



Dagbladets nylig avgåtte sjefredaktør, Thor Gjermund Eriksen (39), bruker tid på familie, trening og lesning, men han har ikke tenkt å sitte i i ro lenge. Medieverdenen er full av utfordringer, og Eriksen akter å være med videre.

LEDELSE. Thor Gjermund Eriksen kan godt tenke seg en ny jobb innen mediebransjen. Den rivende utviklingen gjør bransjen til Norges mest interessante. Den nylig avgåtte redaktøren i Dagbladet er ikke blitt skremt av presset. Han vil heller se fremover enn dvelle ved fortiden.

AV SJUR O. ANDA
sjur@momedia.no

- Jeg anser ikke at Dagbladet spiser redaktører. Du finner derimot en lojalitet og et engasjement for avisen som du ikke ser andre steder. Denne kulturen har både sterke og svake sider. Endringer blir tyngre når folk er sterkt knyttet til bedriften. Det er klart at det har stormet av og til, og vi skal vokte oss for å ha en kultur som spiller ut alle uenigheter utad, sier **Thor Gjermund Eriksen**, som er veldig tydelig på at det var en nødvendig omstillingsprosess som Dagbladet måtte gjennomføre.

De fleste har bare godt å si om den avgåtte redaktøren, og selv vil han heller ikke dele ut noen verbale spark. Isteden snakker han om kompetente og kreative mennesker som er glad i sin avis. Det er blitt hevdet at det sitter en sutrekultur i veggene i Akersgaten 49, men Eriksen hever seg over dette.

- Hvis det er sutring og en røykeromskultur, får det bare konsekvenser i den grad lederne bryr seg om det, sier Eriksen. Selv har han vært 11 år i Dagbladet, åtte av disse i ulike lederstillinger, de tre siste som sjefredaktør.

- Jeg har hatt veldig fine år i Dagbladet. Jobben som sjefredaktør var veldig spennende, og en må nok være litt sprø, både når en tar en slik jobb og når en går av, sier Eriksen, som flirer litt for seg selv når alle vil ha det til at han har vært der så kort tid.

- Det er ikke en helt unormal handling å slutte i en jobb.

Eriksen bestemte seg for å slutte på nyåret og tok det opp med eierne. Det er ikke noen enkeltsak som ligger bak.

- Det var en samlet vurdering.

Som sjefredaktør må du være offensiv og 100 prosent motivert. Det var riktig tidspunkt, både for Dagbladet og meg.

Hvordan har du det?

- Jeg har det bra. En slik beslutning kommer overraskende på alle andre enn en selv. Det var gjennomtenkt og planlagt. Avgangen får et mer dramatisk skjær enn nødvendig, fordi den kommer overraskende, sier Eriksen, som har brukt tiden siden avgangen på familien.

Han har fått tid til mer trening og lesning. En tur til Matterhorn for å stå på ski blir det også tid til.

Hvordan er det å være toppleder innen medier?

- Det er en veldig krevende og spennende tid vi er inne i. Ingen kunne for fem år siden spå om utviklingen frem til i dag. Ikke engang min gode kollega, Torry Peder-

” **Medielandskapet kommer til å forandre seg mye, og jeg kunne godt tenke meg å være med på å påvirke på en eller annen måte.**

Thor Gjermund Eriksen

sen, var optimistisk nok til å forutse det som har skjedd. Jeg vil påstå at endringene i mediebruken de siste fire til fem årene er større enn de 100 årene før dette. Som leder må du ha overblikk og følge med på hva leserne gjør. Det gjelder å sitte frempå stolen.

- De fleste avisene har holdt fast ved toledersmodellen, noe som jeg mener er hensiktsmessig mange ste-

esset skremmer ikke



FOTO: SVEINUNG UDDU YSTAD

der. Samtidig har rollen som sjefredaktør endret seg mye. Du har helt andre oppgaver i dag enn for ti år siden. Det gjelder å følge med på den teknologiske utviklingen og ting som merkevarebygging og posisjonering i forhold til konkurrenter.

- Midt i dette skal du ivareta og utvikle de journalistiske kvalitene. Journalistikken må tilpasses og distribueres, slik at den når leserne uavhengig av teknisk plattform, sier Eriksen. Mens det før var tette skott mellom redaksjon og administrasjon, kreves det mye mer samarbeid i dag.

De nye mediene er en utfordring for bransjen. Avisopplaget går ned, men det totale antall lesere går opp. Eksdagbladsjefen er optimistisk på journalistikkens vegne.

- Avisene vil fortsatt ha en sterk posisjon, men veksten kommer på de digitale mediene. Norge er unikt her. Ikke i noe annet land har de etablerte mediene klart å bli såpass store på nett. Det gjelder å se sammenheng mellom de ulike distribusjonsmetodene og tilpasse journalistikken ut fra dette. Den nye teknikken gir oss mulighet til å

nå flere lesere og seere med godt innhold.

- Som sjefredaktør må du ha en journalistisk og publisistisk tanke og interesse i bunnen. Det gjelder å være ekstremt opptatt av leserne og seerne. Det nytter ikke å se for mye bakover. Utnytt og grip de nye mulighetene som kommer, sier Eriksen.

Hvorfor er det så vanskelig å rekruttere ledere til bransjen?

- Jeg er ikke helt enig i at det er sånn. Det er mange flinke folk å velge blant, men vi er kanskje litt for snevre når vi rekrutterer. Det finnes mange gode folk med verdifull erfaring fra andre bransjer. Jeg tror et større mangfold hadde bragt oss fremover. Hvis en ønsker et større utvalg, bør en se litt bredere, sier Eriksen, men påpeker at han ikke tror at en kan lede alt mulig.

- Det er selvsagt ikke det samme som skal til for å drive Norske Skog som Dagbladet, selv om det av og til har sett slik ut det siste året, sier Eriksen.

Hva er du mest fornøyd med etter tiden i Dagbladet?

- Omstillingen i fjor danner grunnlag for journalistisk fornyelse og vekst. På dette fundamentet kan Dagbladet bygge videre. Jeg ser nå at konkurrenter kommer etter og gjør lignende grep. Samtidig har vi hatt en enorm produktutvikling, både med bilag og i hovedavisen. Vi har våget å være dristige og utviklet nye produkter. En avis må ha en kjerne i bunn, men kravet til tempo i slike utviklingsprosesser kommer bare til å øke, sier Eriksen, som igjen benytter anledningen til å lovprise sine medarbeidere.

- Jeg hadde veldig kompetente ledere og medarbeidere rundt meg. I den grad jeg har fått påvirke utviklingen, er jeg veldig fornøyd med det. Sett i ettertid skulle vi vært flinkere til å avslutte omstillingen. Vi hadde trengt beslutninger som hjalp redaksjonen og hele huset til å skifte fokus og komme videre.

Hvordan var det å se at opplaget gikk ned?

- Jeg er selvfølgelig ikke fornøyd med det og skulle ønske vi gjorde det bedre. Samtidig er vi inne i en sterk strukturell endring. Å tro at

det ikke skulle påvirke opplaget ville være naivt. Hva som skjer fremover, vet vi ikke, men Dagbladet må ha som mål å være sterke i det avismarkedet som er, sier Eriksen.

- Selvsagt er opplagsutviklingen en krevende og stor utfordring. Opplaget er selvsagt heller ikke underlagt noen naturlov. Men man kan påvirke det gjennom forbedringer og god journalistikk.

- Men av og til opplever jeg at vi avisfolk går inn i en kollektiv opplagsdepping. Det kan være farlig fordi det gjør oss mindre i stand til å være offensive på andre måter, sier Eriksen.

Hva skal du gjøre fremover?

- Nå skal jeg bruke litt tid til å tenke meg om. Mediebransjen er veldig spennende. Vi kommer til å se store endringer, både teknologisk og når det gjelder medievaner. Utfordringen blir å utvikle det journalistiske, slik at vi når folk på de ulike plattformene. Medielandskapet kommer til å forandre seg mye, og jeg kunne godt tenke meg å være med på å påvirke på en eller annen måte.