

Hej

Ert uppdrag att ta fram innovationsstöd till dagspressen är förstås en jätteutmaning men ur vår synpunkt som utgivare av små tidningar finns det några förslag vi tänkte kunde vara bra att känna till.

Behoven av innovationer är ju helt olika beroende på tidningarnas storlek.

**Lösnummer.** På 80- och 90-talen var ETC tidningarnas upplagor till hälften baserade på lösnummer. Detta upphörde på 2000-talet och idag är tidningarnas lösnummer några enstaka procent av upplagan.

Detta är ett stort problem då tidningar utan lösnummer har svårt att nå nya läsare och framförallt innebär det att tidningars nyhets/avslöjande demokratiska uppgift blir svårare att genomföra när en tidning inte syns publikt utanför den prenumererande kretsen.

Orsaken till det här är förändrade regler kring distributionen där regleringar tagits bort och där de stora ägarna av fra Tidsam skapat ett inlåsningsystem där deras egna titlar skyddas. För den enskilda handlaren är det också rationellt att inte sälja dagstidningar (förutom kvällspressen som ger annan kringförsäljning) då dagstidningarna ger handlaren 2 kr per exemplar medan en modetidning ger handlaren kanske 20 kr.

En billig tidning (vilket dagstidningen måste vara) har alltså svårt att sälja/bli uppskyldad i kiosker och varuhus, jmf med en dyr. (Ja, det är uppochnervända världen detta).

Lösnummer har idag för mindre tidningar ersatts av internetläsning. Några artiklar läggs ut för att sprida ledare, opinion och stora nyheter. Problemet med detta är att konverteringsgraden från gratis webbläsning, till betalande prenumerant är mycket låg. Jämfört med konvertering lösnummer till prenumerant skulle jag påstå att det inte ens är en tusendel. ETC har 200 000 webbläsare i veckan. Av dessa konverteras max 50 st per vecka till digital eller pappersprenumeration.

Det finns idag två system för att mota gratisläsande. Å ena sidan Readly och liknande system som ger en inkomst på 1-2 kr per läsare för ett förlag. De digitala upplagorna är dock små och förlaget tappar interaktiviteten med läsarna som är det digitalas stora fördel. Det andra systemet är App store på Apple och Google där en tidning kan säljas för 7-10 kr i lösnummer. Men detta är ett stort demokratiskt problem då leverantörerna å ena sidan godkänner det innehåll en tidning har (man har alltså en censurfunktion) och å andra sidan kräver kontroll över all statistik över läsarens beteende och val. Det blir en övervakning av läsarna som är politiskt oacceptabel för demokratin, men också affärsmässigt oacceptabel för en utgivare. Relationen läsare/tidning är en förtroenderelation som bygger på läsarens aktiva val. Distribution via appar blir en övervakning läsaren inte kan säga nej till.

Det jag därför föreslår är skapandet av ett betalsystem som är neutralt (ingen part har annan parts info) och med microbetalningar som låter läsare välja att köpa enstaka artiklar för någon krona eller ett helt nr för 10 kr utan stora avgifter. Systemet bör vara utgivareneutralt (som morgondistributionen via MTD) och öppen för alla tidningar med presstöd.

Ett sånt system hindrar inte tidningar att erbjuda gratis läsning av enstaka artiklar på Facebook eller webb, det är promotion, men det ger tidningar en enkel lösning för konvertering och finansiering av den digitala utvecklingen som kommer.

Hur ett sånt system ska se ut är inte svårt att diskutera fram, men det finns inget part som kan driva det (små tidningar är för små och svaga, stora tidningar har inget intresse av att

skapa system som sprider konkurrenter). Presstödsnämnden skulle kunna ha en mycket viktig roll här för att initiera ett sånt system.

Johan Ehrenberg  
ETC förlag  
box 4403  
102 68 Stockholm

[johan@etc.se](mailto:johan@etc.se)