

- New York Time



PD-REBELLER: Henry Nilsen og Kjersti Stordalen var kreative og oppfinnsomme i jakten på både annonsører og abonnenter på 90-tallet.

I forhold til Porsgrunns Dagblad. Det sitatet klistra Henry Nilsen opp over lokalavisas stand på Handelsstevnet i 1985.

Charlotte Nagell
93066056
charlotte.nagell@pd.no

Inngangen på året hadde vært dramatisk for staben i Jernbanegata. Abonnementstallene var lave. Inntjeningen for dårlig. Alle de ansatte hadde mottatt oppsigelse i løpet av romjula. Det var ikke liv laga for lokalavisas for Porsgrunn og Bamble. Den skulle legges ned.

I hovedstaden var jappetida i full blomstring og forretnings-

mannen Trygve Hegnar en av de nye superkjendisene. Han ble tipset av sin tidligere studiekamerat Isak Rosenvold om at det var en lokalavis til salgs. Det hørtes gøy ut, tenkte Hegnar og slo til.

Samtidig satt økonom Henry Nilsen og var lite fornøyd med jobben som sjef for ISS i Telemark og Vestfold. Da Hegnar søkte etter disponent til PD, tok han sjansen og ble ansatt.

Mellomtittel

Og mens Bobbysocks lot det swinge og klatra til topps i Melodi Grand Prix, iverksatte det nye mannskapet tiltak for å gjenopplive avisa. Aller først ble abonnementsprisen satt ned til 66 kroner for et halvt år og 132 kroner for et helt år.

– Hegnar ga klar beskjed: Når avisa blir bedre, kan vi sette opp prisen, forteller Nilsen.

– Og folk kom løpende. Både på grunn av prisreduksjonen, kjendisstatusen og en ny profil som var langt tøffere. Av og til i hardeste laget for en småby. Vi behandla ikke alltid folk like pent. En advokat uttalte at New York Times bare var blåbær i forhold til Porsgrunns Dagblad. Det brukte vi selvfølgelig for alt det var verd og limte det på isopor over standen vår på Handelsstevnet, smiler han.

Først digital

Porsgrunns Dagblad sopte inn nye abonnenter. Etter hvert hadde opplaget økt med hundre prosent, og prisene var justert til et normalt nivå.

I 1989 kunne Nilsen og daværende redaktør Are Stokstad konstatere at PD var den desidert største og dominerende avisa i Porsgrunn og Bamble. Hver dag ble avisa lest av 26.000 mennesker i de to kommunene. Det tilsvarte 69 prosent av alle over 13 år.

– Da var vi på høyden, gliser Nilsen.

– Og vi hadde brukbare resultater i mange år. Hegnar var styreleder og fulgte med. Han deltok ikke så aktivt i driften, men var det noe, så måtte det inn til han. I '91 var PD den første avisa i landet som innførte heldigital ombrekking. Det innebar en investering på 1,2 millioner. Vi måtte få tillatelse av Hegnar og sendte inn en faks med ønsker og kostnadseffekt,

det vil si en besparelse av to eller tre årsverk. Svaret var: OK! T.H. Da hadde vi det gøy.

Personlig kontakt

Det smeller i inngangsdøra. – Hallo! roper en stemme fra gangen.

Kjersti Stordalen forserer trappa med kjappe steg. Hun er gift med Nilsen og markedssjef i Odd. Før det var hun ansatt i samme stilling i PD.

– Kjersti begynte i avisa 8. november 1993, slår Nilsen fast.

– Jeg hadde et overordna ansvar for annonser og abonnement, men jobba mest med opplag, forklarer Stordalen.

– Hver dag kjørte jeg ut lister med navn på de som ikke hadde betalt etter purring. Det kunne

is er bare blåbær



– Det ble god kjemi mellom dere to også?

De veksler et blikk over kjøkenbordet.

– Hun forførte sjefen! spøker Henry.

– Nei, det gjorde jeg ikke! Det skjedde veldig fort, men var ikke planlagt, svarer Kjersti.

– Vi hadde kjent hverandre i flere år. Så oppstod det søt musikk, og nå har vi vært kjærester i 21 år snart og gift siden 1997, smiler Henry.

Sprø kampanje

Avisa fortsatte å kjøre på kampanjer. Den største suksessen kom med en månedens gratis prøveabonnement hvor 30 prosent fortsatte i etterkant. PD-torvet ble også en magnet. Der kunne privatpersoner sette inn gratis rubrikkannonser hver tirsdag. Den gang eksisterte verken Facebook eller Finn.no, men ved hjelp av en kupong, original og klippet ut fra avisa vel og merke, kunne man få noen linjer på trykk. Det var opp til fire sider med godt lesestoff, som førte til at løssalget ble tredoblet om tirsdagene.

– Men jeg husker også en grusom kampanje som jeg hadde fått idé til på et avismøte, sier Stordalen.

– Så overtalte jeg deg og Erik Enger litt kjøpt. Den innebar at vi slo opp at markedssjef Kjersti Stordalen var forsvunnet med henvisning til siste nytt. Der fikk leserne tilbud på abonnement, og det var også et bilde av uengene som spiste så mye godteri de ville for mutter'n var jo borte.

– Den var over fire sider, tilføyer Nilsen.

– Det var jo et stunt, men folk ble bekymra og ringte inn for de lurte på hvor jeg var blitt av. Det var like før barnevernet kom inn i bildet. Gud, det var fælt!

– Vi gjorde så mye rart, sier Nilsen.

– Kreativt heter det, avbryter Stordalen.

– At vi ikke fikk være med i det gode selskap. Norske Aversers Landsforening, som heter Mediebedriftenes Landsforening i dag, ville ikke ha oss som medlem. Vi hadde for lav abonnementspris. Det mente de var juks. Dessuten trykte vi gratisaviser i trykkeriet for å tjene penger. Og vi hadde fulldistribusjoner. Det var ikke lov.

– Dere var litt rebelske?

– Ja, og det elsket Hegnar. Han hadde ikke sansen for konkurransehemmende regler. Det skulle være fritt marked, sier Stordalen.

Kjøpte billig

Men i 1995 hadde Hegnar gått litt lei av Porsgrunn. Han hadde nok med hjertebarne Finansavisen og Kapital.

– Så jeg kjøpte PD av han, sier Nilsen.

– Hvor mye kosta avisa?



SOLGT TIL A-PRESSEN: Henry Nilsen (t.v.) solgte i 1999 Porsgrunns Dagblad til A-Pressen. Her informerer konsernets representant, Are Stokstad, de ansatte om kjøpet. Erik Enger og Jørn Skogen følger konsentrert med.

– Den var billig, svarer han kort.

– Var det ikke én krone? spør Stordalen.

– Nei, men den var billig, smiler Nilsen.

– Jeg hadde jo jobba lojalt for Hegnar i ni år. Det var en periode tidlig på 90-tallet hvor en gruppe ville ha meg ut. De reiste mannsterke inn til Hegnar og sa sin hjertens mening om Henry Nilsen. Han har min fulle tillit, svarte Hegnar. Om dere ikke kan forholde dere til ham, så får dere finne dere noe annet å gjøre. Ha det! Sånn skal en god sjef være.

Riktig tidspunkt

Pressa i PD-huset fortsatte å spy ut aviser som før. 7000 på halvtimen. De ble pakka i bunker og kjørt ut til buda som akkurat var ferdige på skolen. Avisa skulle ligge i postkassa rykende fersk når folk kom fra jobb klokka fire. På det meste var det 140 skoleungdommer som gikk med PD. På sommeren fikk de sitt «julebord» og ble bussa til Sommarland i Bø.

En dag i 1999 banka Are Stokstad og A-pressen, nå Amedia, plutselig på døra. Nilsen hadde da kjøpt 80 prosent av aksjene i Jarsberg Avis for en femkroning. Nå ville konsernet kjøpe begge avisene.

– Jeg hadde ikke tenkt tanken, men begynte å tenke den og hadde gode rådgivere. Det var riktig å selge på det tidspunktet, både for PD og meg. Jeg ville ikke klart å holde liv i avisa i så mange år. Det var en transformasjonstid. Alt av annonsekunder ble kjeder. Flatland Mat på Heistad annonserte for 100.000 kroner i året. De ble del av Rimi som kjøpte annonser for kroner null.

– Sånn var det hele veien, smetter Stordalen inn.

– Dessuten begynte trykkeriet

å bli modent. Det var en lykke at det ble Amedia. Det var helt riktig for PD, understreker Nilsen.

Finne løsninger

Stordalen ble værende i PD til 2002. Da meldte hun overgang til Odd.

Nilsen er i dag leder for Norsk Opplagskontroll (NOK) og har som hovedoppgave å kontrollere og godkjenne opplag for samtlige norske abonnementsaviser. I tillegg kontrollerer NOK titler for vel 70 norske magasiner og ukeblader.

I 2009 ble han tildelt Landslaget for lokalaviser (LLA) sin hederspris for innsatsen i norsk avisbransje. I begrunnelsen heter det at «Nilsen har i mange år i forskjellige roller og verv alltid vist ekte entusiasme og omtanke for lokalavisene. Han har vært alt fra gründer, foddshjelper, redningsmann og mest av alt rådgiver for en rekke lokalaviser. Han har vært både ansatt og eier og var i en

periode et aktivt og konstruktiv styremedlem i LLA. I sin nåværende rolle som daglig leder av Norsk Opplagskontroll AS, utfører Henry kontrollen på en forbillig måte».

– Forbillig, gjentar Nilsen.

– Er ikke det et fint ord? smiler han.

– I dag er opplagsutviklingen en utfordring for aviser som Porsgrunns Dagblad, men avisene har én unik verdi, og det er journalistikken. Og så driver man og gir den bort gratis på internett? Man må finne betalingsløsninger. Hvis ikke, hvem skal da betale lønna? Jeg har trua på journalistikken, og den beste er organisert i avis- og mediehush med gode redaktører.

– Det er snart 30 år siden PD skulle avgå ved døden, men det skjedde ikke likevel.

– Så hvorfor skal det skje nå? Kan den ikke leve i 30 år til? Det avhenger av journalistikken og folks vilje til å lese avisa, avslutter Nilsen.



HØYE LESERTALL I 1989: Disponent Henry Nilsen og redaktør Are Stokstad kunne smilende konstantere at Porsgrunns Dagblad var den dominerende avisa i distriktet.

være alt fra to til 25 personer. Den gang var det bare fasttelefon, og derfor måtte jeg bruke ettermiddagen til å ringe dem.

– En abonnent fikk ikke lov til å stoppe avisa før Kjersti hadde snakka med dem, understreker Nilsen.

– Det er sant, og dermed fikk jeg en prat med alle sånn at de kunne komme med tilbakemeldinger. For eksempel at vi ikke hadde vært og dekket et turstevne eller at budet hadde putta avisa i feil postkassa flere ganger. Da retta vi opp det, forklarer hun.

– Det var også noen som fikk regninga og fant ut at de ikke hadde nok penger den måneden. Da kunne Kjersti foreslå å dele den i to.

– På den måten fikk jeg personlig kontakt med leserne, og vi fikk mange nye saker. Jeg kunne bare notere og levere til redaksjonen.