

# En ja tak-ordning til reklamer vil have konsekvenser for danskernes adgang til nyheder om lokalområdet

En lang række lokalområder i Danmark dækkes i dag af en lokal ugeavis. Den lokale ugeavis bringes ud sammen med de husstandsdelte reklamer og indeholder nyheder om lokalsamfundet samt en række annoncer fra detailhandelen og andre virksomheder.

Erhvervsministeriet er ved at undersøge muligheden for at erstatte den nuværende nej tak-ordning, hvor danskere aktivt skal *afmelde* sig husstandsdelte reklamer, med en ja tak-ordning, hvor danskerne aktivt skal *tilmelde* sig husstandsdelte reklamer. Det forventes, at en ja tak-ordning vil føre til, at færre vil tilmelde sig modtagelsen af trykte reklamer, da det kræver en aktiv indsats. Færre modtagere vil gøre distributionen dyrere. Dette vil også påvirke lokalaviserne, fordi deres distribution er så tæt knyttet til distributionen af tilbudsaviserne. Mange lokalaviser er økonomisk pressede og det er ikke alle, der vil have råd til at betale mere for distributionen.

Dansk Erhverv har undersøgt, hvilken betydning de lokale ugeaviser har for danskernes adgang til nyheder og viden om aktiviteter i deres lokalområde. De lokale ugeaviser er for mange danskere deres foretrukne medie, når de skal have informationer om deres lokalområde, og derfor vil danskerne og lokalområderne også blive påvirket af en ja tak-ordning.

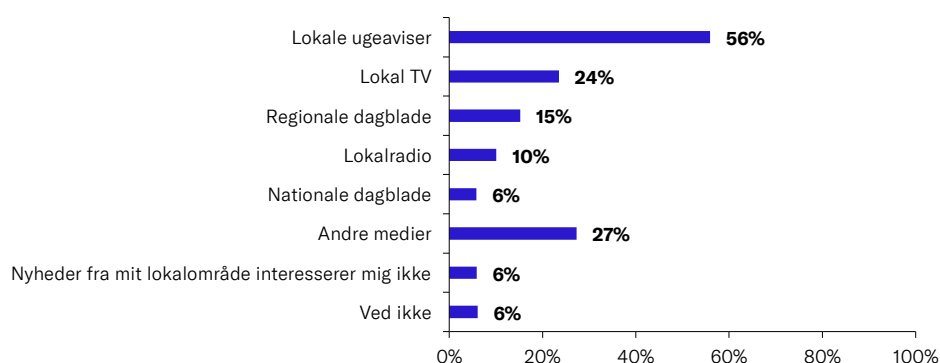
I analysen undersøges også regionale forskelle. 80 pct. af vestjyderne mener, at deres lokale ugeaviser giver dem unikke nyheder om deres lokalområde, 67 pct. af københavnere er enige mens kun 59 pct. af østjyderne mener, at deres lokale ugeavis giver dem et unikt overblik over nyheder i lokalområdet. Østjylland er til gengæld den landsdel, hvor lokal-TV fylder mest i forhold til at få informationer om lokalmiljøet.

Analysen viser dermed, at en ja tak-ordning for trykte reklamer vil have betydelige konsekvenser for danskernes adgang til lokalt nyhedsstof, da lokalaviserne, som vil trues af en ja tak-ordning, udfører en meget væsentlig opgave i at producere og formidle nyheder lokalt.

## Danskernes bruger deres lokale ugeavis, når de skal have informationer om lokalområdet

Den lokale ugeavis er danskernes foretrukne medie, når de skal have informationer om, hvad der sker i deres lokalområde. 56 pct., og dermed mere end halvdelen af danskerne, svarer, at den lokale ugeavis er deres foretrukne medie, når de skal finde oplysninger om, hvad der sker i deres lokalområde.

Figur 1: **Hvilke af følgende medier bruger du primært, når du vil vide, hvad der sker i dit lokalområde?**



**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, marts 2020.

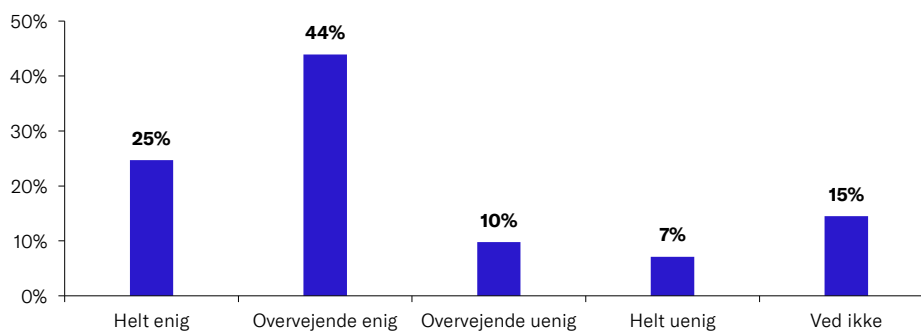
**Anm:** n = 1.009. Figuren summer ikke til 100 pct. da det har været muligt at angive flere svar.

Lokal-TV og regionale dagblade bliver brugt af henholdsvis en fjerdedel og en sjettedel af danskerne, når de skal orientere sig om deres lokalområde. 27 pct. af danskerne nævner også 'Andre medier' som en af deres primære medier. 'Andre medier' dækker eksempelvis over sociale medier og lignende.

## De lokale ugeaviser giver danskerne unikke nyheder

Over to tredjedele af danskerne mener, at de lokale ugeaviser giver dem et overblik over nyheder fra deres lokalområde, som de ikke kan finde andre steder. De lokale ugeaviser er danskernes primære medie, når de skal have informationer om deres lokalområde. Derfor vil en ja-tak-ordning have konsekvenser for danskernes adgang til nyheder om lokalområdet, hvilket vil være en trussel mod nærdemokratiet og sammenhængskraften i mange danske lokalsamfund.

Figur 2: **Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? "Lokale ugeaviser giver mig et overblik over nyheder fra lokalområdet, som jeg ikke kan få andre steder."**



**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, marts 2020.

**Anm:** n = 1.009.

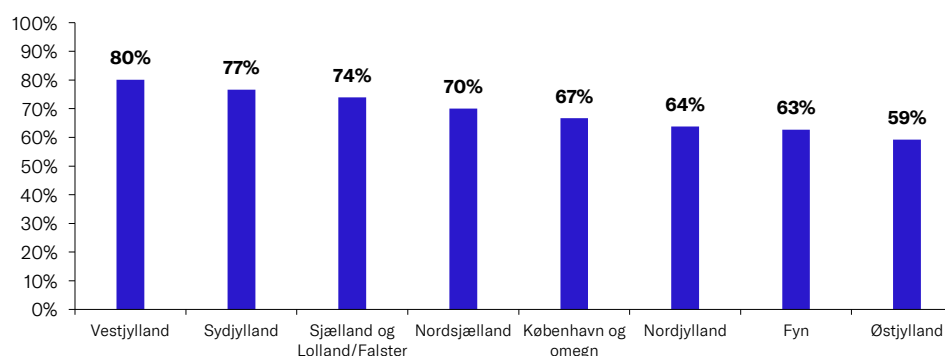
De to ovenstående figurer viser, at de lokale ugeaviser har deres berettigelse, da det er dem, størstedelen af danskerne bruger, når de skal have informationer om deres lokalområde. Derudover er de lokale ugeaviser også et medie, som giver borgerne unikke nyheder om deres lokalområde – nyheder som 69 pct. af danskerne mener, at de ikke kan få andre steder fra. Hvis man indfører en ja-tak-ordning, vil mange af disse lokale ugeaviser formentlig dreje nøglen om, hvilket vil skade nærdemokratiet og gøre det mindre attraktivt at bo i de mange, mindre danske lokalsamfund, som ikke har dags- og regionalpressens bevågenhed.

## Tydelige forskelle på tværs af de danske landsdele

Blandt borgerne i de otte danske landsdele varierer synet på de lokale ugeaviser meget. Især i Vestjylland er de lokale ugeaviser populære, her svarer 80 pct., at deres lokale ugeavis giver dem et overblik over nyheder i deres lokalområde, som de ikke kan få andre steder fra. Anderledes ser det ud i Østjylland og på Fyn, her svarer henholdsvis 59 pct. og 63 pct., at deres lokale ugeaviser giver dem unikke nyheder om deres lokalområde.

Figur 3 viser dermed, at der er store forskelle på tværs af de danske landsdele. Forskellene kan skyldes, hvilke andre medier borgerne har adgang til. For eksempel er det regionale dagblad Århus Stiftstidende meget udbredt i Østjylland og det samme er Fyens Stiftstidende på Fyn.

Figur 3: **Andel af borgere i de otte danske landsdele, som er helt- eller overvejende enige i, at deres lokale ugeavis giver dem et overblik over nyheder i lokalområdet, som de ikke kan få andre steder fra.**



**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, marts 2020.

**Anm:** n (Vestjylland) = 116, n (Syddjylland) = 107, n (Sjælland og Lolland/Falster) = 142, n (Nordsjælland) = 50, n (København og omegn) = 273, n (Nordjylland) = 91, n (Fyn) = 75, n (Østjylland) = 152.

Nedenstående tabel stiller skarpt på, hvilke andre medier danskerne bruger til at få informationer omkring deres lokalområde. Tabellen viser blandt andet, at den lokale ugeavis er mest populær i Nordsjælland og i Vest- og Syddjylland. Dette stemmer godt overens med billedet fra ovenstående figur, da de tre landsdele også er nogle af dem, som finder nyhederne fra de lokale ugeaviser mest unikke.

Tabel 2: **Hvilke af følgende medier bruger du primært, når du vil vide, hvad der sker i dit lokalområde?**

	Lokale ugeaviser	Lokal TV	Regionale dagblade	Lokalradio	Nationale dagblade	Andre medier
<b>Total</b>	<b>56%</b>	<b>24%</b>	<b>15%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>27%</b>
København og omegn	53%	22%	4%	4%	10%	25%
Nordsjælland	73%	14%	8%	2%	0%	32%
Sjælland og Lolland/Falster	60%	22%	16%	10%	4%	27%
Fyn	53%	21%	29%	8%	1%	29%
Sydjylland	64%	21%	31%	21%	4%	24%
Vestjylland	66%	24%	22%	14%	3%	27%
Østjylland	45%	31%	10%	12%	7%	31%
Nordjylland	47%	29%	21%	15%	8%	29%

**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, marts 2020.

**Anm:** n (København og omegn) = 273, n (Nordsjælland) = 50, n (Sjælland og Lolland/Falster) = 142, n (Fyn) = 75, n (Sydjylland) = 107, n (Vestjylland) = 116, n (Østjylland) = 152, n (Nordjylland) = 91. Tabellen summer ikke til 100 pct., da det har været muligt at angive flere svar.

Ovenstående tabel har dermed i samspil med figur 3 vist, at der er forskel på, hvilke medier danskerne bruger, når de skal have informationer og nyheder om deres lokalområde. Den lokale ugeavis er det primære medie i alle de danske landsdele, men flere steder er de skarpt forfulgt af blandt andet lokal-TV og de regionale dagblade. En indførelse af ja tak-ordningen vil ramme de danske landsdele forskelligt, men vil i alle dele af Danmark have betydning for borgerne og deres lokalsamfund.

**Om dette notat**

Arbejdet med analysenotatet er afsluttet den 29. april 2020.

**Om Dansk Erhvervs Analysenotater**

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

**Kontakt**

Henvendelser angående analysen kan ske til studentermedhjælper Isabel Brylov på [ibr@danskerhverv.dk](mailto:ibr@danskerhverv.dk) eller på tlf. 3374 6220.

Henvendelser vedr. ja tak-ordningen kan også ske til politisk konsulent Matthias Lumby Vesterdal på [mlv@danskerhverv.dk](mailto:mlv@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6761.