, som førte avisen Aktuelt i graven, men derimod skiftende chefredaktørernes manglende interesse og respekt for deres læsere og bagland. Det skriver dagens kronikør, som har skrevet et speciale om årsagerne til lukningen af den socialdemokratiske avis i 2001.**

#### *Kronik af Andreas Norrie*

I vore dages debat om mediernes politiske holdninger glemmer man ofte det faktum, at der ikke findes danske aviser af betydning med et erklæret politisk grundlag, som ligger til venstre for det Radikale Venstre. Det er i sig selv et demokratisk problem i et land, hvor omkring 40 procent af befolkningen normalt stemmer på venstrefløj. Derfor er det relevant at se nærmere på, hvorfor LO var valgte at lukke det socialdemokratiske dagblad Aktuelt i foråret 2001. Lukningen af Aktuelt skete efter, at LO i 1987 havde ansat de to anerkendte journalister Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen som chefredaktører, og givet den frie hænder og fuld redaktionel frihed - samt ikke mindst en fireårig ekstrabevilling på 238 mio. kr. Denne bevilling blev brugt til en storstilet lancering af den gamle arbejderavis Aktuelt under navnet Det Fri Aktuelt med en ny uafhængig profil og indkøb af konkurrenternes såkaldte stjerneskrivere. Men forsøget endte med, at avisen kun hævdede oplaget i to år, og siden oplevede markant oplagsnedgang. Altså en endnu en økonomisk fiasko for fagbevægelsen, som i denne periode måtte trækkes med mange skandalesager fra kooperationen.

#### **God avis, men dårlig styring?**

Selv om Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen altså stod bag en bekostelig relancering med et meget tvivlsomt resultat, så bliver Det Fri Aktuelt under de to såkaldte gulddrenge i dag i pressekrede stadig fremhævet som en fremragende avis, som blot var offer for en fodslæbende fagbevægelse, dårlig økonomisk styring og den generelle tidsånd. Med andre ord

fremstår de to redaktørers koncept som et tappert forsøg på at reformere en forældet og partiavis, der alligevel var dømt til døden. Begge journalister er da også siden blevet belønnet med topjob andre steder i mediebranchen.

Denne opfattelse mener undertegnede er en forskønnet version af de faktiske forhold, hvilket fremgår af den faktiske udvikling i A-pressen set gennem bestyrelsesmøder, oplagsudvikling, læsersammensætning og den redaktionelle prioritering. I stedet skulle nekrologen om Det Fri Aktuelt i højere grad handle om de to chefredaktørers manglende forståelse og respekt for avisens læsere og baglandet i fagbevægelsen. En linje, der i forskellig grad fortsatte under de senere chefredaktører frem til lukningen.

### **Bedre end sit rygte**

Det offentlige billede af Aktuelt fra før omlægningen 1987 var øjensynligt ikke præget af den største respekt, og anerkendelsen i mediekredse var endnu mindre på grund af dagbladets delvise karakter af partiavis for socialdemokratiet. Alligevel er det en forhastet konklusion at sige, at Aktuelt var en avis i akut krise. Faktisk må det ud fra oplagsudviklingen konstateres, at det var lykkedes for de to forudgående chefredaktører at hæve dagbladets hverdagsoplag fra kun lidt over 30.000 i begyndelsen af 1970'erne til 58-60.000 i 1986. Derudover drev man en populær og overskudsgivende søndagsavis med et oplag på omkring 110.000 eksemplarer. For en avis ejet af LO er gennemslagskraften hos medlemsskaren af en afgørende betydning, da det giver organisationens tilskud til avisdriften en politisk legitimitet. Derfor var det en væsentlig faktor, at Aktuelt var den avis, som havde flest læsere blandt faglærte og ufaglærte arbejdere næstefter formiddagsaviserne BT og Ekstra Bladet. Ligeledes i forhold til LO's mediepolitiske målsætning om at sørge for, at folk uden længerevarende uddannelse kunne få adgang til lødig information, levede avisen således op til målet, idet 32 % af hverdagsavisens læsere ikke havde mere end folkeskolens afgangseksamen som uddannelsesbaggrund.

### **Problematisk målgruppe**

Der lå ikke på papiret nogen bestemt udtalt målgruppetænkning bag den gennemgribende relancering under navnet Det Fri Aktuelt, og det formulerede mål var først og fremmest en drastisk forøgelse af oplaget. Alligevel giver Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen redaktionelle linje og deres daglige ledelse indirekte et billede af, hvilke målgrupper man ønskede at ramme.

Konceptet for Det Fri Aktuelt var en kritisk og afslørende linje i forhold til baglandet forstået som fagbevægelsen. Fra nu af skulle der ikke være noget hellige køer, lød det fra chefredaktionen. Denne politik førte til et væld af kritiske artikler om brodne kar i bevægelsen, som i nogle tilfælde blev accepteret i baglandet, mens andre af avisens artikler i fagbevægelsen igennem årene øgede afstanden mellem den fagbevægelse som finansierede avisen og redaktionen. Af en mere væsentlig betydning for det redaktionelle koncept og forholdet til baglandet var, at man ikke mente, at avisen længere i samme grad skulle være forpligtet til at dække de begivenheder, som skete på arbejdsmarkedet og fagforeningerne i højere grad end den øvrige medieverden. Det skal være slut med pligtstof om små og store begivenheder i fagbevægelsen, stod der i konceptet for den nye avis.

Grundlæggende var opfattelsen fra chefredaktionens i side, at den nære tilknytning til en bevægelse ikke var en ressource, men snarere et handicap rent journalistisk, og i kampen om at vinde læsere.

Det tilgængelige materiale tyder på, at den læserskare man ønskede at få fat i var de mere veluddannede læsere i de store byer, som normalt læste en af de tre store morgenaviser. Derimod blev der ikke fokuseret på, hvordan man skulle fastholde avisens kernelæsere, som var lavere uddannet og boede spredt i blandt andet de store provinsbyer. Denne tendens blev endvidere styrket af, at avisen købte nogle af de journalister og debattører, som var toneangivende i den borgerlige presse. Det drejede sig for eksempel om forfatteren Carsten Jensen som allerede dengang havde høj status blandt Weekendavisens læsere, men som næppe havde samme betydning for tillidsmanden i Hobro.

### **Svigtede kerneområder**

Denne fokusering på at ramme en mere attraktiv målgruppe ændrede også grundlæggende på avisen redaktionelle prioritering, så den i højere grad kom til at minde om de borgerlige morgenaviser. En sammenligning af avisens prioritering af stofområder i en uge før omlægningen i 1986 og i en uge to år efter omlægningen i 1989 viser et drastisk nedgang i artikler om arbejdsmarkedet og arbejdsmiljøområdet, der er fagbevægelsens særlige arbejdsområder. Således fyldte de to stofområder i 1986 23 % af avisens artikler mens andelen i 1989 var nede på 14 %. Omvendt skete den modsatte udvikling med kultur- og livstilsstoffet som i 1986 kun udgjorde 17 %, mens tallet var nået op over 30 % i 1989, hvor prioriteringen af dette stofområde mindede om den man så på Politiken.

Denne jagt på en ny og attraktiv målgruppe lykkedes dog ikke, og i stedet begyndte de trofaste læsere at sive. Da Jørgen Flindt Pedersen forlod chefredaktørstolen i 1993 var oplaget faldet over 10.000 eksemplarer om hverdagen og søndagsavisen var allerede lukkede to år tidligere på grund af en oplagshalvering. Jørgen Flindt Pedersen blev i 1992 efterfulgt af Lisbeth Knudsen, som havde siddet i chefredaktionen siden 1990, og hun forsøgte i højere grad at bruge fagbevægelsen som ressource end forgængerne. Alligevel ændrede hun ikke grundlæggende på Det Fri Aktuells linje og søgte stadig primært at ramme de attraktive læsere i de største byer samtidig med, at hun dog også ville holde fast i den gamle læserskare. Imidlertid fortsatte oplagsnedgangen, og omkring 1995-1996 stod det klart at avisen ikke kunne fortsætte med samme brede omnibusdækning af rent økonomiske årsager, og at avisen måtte relanceres endnu en gang.

### **Fornyede målgruppeproblemer**

Denne gang skulle det ske som en snævrere fokuseret supplementsavis til de særlig politisk og samfundsinteresserede læsere, som i forvejen eksempelvis holdt en avis som Politiken samt aktive i socialdemokratiet og fagbevægelsen. Meningen var, at en succes hos ressourcestærke gruppe både skulle sikre avisen en stabil økonomi og en politisk gennemslagskraft, da man henvendte sig til en slags elite af landets meningsdannere.

Denne nye avis som blev lanceret 1997 under navnet "Aktuelt" fik dog en kort levetid, da man i foråret 2001 endnu engang måtte konstatere, at det ikke lykkedes at tiltrække den ønskede nye målgruppe, som for en stor dels vedkommende heller ikke havde meget berøring med fagbevægelsen i det daglige.

Problemet med den sidste satsning var grundlæggende det samme som med relanceringen af Aktuelt i 1987, at man ikke i højere grad forsøgte at belønne avisens trofaste læsere, og lave en avis, der gennem sin dækning af det faglige område blev uundværlig for det bagland, der finansierede avisen.

### ***Perspektivering***

Tidligere Metalformand Max Bæhring beskriver andetsteds i specialets interview, at man i forbindelse diskussionen om lukningen af Aktuelt i faglige kredse stillede sig selv spørgsmålet, hvad sker der med vores plads i mediebilledet, når vi ikke længere har en avis?



Hans eget svar på spørgsmålet er, at det efterfølgende rent faktisk gik ret skidt for fagbevægelsen på det punkt.

Det som den tidligere forbundsformand særligt hæfter sig ved er, at pressens dækning af arbejdsmarkedsstoffet er skrumpet ind til det rene ingenting, og der ikke længere findes fagmedarbejdere på området på de forskellige medier. Dette resulterer i, at fagbevægelsens daglige arbejde mister synlighed i offentligheden.<sup>247</sup>

Alligevel mener Max Bæhring, at er lykkedes for LO at skabe et godt og dagsordensættende medie med UgebrevetA4, som blev startet i 2002, og fokuserer snævert på arbejdsmarkedsstof og velfærds- og uddannelsespolitik.

Efter min mening er også god grund til at se nærmere på de foreløbige erfaringer fra LO's ugebrev, selv om det i størrelse og indflydelse ikke er umiddelbart sammenlignelig med et dagblad som Aktuelt. Endvidere er der i modsætning til Aktuelt tale om et blad, der udsendes gratis til tillidsfolk og andre interesserede LO-medlemmer i et oplag på omkring 27.000.<sup>248</sup>

Et væsentlig erfaring i forbindelse med Ugebrevet er, at det er lykkedes at lave et blad, der beskæftiger sig intenst med faglige spørgsmål og politiske emner samtidig med, at det ifølge ugebrevets læserundersøgelse fra 2003 er lykkedes at skabe et magasin som 92 % af abonnenterne finder godt eller meget godt. Ligeledes er det interessant, at 89 % af dem finder de ofte lange artikler fuldt ud forståelige, og den forbindelse er der ingen forskel på de læsere som kun har en 7. klasses afgangseksamen og dem med en akademisk uddannelse.<sup>249</sup>

Denne undersøgelse finder jeg på mange måder tankevækkende, da den viser, at det ikke nødvendigvis ville have været en oplagsmæssig katastrofe, hvis Aktuelts skiftende redaktører siden 1987 i deres journalistiske prioritering i højere grad havde taget udgangspunkt i fagbevægelsens kerneområder. Endvidere viser undersøgelsen, at der er en væsentlig interesse for arbejdsmarkeds- og samfundsforhold blandt LO's ellers forskelligartede medlemsskare.

I forhold til fremtidige bredere mediesatsninger fra fagbevægelsens side mener jeg, at førnævnte er en væsentlig pointe, da der i denne - på papiret - forholdsvis lavtuddannede målgruppe sandsynligvis findes et udækket marked for seriøs samfundsengagerende journalistik. Det er også værd at iagttage, at de store betalingsdagblade som eksempelvis Politiken og Berlingske gennem deres seneste redaktionelle omlægninger netop har fravalgt muligheden for at henvende sig til den normale LO-arbejder, og i stedet satser på at ramme

---

<sup>247</sup> Interview med Max Bæhring, . 2006, s.

<sup>248</sup> [www.ugebreveta4.dk/smcms/Globals/Om\\_Ugebrevet\\_A4/Index.htm?ID=40](http://www.ugebreveta4.dk/smcms/Globals/Om_Ugebrevet_A4/Index.htm?ID=40)

højtuddannede og forholdsvis vellønnede læsere i hovedstadsområdet. Med andre ord kan der tales om et hul i mediemarkedet, som i dag først og fremmest dækkes af gratisaviserne.

Selv om overvejelserne internt i fagbevægelsen for øjeblikket ikke går på oprettelsen af et nye dagblade, så er det værd at overveje, om man ikke kunne bruge erfaringerne fra Ugebrevet A4 og en anden vellykket mediesatsning, nemlig fagforeningens 3F's journalistisk meget professionelle daglige nyhedsbrev og 14-dagesblad Fagbladet3F, til en bredere journalistisk. Satsning. Fagbladet 3F er ligesom A4 meget citeret, men er præget af en mere afslørende linje samtidig med, at der også findes journalistisk blødere genrer såsom interviews og kulturstof.

En mulig udnyttelse af indsigterne fra de to forskellige journalistisk vellykkede produkter kunne være en dagligt opdateret netavis, eller desværre polisk mere usandsynligt en nicheavis rettet mod aktive i fagbevægelsen.

## ***Kildefortegnelse***

### **Litteratur**

- Allern, Sigurd: *Kildenes Makt*, 1996, Pax Forlag, Oslo
- Bruhn Jensen, Klaus(Red): *Dansk Mediehistorie 1960-1995,1997*, Samleren, Kbh.
- Bruhn Jensen, Klaus(Red): *Dansk Mediehistorie 1995-2003*, 2003, Samfundslitteratur, Kbh.
- Dearing, J.W. og Rogers, E. M.: *Agendasetting*, 1996, Sage Publications , Thousand Oaks,
- Dircknick-Holmfeld, Gregers: *Tør hvor andre tider bd. 2*, 2004, Ekstra Bladets Forlag, Kbh.
- Ellegaard, Lasse: *EfterTryk*, 1998, Centrum, Århus
- Holm, Hans-Henrik: *Verden på Tilbud*, 2000, Ajour, Århus
- Flindt Pedersen, Jørgen: *Hjerteblood*, 2000, Gyldendal, Kbh.
- Foersom, Peter(Red.): *Ny Dag - Mindebog i anledning af 100-året for udgivelsen af dagbladet*, 2001, Udgivet af foreningen NY DAG's minde, Sakskøbing.
- Shoemaker, Pamela J.: *Gatekeeping, Communication concepts*, 1991, Sage Publications, Thousand Oaks

### **Interne og eksterne skrifter fra fagbevægelsen og A-pressen**

---

<sup>249</sup> Journalisten, nr. 12-2003

Goul Andersen, Jørgen: Arbejderbevægelsens medier: Udbredelse og gennemslagskraft, 1989, LO's medieanalyse, LO Kbh.

Hansen, Bent: Medier er Magt, 1. udgave, 1986, LO's FIU-sekretariat, LO, Kbh

Hansen, Bent: Medier er Magt, 3. udgave, 1999, LO's FIU-sekretariat, LO, Kbh.

Jauert, Per og Prehn, Ole: Arbejderbevægelsen i det elektroniske medielandskab, 1995, LO og SAFT, Samorganisationen for Arbejderbevægelsens Fagblade og Tidsskrifter, Kbh.

Jensen, Lene, Lyngholm, Claus, Rix Rasmussen, Jan og Odgaard Svenningen, Per: Fagbevægelsens ressourceforbrug i f. m. medieaktiviteter 1987-93, 1989, LO's medieanalyse, økonomirapport, LO, Kbh.

Jensen, Vagn og Kyhn, Claus(Red): Bedre TV og Radio - Men for hvem?, 1986, SID, Kbh.

Sepstrup, Preben: Fagbladene i Medielandskabet, 1996, Statsministeriets Medieudvalg, Kbh.

Sepstrup, Preben: Fagbevægelsens Informationsarbejde, 1989, LO's medieanalyse, LO og Det Kooperative Fællesforbund, Kbh.

Sørensen, Preben(Red): Vore Medier, 1990, LO's Medieanalyse, LO, Kbh.

Thulstrup, Jørn: A-pressen i 90ernes mediebillede, 1989, LO's medieanalyse, LO og Det Kooperative Fællesforbund, Kbh.

Weber, Lennart, Poulsen, Jørgen, Sørensen, Preben og Monggaard, Poul: Kampen om Medierne - Oplæg til LO-kongres 1987, LO, Kbh.

Arbejdsprogram for LO, 2003-2007, 2003, LO Kbh.

Medierne og Fagbevægelsen, baggrundsmateriale til LO's 33. kongres, 1995, LO, Kbh.

Medier - status og udvikling, LO kongres 99, 1999, LO, Kbh.

Værdigrundlag for LO 2003-2007, LO kongres 2003, LO, Kbh.

### **Afhandlinger og specialer**

Appel, Kira og Scheibye, Louise: LO's mediepolitik - For Lokal-tv, 1996, Speciale Institut for Statskundskab, Kbh.

Bang Stald, Gitte: LO's medier og Mediepolitik, 1988, Konferensspeciale Institut for Litteraturhistorie, Kbh. .

Schulz, Ida: Bag om Nyhedskriterierne, 2005, Ph.d. afhandling, Afdeling for journalistisk RUC, Roskilde

### **Tal og statistik**

Dansk Media Index, 1986-1995, Dansk Media Komité, Hellerup

Index Danmark, 1996-2000, Gallup/Danske Dagblades Forening, Kbh.

Oplagstal og Markedstal, 1986-2000, Dansk Oplagskontrol, Kbh.

## **Avis- og tidsskriftsartikler**

Aktuelt/Det Fri Aktuelt, 1-7/3-1986, 17/3-1989, 8/2-1987,1-7/3-1987,23/4-1987,26/4-1987, 3/5-1987, 1-7/3-1989, 22/6-1996, 22/7-1996, 7/3-1999, 6/4-2001  
Berlingske Tidende, 5/1-1993, 18/4-2001, 19/4-2001,  
Børsen, 21/8-1999.  
Ekstra Bladet, 30./1-1996  
Fagbladet Journalisten nr. 16-2000, nr. 17-2000, nr.7-2001, nr. 12-2003,  
Jyllands-Posten 15/5-, 31/12-997, 13/10-1998  
Politiken, 20/9-1986, 31/10-1994, 15/5-1997, 9./8-1997, 7/4-2001, 8/4-2001,  
Weekendavisen, 2/5-1996

## **Radio og TV**

Interview med Jørgen Flindt Pedersen, Gaardbo på P1, DR-P1, 6/11-06

## **Aktieselskabet A-pressens Arkiv, Arbejderbevægelsens Arkiv og Bibliotek(ABA):**

### **Referater af bestyrelsesmøder i A/S A-pressen:**

16/12-1985, 14/1-1986, 2/3-1986, 26/5-1986, 8/10-1986, 29/1-1987, 20/5-1987, 21/8-1987, 29/9-1987, 26/11-1987, 22/1-1988, 7/4-1988, 7/6-1988, 27/8-1988,27/10-1988,12/12-1988, 27/4-1989, 7/2-1990, 27/2-1990,30/3 1990, 22/5-1990, 28/8-1990, 25/9-1990, 21/11-1990, 30/1-1991, 19/3-1991, 29/5-1991,28/8-1991, 24/9-1991, 16/10-1991, 27/11-1991, 28/1-1992, 27/2-1992, 24/3-1992.

### **Generalforsamlinger:**

Referat af generalforsamling 4/4-1989 i A/S A-pressen

Referat af generalforsamling 24/4-1994 i Det Fri Aktuelt A/S 1994

Referat af generalforsamling 24/4-1996 i Det Fri Aktuelt A/S1996

### **Bilag til bestyrelsesmøder og selvstændige interne og eksterne skrifter:**

Undersøgelse af afgangsårsager fra salgsafdelingen, 1990,

Brev fra redaktør Grimur Gunnarsen til A-Pressens bestyrelse (dato mangler) efterår 1986

Brev fra Aktuelt's medarbejderforening til bestyrelsen i A/S A-pressen 14/1,1986

En avis ved et årsskifte 1986/87 - Årlig redaktionel beretning til A-pressen

Notat fra chefredaktionen til bestyrelsen om søndagsmarkedet 20/11 1986

Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen: Oplæg til møde i ansættelsesudvalget 21/1 1987 J

Ansættelseskontrakt mellem bestyrelsen for A-pressen og Jørgen Flindt Pedersen

Erik Stephensen: Oplæg til Bestyrelsen - fortroligt - sådan tegner fremtiden, der er tale om at undgå en grundstødning, 1987

Journalistik i Det Fri Aktuelt, 1987, Intern manual for journalister på Det Fri Aktuelt

Nyt fra marketing, februar 1989 - Om imageundersøgelse

Velkommen til Det Fri Aktuelt, 28/6-199?, informationsmateriale til medarbejdere og forretningsforbindelser

Det Fri Aktuelt Marketingplan 90.

Maja Bertelsen: Annonceomsætningen på Det Fri Aktuelt 1990 - notat til bestyrelsen

Det Fri Aktuelt Nyhedsbrev, sep. 1990

Redaktionelle overvejelser omkring Metro, 1996

Brev fra Lisbeth Knudsen til informationschef Poul Monggaard, LO, om nyt blad/tillæg, 16/6-1990

Brev Max Bæhring til Lisbeth Knudsen om Metal Søfart, 14/4-1991

Notat fra Lisbeth Knudsen om Lukning af NY DAG og Bornholmeren, efterår 1994,

Brev fra den socialdemokratiske fællesledelse i Vordingborg til A-pressens bestyrelse, 1987,

### **Landsorganisationens Arkiv, Arbejderbevægelsens Arkiv og Bibliotek(ABA)**

Hardy Hansens(næstformand for A/S A-pressen) indstilling vedr. A-pressen på LO's kongres 1987

## ***Bilag***

**Resumé af interview med Bjarne Salomonsen. Medl. af A-Pressens og Det Fri Aktuelts bestyrelse fra 1989-2001, først som kommitteret for LO, og siden 1998- som direktør fra A-Pressen.**

*Du blev medlem af A- Pressens bestyrelse i 1989 som repræsentant for LO, hvad var din opgave?*

Så vidt jeg husker, var jeg vist kun kommitteret til bestyrelsen, men jeg kom ind i virksomheden, da man kan sige, at pengene var brugt, der var ikke længere meget fest over det. Min opgave var at overvåge, at der skete en ansvarlig genopretning af økonomien efter den store satsning. De næste mange år var vi simpelthen nødt til at bruge store kræfter på at lave besparelser og effektiviseringer.

*Havde man fra LO's side mistet til tilliden til Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen?*

Det var ikke fordi Jørgen Flindt Petersen ikke blev respekteret, men efterhånden som økonomien for alvor begyndte at skride, så var der heller ikke den samme tillid til hans dømmekraft som leder. Her var det anderledes med Lisbeth Knudsen, for selv om hun ikke var økonom, så satte hun sig grundigt ind i den. Omvendt så tror jeg, at selv om Jørgen Flindts planer ikke viste sig at holde, så havde man

respekt for, at han blev på posten de fire år hans plan varede på papiret. Selv om det sikkert ikke altid var sjovt, og at han sikkert kunne have fået et bedre betalt job et andet sted.

*Hvad var hovedårsagerne til den dårlige økonomi i 1989?*

Der var naturligvis mange. Man havde en distribution og et abonnementssystem, der ikke fungerede, og der var en administrerende direktør for A-pressen, som vi valgte "ikke at forlænge. Men det var særligt i forbindelsen med søndagsudgaven, at Jørgen Flindt Pedersens og Erik Stephensens manglende evner i forhold til budgetlægning og strategiudvikling viste sig. Pludselig lukkede man Søndagsudgaven. Man havde simpelthen ikke tænkt på, hvad man kunne sætte i stedet, og at oplaget faldt drastisk, fordi Ekstra Bladet og BT kom på gaden. De havde ingen plan B. Og det var jo på mange måder en katastrofe, da det var søndagsavisen som skulle have været den kommercielle motor. Der var dog også stadig rester af det kaos, som var resultatet af tv-satsningerne i 1980'erne, hvor Lo valgte at gå ind, fordi medlemsforbundene var aktive fra starten, men det skete uden en samlet strategi eller overblik.

*Havde man en bestemt målgruppe i forhold til Det Fri Aktuelt?*

Så vidt jeg ved, så havde man ikke, hvad man kalder en målgruppe i moderne forstand. Der var ikke, hvad jeg ved af, lavet en eneste målgruppe analyse. Det tror jeg faktisk heller var noget man brugte på de store aviser dengang. Det var først noget vi gik i gang med i 1995-1996, da vi begyndte at planlægge omlægningen i 1997.

*Hvordan forløb spareplanerne?*

Det var et hårdt slid, da der efter relanceringen ikke var muligt at hæve de årlige tilskud, og problemet var jo, at oplaget blev ved med at falde sammen med indtægterne. Jeg synes faktisk det er vigtigt at understrege, at stemningen blandt medarbejderne på avisen i alle årene var god og præget af sammenhold og et godt samarbejde med ledelsen. I alle de sparerunder, som jeg var involveret i, gjorde jeg det, at tillidsfolkene for starten var involveret i både udformningen og den praktiske udførsel. Tillidsfolkene var nemlig bedre til at se, hvor der var noget fedt, som kunne skæres af. Men det er klart, det tærer på en organisation med så mange sparerunder igennem årene. Og beslutningen om lukningen af Bornholmeren og NY DAG var bestemt heller ikke en beslutning vi blev populære på.

*Der har været talt om meget utilfredshed i bestyrelsen og i baglandet omkring den kritiske linje overfor baglandet, hvordan oplevede du stemningen i bestyrelsen?*

Det er klart, der var nogle som følte sig trådt på, men der var også ting i bevægelsen som kunne trænge til et kritisk lys. Jeg var selv udlånt til Dansk Folkeferie, da Det Fri Aktuelt lavede nogle afsløringer. Og det var såmænd berettiget nok. Generelt synes jeg bestyrelsesmøderne i hele perioden gik i god ro og orden. Det var ikke sådan, at det kom til afstemninger. Der dog et par gange, hvor Georg Poulsen blev pissesur på Jørgen Flindt Petersen, og det gik i hårdknude. Når du taler om utilfredshed fra

baglandets side, så er den eneste gang jeg virkelig har mødt protester, dengang vi lancerede MetroXpress sammen med MTG.

*Hvad var baggrunden for relanceringen i 1997?*

Baggrunden var sådan set meget enkel. Avisen blev ved med at tabe penge og oplag, og det gjorde det også svært samtidigt også sværere at konkurrere med de store omnibusaviser. Derfor gik Lisbeth Knudsen og jeg i gang med at se på en række alternativer til den eksisterende avis tilbage i 1995-1996, og det gjorde på en helt anden grundig måde ved hjælp af fokusgrupper, målgruppeanalyser og analyser af indtægtsmuligheder og omkostningsniveau. Vi regnede blandt andet på en gratisavis og en weekendavis. Det var i den forbindelse, at jeg kom i forbindelse med selskabet bag Metro.

*Hvad var den redaktionelle målsætning for den model i valgte?*

- Målet var at lave en baggrundsavis, hvor man beskrev de væsentlige samfundsemner dybdegående- også arbejdsmarkedet gennem store temaer med mange vinkler, men det lykkedes nok bedre i den første tid efter omlægningen. Jeg tror også, at manglen på ressourcer gjorde det sværere at holde fokus på avisens koncept. Det er svært at konkludere om projektet kunne være lykkedes, for Lisbeth fik ikke den samme chance som Flindt Pedersen. Ressourcerne var nogle helt andre, siger Bjarne Salomonsen.<sup>250</sup>

*Der var i tiden før og efter omlægningen en del kritik af, at i ikke prioriterede arbejdsmarkedsstoffet højere, hvorfor lavet i ikke arbejderbevægelsens svar på Børsen?*

Grundlæggende regnede vi ikke med, at der ville være læsere til et arbejderbevægelsens Børsen. Avisen var jo ikke længere et talerør for bevægelsen. Det mener jeg faktisk ikke engang avisen var før den blev til Det Fri Aktuelt. Vi kunne ikke lave en avis som havde en prioritering som fuldstændig adskilte sig fra de øvrige mediers

*Man har i forbindelse med Aktuelt talt om, at avisen var udsat for en annonceboykot, hvad er din opfattelse?*

Nu har jeg ikke haft hovedet nede i det daglige annoncesalg, så du må nok hellere spørge Lisbeth Knudsen. Men det er mit indtryk, at det langt hen ad vejen mest var en dårlig undskyldning. Det skyldtes jo også, at oplaget var faldende. Men der er nok ikke forkert, at det havde en negativ virkning på annoncørerne, at der var et produkt, som ikke tjente sine egne penge, men skulle have støtte. Vi var fanget i en situation, hvor al den offentlige debat om tilskuddet på en gang skræmte læsere og annoncører væk, samtidig med at tilskuddet sled gevaldigt på LO som organisation. Der var ingen tvivl om, at særligt eventyret med Det Fri Aktuelt havde tæret på avisens omdømme. Og det prægede også læsernes opfattelse af os. Det kunne vi blandt andet se, da vi stod bag en række de førnævnte undersøgelser, hvor vi præsenterede de potentielle læsere for eksempler på den nye avis' journalistik og grafiske opbygning uden at fortælle, at det var Aktuelt, så var folk meget interesserede. Men når vi fortalte, at det LO's avis, så var det pludseligt det rene lort.

Det var nok samme problem vi havde med annoncørerne. For der har ikke været problemer med at sælge annoncer til Tjeck eller MetroXpress, fordi vi er ejere eller medejere. Det var også derfor, at vi i forbindelse med redningsplaner vi arbejdede med frem til lukningen forsøgte at indgå i partnerskaber med mere kommercielle medievirksomheder, som havde ry for at være økonomisk ansvarlige og uafhængige.

*Det fremgår af avisomtalen, at man på Aktuelt's redaktion var ret fortørnede over den måde Aktuelt blev lukket på. Hvorfor valgte LO at lukke avisen på netop dette tidspunkt?*

Jeg forstår sådan set godt, at Anders Jerichow følte sig dårligt behandlet, da han måske fordi han var mere journalist end leder, var sat udenfor en række af de afgørende forhandlinger som i virkeligheden afgjorde beslutningen. Situationen var, at man fra LO's og min side ikke troede på, at vi alene kunne køre avisen videre, og derfor forsøgte vi at få en anden investor indenfor mediebranchen med på ideen om at lave en weekendavis som skulle kunne konkurrere med Berlingskes Weekend Avisen. De forhandlinger skete første omgang i dyb hemmelighed mellem bestyrelsesformand Holger Lavesen, jeg og Hans Jensen(LO-Formand). Men de valgte altså at bakke ud. Tilbage af interessante muligheder var en stor norsk mediekoncern, som også havde lavet forretninger med den svenske A-presse. Men målet var simpelthen at overleve på en anshvarlig måde. Målsætningen for Aktuelt fra LO's side har aldrig været at lave en stor forretning, men højst at få virksomheden til at hvile i sig selv.

*Var det Schibsted?*

Det er jeg ikke sikker på, at jeg kan bekræfte på grund af kontraktmæssige forhold, men de var heller ikke interesserede. Jeg havde sendt et oplæg om vores koncept og vores situation til den norske ledelse, men de havde overhovedet ikke tillid til ideen. Direktøren sagde ligeud, at der ikke var nogen grund til at spille tid på et møde. Projektet var simpelthen forretningsmæssigt uinteressant

*Anders Jerichow klagede over, at han var villig til at spare endnu mere for at bevare avisen?*

Det kan godt være, at det var muligt for Anders Jerichow at spare et nogle mio. Men i virkeligheden drejede det sig om, at redaktionen ikke havde en plan eller en vision for, hvor avisen skulle bevæge sig hen. Der manglede simpelthen et projekt Og hvis man det endelig var lykkedes at komme med et nyt og genialt koncept, så ville det da være strategisk dumt at starte med en sparerunde. Det var selvfølgelig rigtig ærgerligt. Jeg havde brugt mange år på avisen. Men jeg tror stadig ikke, der var andet at gøre.

*Hvordan vil du beskrive hovedlinjerne i den mediepolitik LO udviklede til afløsning fra Aktuelt*

Hovedlinjerne har som jeg ser det været, at vi er gået over til at skille de aktiviteter som kan løbe rundt fra medieaktiviteter som rent idébaserede. Derfor er det LO som står bag Ugebrevet A4, men vi i ejerselskabet A-pressen og produktionsselskabet Lynx Media står bag produkter som Tjeck, MetroXpress, Net-redaktionen og Lynx-medias produktion af TV til de store kanaler. Det bygger på en udvikling som startede i 1995, hvor besluttede, at vi også skulle være aktive i forhold til Internettet,

---

<sup>250</sup> Interview med Bjarne Salomonsen, 2006, s. 118



og at vi skulle have et tilbud til de unge læsere, hvorefter vi købte Tjeck. Internt i Lynx media er der har vi også forskellige motiver bag vores produkter. Vi har en IT-afdeling, som laver hjemmesider og livescreenings for erhvervslivet. Det gør vi simpelthen for at tjene penge, mens for eksempel Tjeck også udgives, for at vi kan sætte vigtige samfundsemner til debat blandt de unge.

### **Resumé af interview med tidl. forbundsformand Max Bæhring og medl. af A-Pressens bestyrelse 1984 til 2003.**

*Hvad var Aktuelt for en avis set fra din synsvinkel før omlægningen?*

Det var på mange måder en fremragende avis. Dækningen af de faglige stof var godt, og blev skrevet af folk, der kendte området. Det var særligt i hverdagsavisen, at det faglige og politiske stof var. Søndags Aktuelt var jo rent politisk meget tyndt, og var mere i retning af et ugeblad. Det var tilgængelig en rigtig god forretning, og Grimme, der redigerede søndagsavisen var bestemt også en dygtig journalist.

Redaktøren Harry Rasmussen var en dygtig journalistisk håndværker, og måske vigtigst af alt så kendte han det faglige stof til fingerspidserne, og viste hvem som var hvem i bevægelsen i detaljer. Det samme kunne man sige om Bent Hansen selv om han var en anderledes redaktør, som tænkte mere i temaer og kampagner.

Og så var det en anden tid mere aktive socialdemokrater, hvor der var arbejdspladsrepræsentanter på fabrikkerne, og folk som frivilligt solgte avisen.

*I forhold til Det Fri Aktuelt kunne det være interessant at høre, i hvor høj grad "det gamle" Aktuelt indhold var underlagt LO og fagbevægelsens kontrol.*

Nej, det er noget sludder, når folk sagde at Aktuelt blev styret af LO eller A-pressens bestyrelse. I det hele taget brød jeg mig aldrig om navnet Det Fri Aktuelt. Det siger jo faktisk, at det gamle blad var ufrit, og at læserne abonnerede på et blad præget af censur. I praksis blandede vi os ikke i redaktionens daglige arbejde, men det er klart at man fra redaktionen side vidste, at det var vigtig at afspejle bevægelsens aktiviteter og holdninger. Omlægningen betød ikke noget for bestyrelsens magt, men meget af den daglige dialog med baglandet forsvandt ved omlægningen.

*Hvad var forklaringen på, at man netop i 1987 valgte fra LO's side at lave en så radikal relancering af Aktuelt. Avisens oplag var jo ikke i frit fald?*

Det er et godt spørgsmål. Jeg tror, at det var en blanding af flere forhold. Nu skal man jo forstå, at det egentligt ikke gik ret godt for dagbladene generelt. Både de store morgenaviser og regionalaviser skrantede i hele perioden. På det tidspunkt var Ekstra Bladet og BT de eneste aviser, der for alvor havde vind i sejlene. Derfor ville man jo gerne gå ambitiøst til værks, mens man stadig havde muligheden. Og så har det nok også spillet en rolle, at den nye LO-formand Knud Christensen gerne

ville give organisationen en større rolle i samfundsdebatten. Det var ikke lykkedes at give organisationen samme rolle som under Thomas Nielsens formandstid.

*Hvordan blev Det Fri Aktuelt modtaget af dit bagland, og hvordan påvirkede det forholdet mellem avisen og fagbevægelsen?*

Du må regne med, at Jørgen Flindt Petersen og Erik Stephensen var utrolig respekterede, og alle roste avisen. Og Jørgen Flindt Petersen var og er også en fremragende journalist, så i starten så det jo ud til at gå godt. Men så vidste det sig jo, at der ikke var styr på økonomien.

Det var jo ikke fordi, at det var en dårlig avis, som de lavede. Den var i hvert fald ikke uinteressant, men den var efter min og mange andre fagliges holdning meget langt fra deres hverdag og interesser. Ham forfatteren Carsten Jensen, ja, hvad kan man sige. Han skrev ikke på en måde som ligefrem appellerede til den almindelige læser af Aktuelt, og hans holdninger havde heller ikke så meget med socialdemokratiet at gøre.

Problemet med Det Fri Aktuel var, at mange historier nu blev meget højtravende og abstrakt. Det var ikke fordi historierne var uinteressante, men de lå meget langt væk fra mange læsers hverdag. Også skal vi altså også huske på, at mange LO-medlemmer er meget svage læsere, og det er for eksempel noget, som SID har arbejdet utroligt meget med.

*Hvordan var forholdet mellem redaktionen og Metal under Flindt Pedersen?*

Det var et andet forhold end tidligere. Det var tydeligt, at det ikke interesserede ham videre, hvad der skete rundt i de lokale fagforeninger. Og mange faglige oplevede, at man fra avisens side overhovedet ikke var interesseret i deres historier. Det var ikke så slemt for mig, for jeg havde en position, hvor jeg også kunne få min historier i andre aviser, men for andre mindre afdelinger og forbund var man godt trætte af linjen.

Og så er det klart, at vi i Metal ikke syntes, at den avis vi selv finansierede skulle svine os til. Det kan godt være, at Jørgen Flindt Pedersen syntes, at uafhængigheden var vigtigere end alt andet. Vi synes derimod det var vigtigt, at vi havde en avis, som afspejlede klare faglige og socialdemokratiske holdninger. Groft sagt kan man sige det så kort, at hvis redaktionen selv kunne tjene deres penge hjem, så kunne de skrive, hvad fanden de ville. Men når jeg som forbundsformand skulle forklare mine medlemmer, hvorfor de skulle bruge deres kontingentkroner på avisen, så er det klart vi også skal have et ord at have sagt omkring linjen. Og det er da ikke nogen hemmelighed, at min forgænger Georg Poulsen og jeg selv havde nogle kraftige sammenstød med Jørgen Flindt-Pedersen.

*Nu da du og andre faglige var så utilfredse med linjen, hvorfor benyttede i ikke jeres bestyrelsespladser til at ændre avisens linje?*

Nej, det var ikke en stærk eller moderne handlekraftig bestyrelse. Det må jeg indrømme. Vi fik lov til at sidde at brokke os lidt, og ellers var vi nok mere eller mindre nikkedukker. Det var dog ikke usædvanligt for mange virksomheder dengang både i Kooperationen og i mindst lige så høj grad i det

private erhvervsliv, hvor der ofte var fyldt med gamle tanter. Jørgen Flindt Pedersen indførte godt nok et punkt

*Ændrede forholdet mellem Metal og avisen sig, da Jørgen Flindt Pedersen blev afløst af Lisbeth Knudsen?*

Lisbeth var klart mere imødekommende overfor baglandet, og rettede op på mange ting i den daglige drift. Men Grundlæggende, så delte hun fuldstændigt Jørgen Flindt-Pedersens holdninger til journalistik og Aktuelt's profil. Hun ville have en seriøs samfundsdebatterende avis, som for alt i verden skulle være uafhængig af bevægelsen.

Selv om vi havde et bedre forhold til Lisbeth Knudsen, så havde vi da også konflikter med hende og avisen. For eksempel blev vi grundigt trætte af, at hende eller andre på avisen konsekvent sørgede for, at man ikke kunne se Metals logo på håndboldkvindernes trøjer, som vi havde sponsoreret. Det var vi simpelthen gale over. Det var ren chikane. Så vi mødte simpelthen op hos redaktionsledelsen og krævede en forklaring, men det benægtede alt. Men vi havde selvfølgelig forberedt os, og fundet samtlige billeder. Jeg tror ikke, at Lisbeth ønskede at lave et stort nummer ud af det, men det var tydeligt at nogle af redaktionscheferne ville genere os. Og det går selvfølgelig ikke, når det er os der betaler gildet. Det er muligt, at chikanen skyldtes et politisk pres for LO som organisation, som måske syntes, at Metal fik for meget opmærksomhed.

*Hvad var Metals forhold til de sidste redaktører Anders Jerichow og Kresten Shultz Jørgensen?*

Det var ikke fordi jeg havde så meget med dem at gøre. Anders Jerichow var vist en dygtig journalist, men han fungerede sammen med Kresten Schultz ikke som en virksomhedsleder som forgængerne.

*Man har talt om, at der skete en annonceboykot af Aktuelt. Er det sandt?*

Det er selvfølgelig svært at sige, hvor stor del af boykotten, som skyldtes en bevidst politik for erhvervslivets side eller ej. Der var sikkert mange mindre virksomheder, som instinktivt og i og for sig forretningsmæssigt irrationelt valgte avisen fra. Men jeg er talrige gange blevet underrettet om at de store virksomheder havde en politik om aldrig at annoncere i avisen. Så man var nødt til at finde andre møder at skaffe annoncer til avisen. Det var et kendt krav fra socialdemokratiske kommunalpolitikere, at de krævede at de offentlige annoncer også skulle offentliggøres i en arbejderavis. Det virkede, for der var mange jobannoncer fra kommunerne. Det endte dog også med at sende et utroværdigt signal, da der stort set ikke var andre private annoncører.

Men avisen var jo objektivt set et interessant annoncemedium tilbage i firserne og i starten af 1990'erne, hvis man ville sælge normale forbrugsvarer, men nok ikke for luksusvarer.

*Hvad vurderer du var årsagen til at man lukkede avisen i netop år 2001. Oplaget havde jo været faldende i mange år?*

Der var ingen som var glade for at lukke avisen. Men vi var ved at nå en smertegrænse for, hvor høj støtte vi kunne give til en så lille avis. Set per eksemplar så regnestykket efterhånden vanvittigt ud overfor medlemmerne. Du har ret i, at støtten set i forhold til oplaget længe havde set skæv ud i

forhold til oplaget. Men hver gang havde vi stået overfor argumentet om, hvad der ville ske, hvis vi lukkede avisen. Ville der overhovedet blive skrevet om de emner vi beskæftigede os med. Ville vi overhovedet blive hørt. Derfor var det også vigtigt for os, at man lavede Ugebrevet A4 ved samme lejlighed, for vi var nødt til at have et talerør. Og på mange måder fik folk jo ret, arbejdsmarkedsstoffet er jo nærmest forsvundet for avisernes spalter. Engang var det et meget prestigefyldt område for journalisterne - også på de borgerlige aviser. Nu er det simpelthen de færreste journalister som har en grundlæggende viden på området.

*Var det også et udtryk for et svækket LO?*

Det handler om, hvordan man ser på det. Jeg synes faktisk stadig LO har en vigtig rolle i forhold til lovgivningsarbejdet, hvor organisationen er høringspart, og har den juridiske ekspertise. Men i forhold til indflydelsen på overenskomstområdet, så er det klart at blandt andet mit forbund opnåede en langt større indflydelse gennem CO-industri-kartellet, og at LO kom til at spille en langt mindre rolle i forhold til overenskomsterne.

### **Resumé af interview med Lisbeth Knudsen, adm. chefredaktør 1990-1998 ansh. 1993-1998, adm. direktør for A/S A-Pressen 1990-1998**

*For at starte kronologisk, hvad tænkte du, da du blev tilbudt jobbet som redaktør på Det Fri Aktuelt?*

Jeg vidste, at de havde brugt pengene, men jeg synes det var vigtigt med en avis, som kunne være en modpol til den borgerlige presse. Derudover respekterede jeg Jørgen Flindt Petersen som journalist.

*Hvordan var stemningen på avisen, da du blev ansat?*

Der var stadig en utrolig pionerånd blandt journalisterne, men det var samtidig allerede en avis i økonomisk og organisatorisk krise. Der skete blandt andet det, at de fyrede den administrerende direktør for A-Pressen på et af de første bestyrelsesmøder, og pludselig tre dage efter fik jeg også jobbet som administrerende direktør oveni. Det var også en tid, hvor man fra bestyrelsens og LO's side simpelthen overvejede at lukke butikken på grund af de ringe resultater af omlægningen.

*Hvad var dine første opgaver i jobbet?*

Det var først og fremmest at rydde op i organisationen, og få selve virksomheden til at fungere. Og jeg vidste, at der var problemer i huset. Men at skeletterne i den grad væltede ud af skabene kom som en overraskelse. Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen havde haft mange ideer til, hvordan avisen skulle se ud, men de havde ikke haft nogen plan for, hvordan avisens rent faktisk skulle komme ud. Selve abonnementsystemet fungerede ikke, og der kunne gå op til seks måneder før nye abonnenter fik den avis, som de havde bestilt. Derudover blev avisen sat op med et edb-program fra Siemens, der var gået ud af produktion, og firmaet tilbød heller ikke support længere. Det vil sige, der var tale om en katastrofe, hvis systemet gik ned.

*Da du kom til var den redaktionelle uafhængighed avisens vigtigste motto. Gik man for vidt, da man konsekvent ville være kritisk overfor baglandet?*

Jeg mener, at avisen gjorde ret i at stå fast på en redaktionel uafhængighed. Og jeg mener faktisk, at der også var mange internt i socialdemokratiet og i fagbevægelsen som ønskede selvkritik. 1990erne var på mange måder en periode, hvor man satte mange ting til debat i fagbevægelsen. Men der var selvfølgelig eksempler på, at denne linje tog overhånd og virkede demonstrativ. Jeg tror det var Anton Johansen fra NNF, der sagde, at bare forbi der går en socialdemokrat over Rådhuspladsen behøves man ikke at give ham et spark bagi.

Det var selvfølgelig i det daglige en enorm udfordring at opretholde uafhængigheden. Et typisk eksempel kunne være, når et af LO-forbundene nærmest forlangte en særsektion, når de havde kongres. Det ville simpelthen ikke være journalistisk forsvarligt, men samtidigt vidste vi, at en stor omtale af kongressen ville betyde, at fagforeningen ville købe 1000 ekstra eksemplarer af avisen til kongresdeltagerne. Og med vores økonomi og oplagsproblemer var det heller ikke uden betydning. I sådanne tilfælde forsøgte vi dog at få forbundene til at indrykke et annoncetillæg i stedet.

*Var den redaktionelle uafhængighed først og fremmest af hensyn til læserne eller den omkringliggende medie verden?*

Det er klart at den redaktionelle uafhængighed havde en enorm udadvendt betydning. Jeg tror ikke vi havde opnået en så markant placering i den offentlige debat, hvis ikke vi havde håndhævet det så klart. Uafhængigheden gjorde, at vi var en af de mest citerede dagblade på radio- og TV, og jeg og de andre ledende medarbejdere blev jævnligt inviteret af andre medier til at deltage i samfundsdebatten. I min tid som redaktør var stort set ikke penge til reklamer, og derfor var omtalen i de andre medier den mest effektive reklame. Alt i alt mener jeg, at Aktuelt havde en større indflydelse på samfundsdebatten end oplaget retfærdiggjorde.

*Hvordan var forholdet mellem bestyrelsen og LO og chefredaktionen, da du tiltrådte?*

Samarbejdet mellem redaktionen og A-Pressens bestyrelse var meget anstrengt, da jeg tiltrådte. Jørgen Flindt Pedersen havde ikke længere tålmodighed til at høre på indvendinger fra baglandet, og den gensidige tillid var ikke stor. En del af mit job bestod i at genoprette baglandets tillid, og det gjorde jeg ved, at jeg i perioder holdt omkring 200 møder om året, hvor jeg tog ud og talte avisens sag overfor landets fagforeningsafdelinger m.m. I forbindelse LO's kongresser, hvor tilskuddet blev besluttet var jeg også ude at tale til alle medlemsorganisationernes hovedbestyrelser og i de største fagforeningers dominerende lokalafdelinger.

Tonen fra baglandet mod redaktionen var ofte hård. Det kunne godt fyge med alskens trusler om firing eller lukning. Det ikke nogen hemmelighed, at Metals stil var meget direkte. Man kunne risikere at blive indkaldt til Metals morgenledelsesmøde kl. 07., og blive svinet til. Sådan var stilen både dengang Georg Poulsen og Max Bæhring var formænd. Også Hardy Hansen fra SID kunne blive

rasende, men han satte aldrig spørgsmålstegn ved redaktionens uafhængighed. Alligevel mener jeg, at der var en grundlæggende bevidsthed om, at det var væsentligt at have et dagblad.

*Kan du beskrive læzerskaren i den første periode du var chef.*

Ja, den var ret speciel. Som jeg ser det havde vi tilbage i 1990 tre grupper. Den ene gruppe kunne man kalde landets eller Københavns kulturelite, som var en højtuddannet gruppe, der var kommet til ved omlægningen, hvor Flindt Pedersen havde ansat folk som Carsten Jensen. Der var også en gruppe af unge læsere, som også var kommet ved omlægningen. Endeligt var der kernelæserne, som stadig var den største gruppe og for en stor dels vedkommende var ældre og lavtuddannede og mange boede i provinsen.

*Ud fra, hvad man kan læse af strategien var det først og fremmest den nye målgruppe, som man prioriterede redaktionelt.*

Ja det er helt klart. Jørgen Flindt Pedersen og Erik Stephensen gjorde intet for at tilfredsstille de eksisterende læsere. For dem gjaldt det om at få fat i et nyt publikum. Man tog det simpelthen for givet, at de gamle læsere ville hænge ved, da de alligevel ikke havde andre steder at gå hen. Det var nok noget højrøvet, men det var i praksis ikke helt forkert. Kernelæserne var utrolig trofaste.

*Avisen havde egentlig flest læsere tilfælles med Ekstra Bladet og BT, hvorfor søger i primært at konkurrere med Politiken?*

Det er rigtigt at vi havde flest fælles læsere med formiddagsavisen Det var en diskussion vi havde, og var engang i mellem en hård kamp mellem Erik Stephensen og Jørgen Flindt Pedersen. Erik Stephensen ville lave en intelligent tabloid, der kunne konkurrere direkte med BT og EB, mens Jørgen Flindt Pedersen ville lave en mere klassisk og eksperimenterende omnibusavis. Det endte med at Flindt-Pedersen vandt. Og det var en linje som jeg også fortsatte - og støttede. Jeg havde svært ved at se, hvorfor fagbevægelsen skulle udgive en tabloidavis. Det tror jeg både Ekstra Bladet og BT var bedre til.

*Der var tale om en stor geografisk spredning i læzerskaren, hvorfor bevægede avisen sig i retning af en Københavneravis*

Ja det er rigtigt at vores læsere var placeret meget spredt blandt andet i de store provinsbyer. Og der var nok også en tendens til at man i starten glemte at dække de dele af landet, men jeg synes det lykkedes for os at give det ny Aktuelt i 1997 en mere landsdækkende profil.

*Omkring 1995 begynder et strategiarbejde om en slags afløser for Det Fri Aktuelt?*

Situationen var den, at vi var klar over, at vi i længden ikke kunne fortsætte konceptet bag Det Fri Aktuelt på samme niveau, da oplaget vedblev med at falde. Det var en langstrakt proces, hvor vi arbejdede med tre overordnede løsningsmodeller. Den ene var en gratisavis. Den anden var en weekend- avis, og den sidste model var et mere nichepræget dagblad.

Vi arbejdede faktisk længe med en gratisavis lang tid før, at der var noget, som hed MetroXpress. Ideen var, at vi skulle lave en husstandsomdelt avis til samtlige medlemmer af LO's fagforeninger på

samme kvalitetsniveau som Det Fri Aktuelt. Ideen var på mange måder spændende, og ville give avisen en helt anden gennemslagskraft. Der ville også være tale om dækningsgrad for annoncerne, der ville slå alt på det tidspunkt. Desværre blev ideen forkastet, da den i første omgang ville koste ni mio. kr. ekstra i årligt tilskud. Det var egentlig ærgerligt set i betragtning af, at tilskuddet, hvis jeg husker rigtigt alligevel, var på 90 mio. om året. Men det har nok været de dyrekøbte erfaringer med Det Fri Aktuelt, som gjorde, at LO's ledelse ikke turde foretage en risikabel satsning.

Med weekend-avisen var det ideen, at lave en skarp og dagsordensættende weekendavis, der kunne konkurrere med Weekendavisen med en anden grundholdning. Denne idé forkastede vi dog efter, at en læserundersøgelse viste, at det ikke var noget som der var interesse.

Det endte med, at vi fortsatte som dagblad, men i en mere skarpt prioriteret form, hvor vi dækkede alt, men prioriterede vores egne samfundsorienterede historier, og jeg syntes, at vi lavede en sindssygt flot avis. Vi var de første, der lavede en avis i det såkaldte berlinerformat. Og jeg syntes, at når vi var bedst, så formåede vi at beskrive store samfundsemner tematisk og letlæseligt set ud fra både et livs- og systemverdensperspektiv. Der skete i det hele taget en styrkelse af samfunds- og arbejdsmarkedsdækningen. Rent kommercielt var vi også på forkant med markedet, da vi begyndte at tilbyde alternative annonceformater. Noget som ikke var set før.

*Fravælger man ikke den gamle målgruppe med den nye omlægning*

Der var sket det siden jeg startede på avisen var en stor del af den gamle målgruppen alligevel forsvundet, så det handlede om at sælge avisen som supplementavis til de samfundsinteresserede læsere, der først og fremmest skulle læse avisen som et korrektiv til den øvrige mediedækning. De gamle trofaste læsere var selvfølgelig velkomne til at holde avisen af politiske grunde, men vi ville med vores begrænsede ressourcer ikke længere tilbyde en total omnibusdækning. Problemet i forhold til de ældste af avisens læsere var, at de ikke holdt andre aviser.

*Det vil sige, at man først og fremmest havde Politikens læsere som målgruppe*

Ja, kort fortalt gik vi efter de af Politikens og tildels Informations læsere, der gerne ville have et mere socialdemokratisk alternativ.

*Hvorfor slog konceptet ikke an?*

Nu var jeg jo kun redaktør i en kort periode af den nye avis' levetid, men jo der var perioder, hvor konceptet ikke lykkedes, og det skyldes nok, at avisen i perioder kom til at blive for elitær og virkelighedsfjern. Derudover kom konceptet nok for tidligt. For det minder meget om det koncept, som Politiken har valgt. Læserne var ikke klar til en avis uden samme nyhedsdækning som i en omnibusavis. Og Internettet var heller ikke blevet et væsentligt nyhedsmedie.

*Et åbent spørgsmål omkring er, hvorfor man lukkede avisen i 2001, og ikke flere år før.*

Nu var jeg jo ikke tæt på selve processen på det tidspunkt. Der var jo tale om en række intriger mellem Kresten Schultz Jørgensen og Anders Jerichow. Schultz Jørgensen havde forsøgt at forhandle med Politiken alene og udleverede også abonnementslisten, og blev derfor fyret af bestyrelsen.

Derudover havde Jerichow heller ikke noget nært forhold til fagbevægelsen. Endelig var LO også i et vadested både som fagbevægelse og som medieejers. Tidsånden var imod projektet, og det var før, at man kunne benytte Internettet med den effekt som man kan i dag.

*I alle årene har der været diskussion om, hvorvidt avisen var udsat for en organiseret annonceboykot.*

Det er der ingen tvivl om har fundet sted. Jeg har endda fået det personligt at vide på møder med potentielle annoncører. Og jeg har endda også fået den helt klare besked, at det var ligegyldigt, hvor stort oplag jeg kom med, og hvor lav prisen var. Det var et rent politisk spørgsmål. Det er rigtigt nok, at vi som avis ikke havde de mest imponerende dækningsgrader, og de mest velhavende læsere, men i Det Fri Aktuelt-tiden var alligevel blandt landets store aviser.

*Kan du nævne nogen konkrete kunder?*

Ja Herman Salling sagde ligeud til et møde på vegne af hele Dansk Supermarked, at han af politiske årsager ikke ønskede, at hans virksomheder annoncerede i Aktuelt. Alle koncernens virksomheder havde ligeledes forbud mod at sælge avisen i løssalg. Derudover fik vi også samme besked, men knap så direkte fra Magasin og fra Daells Varehus. Og sidstnævnte ville i 1980 og begyndelsen af 1990'erne have haft et oplagt annoncemedium i Aktuelt.

*I alle årene var Aktuelt et omdiskuteret emne i LO-fagbevægelsen. Kan du tegne billeder af de forskellige forbunds holdninger til avisen.*

Grundlæggende kan man sige, at vi hele vejen igennem fik en meget loyal opbakning fra SID, som altid forsvarede avisen og dens redaktionelle uafhængighed udadtil selv om både Hardy Hansen og Poul Erik Skov Christensen ofte var uenige i linjen. Metal bakkede også op om avisen selv om de var mere uenige i spørgsmålet og den redaktionelle uafhængighed. Der var også fuld opbakning fra de mindre forbund LO-forbund som NNF og TIB. Den mest lunkne holdning kom fra HK og FOA, hvis formænd Jørgen Eiberg og Poul Winckler heller ikke benyttede deres bestyrelsesposter i A-Pressen særligt aktivt. Endeligt så var SL(socialpædagogerne) og PMF skeptiske, fordi de syntes, at avisen var for højreorienteret.