

00
20

Altinget

00
20

Kolofon

Folkene bag jubilæumsbogen

UDGIVER

Rasmus Nielsen

ANSVARSHAVENDE CHEFREDAKTØR

Jakob Nielsen

REDAKTØR

Christian Juhl Mølgaard

DESIGN OG KONCEPT

Annemarie Nordlyng

KORREKTUR

Maria Bierbaum Oehlenschläger

TRYK

Specialtrykkeriet Arco

SKRIBENTER

Anne Justesen

Christian Juhl Mølgaard

Christian Steensson Rasmussen

Erik Holstein

Iza Havelund Krøyer

Jakob Nielsen, chefredaktør

Jakob Nielsen, datalog

Kasper Kaasgaard

Line Rønn Tofte

Lisbeth Knudsen

Maja Hagedorn

Morten Okkels

Rasmus Nielsen

RESEARCH

Simon Friis Date

FOTO

Arthur J. Cammelbeeck

Bjarne Stæhr

Carsten Lundager

Jens Hartmann Schmidt/Ritzau Scanpix

Mads Claus Rasmussen/Ritzau Scanpix

Niels Ahlmann Olesen/Ritzau Scanpix

Pelle Rink

Rasmus Flindt Pedersen

Rasmus Nielsens private samling

Toke Gade Crone Kristiansen

ALTINGET

Ny Kongensgade 10

1472 København K

Tlf. 33 34 35 40

adm@altinget.dk

ISBN NR.

978-87-990530-1-8

Indhold

Side **06**

Forord

Side **08**

Altinget i billeder

Side **34**

Kap. 01 → Altinget gennem 20 år

Side **94**

Kap. 02 → Altingets journalistik

Side **106**

Kap. 03 → Koncernen

Side **130**

Kap. 04 → Dansk politik 2000-2020

Side **152**

Kap. 05 → Samfundsudviklingen i Danmark 2000-2020

Side **170**

Kap. 06 → Medicudviklingen 2000-2020

Side **190**

Kap. 07 → Altingets Hvem Hvad Hvor

Side **206**

Kap. 08 → Efterord

Side **210**

Rasmus Nielsen

Side **226**

Embedsværftet



Forord

Er 20 år et jubilæum? Ja da, især hvis man siden bliver 100 år – og det er tanken. De første to-tre år er de helt afgørende overlevelsår for en nystartet virksomhed, og hér ved de første 20 år er den kollektive hukommelse intakt. Derfor skal historien om Altingets fødsel, barndom og opvækst skrives og udgives nu. Til alle vores mange abonnenter, annoncører og kilder. Det danske samfund.

De 20 år kan opdeles i tre faser: 2000-2003 var de svære, afgørende startår. En mand med en svær idé, som de sagde på gangene. 2004-2014 de stabile udviklingsår, og 2015-2019 de vilde vækstår med fem gazellepriser i træk. Vores taglines gennem årene: ”alting om politik, altid”, ”alt om politik”, ”mest om politik” og ”fra behov til lov”.

Altinget.dk er min publicistiske idé til gavn for folkestyret. Vi tjener penge for at udkomme. Vi har fra starten med borger-til-Borgen-princippet ønsket at bringe befolkningen tættere på Christiansborg og EU. Det sker med uvildig, neutral journalistik af den ægte, kuraterede art. Hvor vi går efter sagpolitikken og dens bold fremfor manden. Vi er lige så blå, som vi er røde – holdningsløst vedkommende. År efter år anfører blot tre-fire procent i brugerundersøgelser, at vi er røde, og præcist lige så mange, at vores dækning er blå. Over 80 procent fastslår: Vi oplever jer som uafhængige og neutrale. Dét er vores vigtige kapital. Den kritiske, uvildige og neutrale journalistik. Troværdigheden. Prisbelønnet privat public service.

Ikke at alt er lige godt. Politikerlede og sofavælgere? Nej tak. Respekt for arbejdsomme og grundige folkevalgte og høj valgprocent? Ja tak. Konspirationsteori og processtigmatisering? Nej tak. Fremme det nye, underbyggede argument på hvert fagpolitisk område og EU? Ja tak. Fake news og sociale medier, hvor individet selv er produktet? Nej tak. Uvildig publicisme i henhold til medieansvarsloven og med klageadgang til Pressenævnet? Ja tak. Gigantisk europæisk skatterabat til de største og sort arbejde? Nej tak. Samfundsansvar og overenskomster? Ja tak. Justitsmord eller snigende korrupsion? Nej. Bryde den sociale arv for lige muligheder for alle? Ja. Lovreligioner, manglende religionskritik og kvindeundertrykkelse? Nej. Privat religionsudøvelse for egne midler? Fint nok.

For at understøtte udgivergrundlaget har vi i 16 af de 20 forgange år uddelt Ting-Prisen ”til en dansk politiker med

særlig evne at kommunikere sin politik, så Christiansborg eller EU kommer tættere på vælgerne”. Er politikerne da vores helte? Nej, men vi medvirker ikke gerne til politikerlede. Vi støtter grundlovens tanke om det repræsentative demokrati. Folkestyre, den evige strøm mellem den lovgivende og udøvende magt, er vand på Altingets evige mølle. Er der et folketingsudvalg, der kontrollerer et ministerium, er der også en fagportal fra os.

”Hvor længe har du så været ansat, og ved du, hvor gammelt Altinget er”, bliver jeg gerne spurgt i elevatoren af et nyt ansigt. Stor er overraskelsen over, at vi er 20 år. Klart nok. De første år gik vi under radaren. Iværksætterier er som en raket. Den står først stille og bevæger sig så kun langsomt ved egen energiudladning. Flere og flere får øjnene op for os og modtager et af vores nyhedsbreve, som vi sender mere end 200.000 ud af dagligt. Nu er vi i fast kredsløb om Slotsholmen.

Jubilæumsbogen blev ganske naturligt lagt i hænderne på vores mangeårige arkiv- og researchchef Christian J. Mølgaard, der selv er historiker og har arbejdet i Altinget over halvdelen af vores levetid – og en tredjedel af sin egen. Christian repræsenterer den soliditet og grundighed, vi gerne vil kendes for. Dertil skriver han selv godt og har overblik, herunder blik for det visuelle. Bogens indhold og inviterede forfattere gav sig selv. Et mediehus har de skribenter, der skal til. Vi sætter jubilaren i en nødvendig, større sammenhæng: Hvad skete der med dansk politik, med Europa og med den internationale medieudvikling i de 20 år?

Onlinejournalistik er breaking på sekundet, som når en udenrigsminister melder til Altinget, at han går som parti-formand. Det er baggrund og analyse, måske endda i form af lyd som podcasten ”Parlamentet”. Altinget – gør dig klog. Nu også som bog. Orientér dig i historien bag det medie, som gerne nu og i fremtiden skal være din stabile, ordentlige og troværdige nyheds- og baggrundskilde til at forstå dansk politik og Danmark i EU. Sæt så gerne bogen på hylden – hvis den gør sig fortjent til det – i forventningen om at den får en sidekammerat i 2040.

Tak til grundlovens ytringsfrihed, Folketinget og Kulturministeriet, til abonnenter, annoncører og kilder, til internettet og til medarbejderne gennem alle årene, for at det lod sig gøre. At få humlebien til at flyve i 20 år. A

Foto

*Bjarne Stæhr,
Arthur Cammelbeeck,
Carsten Lundager
og Toke Kristiansen*

Mere end tusind ord. Fra de ganske få ildsjæle på kontoret alleryderst på Ridebanen til de mange i det store, veletablerede mediehus. Altinget er vokset, og du kan nu møde os på såvel skrift som lyd. Og fysisk i festligt lag, gennem netværk og konferencer, i vores gård og på hotellet.

Altinget i billeder



← Efter en urealiseret idé af fotografen Marianne Grøndahl (1938-2012) tager Bjarne Stær hvert år dette pragtfulde foto til Altinget ved Folketingets åbning den første tirsdag i oktober. Det er kun fem-ti sekunder årligt, at det lader sig gøre at få omtrent øjenkontakt med de fleste folketingsmedlemmer på én gang. Her er hele folkestyret samlet: Folketinget, regeringen, kongefamilien, medierne og offentligheden.



Folketingsvalget 2019 er udskrevet, og journalisterne mødes ved forsideredaktionens bord til briefing. Fra venstre: nyhedsredaktør Kasper Frandsen, podcastredaktør Henrik Axel Buchter, sundhedsredaktør Signe Løntoft, politisk analytiker Erik Holstein og forsidesjournalist Emma Qvirin Holst.



Altingets medarbejdere samlet til morgenmøde på Christiansborg-kontoret i sommeren 2001. Anledningen er Søndagsavisens dækning af Altingets nye, spændende projekt, Kend din Kandidat.





← Under stor dramatik forlod SF hovedkvalds Helle Thorning-Schmidts regering i slutningen af januar 2014. Altingets politiske analytiker, Erik Holstein, og journalist Morten Øyen interviewer her statsministeren efter dannelsen af den nye SR-regering.



Altinget har siden 2004 hvert år uddelt Ting-Prisen. Der var en kort og en lidt længere begrundelse, da prisen i 2018 gik til EU-kommissær Margrethe Vestager. Den korte lød: "Sådan er det jo!" Den lidt længere var, at Vestager simpelthen var umulig at komme udenom, når man skulle uddele en pris for "at kommunikere sin politik, så Christiansborg eller EU kommer tættere på vælgerne", som det hedder i fundatsen.



Kunstneren bag Ting-Prisen er Hans Pauli Olsen. Født i 1957 på Færøerne, uddannet på Kunstakademiet. I sit københavnske atelier former han livagtige figurer intuitivt med sine hænder, som afsætter tydelige spor i leret. Herunder også Ting-Prisen, der skal ses i rette perspektiv. Opretstående er den en uformelig masse, men lægger man den ned, afslører den sit sande budskab. Det handler om at tale og lytte. Om samtalen.





← Hver måned sniger Altingets sundhedspolitiske analytiker, Ole Toft, sig ind i lydstudiets mørke for at granske de vigtigste politiske sager på sundhedsområdet i podcasten 'Politisk Stuegang'. Her er det med gæsterne KL-direktør Christian Harsløf og professor Torben Mogensen.



Siden efteråret 2017 er Altingets magasin udkommet månedligt under redaktør Esben Schjørrings erfarne og kyndige lederskab. Standarden er høj, kvaliteten imponerende, og selvom det efterhånden næsten burde være umuligt, bliver magasinet kun bedre og bedre for hvert nummer. Her er arbejdet i gang hos designchef Annemarie Nordlyng og redaktør Esben Schjørring.





← Statsminister Lars Løkke Rasmussen, formand for Socialdemokratiet Mette Frederiksen, forhenværende statsminister Helle Thorning-Schmidt og mange andre prominente folk var blandt talerne, da Altinget og Mandag Morgen i foråret 2019 for første gang bød velkommen til konferencen Arena Summit i Tivoli.



I 2014 købte Rasmus Nielsen de forfaldne bygninger, der engang udgjorde det hæderkronede Grønbechs Hotel. Siden er bygningerne blevet nænsomt renoveret, hotellet er genopstået, og i dag fremstår det lyst, afslappet, hyggeligt og hjemligt. Det er indrettet som Danmarks eneste politiske hotel, hvilket også tydeligt mærkes, når politikere, lobbyister, journalister og interesseorganisationer årligt gæster den lille havneby Allinge.



Forhenværende statsminister Helle Thorning-Schmidt i et åbent interview med Altingets chefredaktør, Jakob Nielsen, ved Folkemødet 2018. Med erfaringerne i forhold til at samarbejde med Radikale i frisk erindring kunne Thorning kun bakke fuldt og helt op om Mette Frederiksens beslutning om at udelukke partiet fra en eventuelt kommende rød regering.





←
“Hvem vinder valget?”
Altingets nyistandsatte
gård dannede under
valgkampen i foråret
2019 rammen om
talrige debatarrange-
menter og vælgermø-
der. På scenen under
storskærmen er her
den veloplagte mode-
rator, Simon Kratholm
Ankjærgaard, i samtale
med Altingets maga-
sinredaktør, Esben
Schjørring.



Et muntert gangmøde på Grønbechs. Under Folkemødet i 2018 boede de forhenværende socialdemokratiske statsministre Poul Nyrup Rasmussen og Helle Thorning-Schmidt dør om dør på Danmarks politiske hotel. Naturligvis boede de på det værelse, der bærer deres eget navn.



Legendernes tid er ikke forbi. For første gang siden 1991 besøgte forhenværende statsminister Poul Schlüter i sensommeren 2018 endnu en gang Bornholm. Her gæstede han vores smukke hotel i Allinge, hvor han naturligvis overnattede i Schlüter-værelset.





← Altinget og Mandag Morgens medarbejdere i flok og rad samlet i Altingets gård ved sommerfesten 2019.



“Mere end nogensinde er der behov for seriøse medier, der sikrer samfundets nøglepersoner et troværdigt og overskueligt indblik i hverdagens udfordringer og muligheder. Den opgave har både Altinget og Mandag Morgen varetaget flot gennem en lang årrække. Nu tager vi så næste logiske skridt, nemlig at forene virksomhedernes kompetencer og sikre, at netop den form for journalistik og samfundsanalyse bliver markant forstærket.” Med de ord overlod Erik Rasmussen i december 2016 sit livsværk i Rasmus Nielsens varetægt.



”En sjælden gang imellem er det let: Man får sit førstevalg igennem. Per Mikael er med sine internationale kompetencer og erfaringer i forretning og publicisme det indlysende valg for os, og vi er stolte over, at vi som mindre virksomhed kan tiltrække en kapacitet som ham,” sagde en fornøjet ejerleder i foråret 2015. Bemærk News-helikopteren.



Kap. 01

Altinget gennem 20 år

Af *Christian Jubl Mølgaard*
og *Rasmus Nielsen*

Altingets første tyve år er en treakters iværksætterfortælling om et lille digitalt medie, reelt en stædig enmandshær, der trodsede alle varsler og med nød og næppe smøg sig udenom fallittens afgrund og endte som en anerkendt medievirksomhed i vækst og fortsat fremgang.

Det umuliges kunst

Altinget.dk – en historie om succes mod alle odds

“**H**vorfor laver du så meget tv, når internettet er opfundet?” Måske var det i bund og grund dette ene spørgsmål fra Jakob Nielsen til broren Rasmus, der antændte gnisten til det hele? En mediemæssig åbenbaring? Spørgsmålet i sin enkelhed skærpede under alle omstændigheder Rasmus Niensens bevidsthed om den nye teknologiske tidsalders muligheder. I realiteten vidste den erfarne tv-journalist meget lidt om, hvad det egentlig var, storebroren beskæftigede sig med i starten af halvfemserne. Jakob Nielsen var som uddannet it-designer fra Aarhus Universitet i 1990 emigreret til USA og havde slået sig ned ved Silicon Valley med sin danske hustru. På stribe udgav han værker om *hypertext*, *web usability*, *hypermedia*, *user interfaces*. Sære termer, som Rasmus Nielsen nok kunne regne ud, havde noget med computere at gøre. Storebrorens stjerne i det forjættede land steg støt, som årene gik, og Jakob Nielsen blev efterhånden kendt i vide kredse som et af de mennesker i verden, der forstod den nye internetteknologi og hjemmesiders funktion bedst. En sand webguru. Især skabte han sig et navn på at prædike enkelhed i en periode, hvor alle havde ustyrligt travlt med at overfylde hjemmesider med alle tænkelige funktioner, farver og formater, blot fordi muligheden bød sig.

Selvom det sommetider glippede, hørte familien i Danmark som regel fra Jakob Nielsen ved juletid. Sædvanligvis ringede han juleaften dansk tid, mens familien sad i juletræslysenes skær. En jul fortalte han sin lillebror, at han havde købt julegåsen online. Det var første gang, Rasmus Nielsen overhovedet hørte om begrebet internet, og han troede følgende, at internettet var “sådan noget med nogen, der leverede gæs”.

Fra 1994 arbejdede Rasmus Nielsen på Christiansborg for TV 2-regionerne. Her sneget det nymodens fænomen sig med tiden også langsomt ind gennem alle sprækker. Til hans nagende frustration. Internettet irriterede ham simpelthen. Der kom faxer til det lille redigeringsrum på Christiansborgs anden sal, et gammelt, trangt rengøringsrum uden vinduer, hvor TV 2 News i dag sender fra. Faxerne meddelte lakonisk, at nu havde dette og hint ministerium fået en hjemmeside, trm.dk, stm.dk, fm.dk. Til hvilken nytte? Næ, Rasmus Nielsen opsagde internetforbindelsen på telefonlinjen, for den virkede alligevel ikke rigtigt. Forbitrelsen over det nye fænomen blev ikke mindre, når han i pressens dueslag i Vandrehallen om eftermiddagen kunne afhente en kopi af Uffe Ellemann-Jensens formandsbrev med en håndskrevet note: “Udsendt pr. mail kl. 9.41.”

Ved en frokost på Saison på Hellerup Park Hotel hen i halvfemserne, hvor Jakob Nielsen aflagde fædrelandet et sjældent visit, var det, at han konfronterede sin lillebror, den inkarnerede tv-journalist, med spørgsmålet: “Hvorfor laver du så meget tv, når internettet er opfundet?” Rasmus Nielsen, der altid havde betragtet tv-mediet som det ultimativt stærkeste medium, forstod det ikke. Hvordan skulle internettet kunne overgå kongemediet? Var det stort andet end noget med nogen, der leverer gæs til jul? “Nej, det er meget mere,” lød svaret. “Det er eksempelvis også e-mails, elektroniske postkort som dem, man sender hjem fra ferie.”

Nå ja, okay. Hilsner fra Gran Canaria og den slags. Det er jo ikke ligefrem et massemedie. “Men hvor mange får du af dem om dagen?” “Vel to-tre hundrede.” “Om dagen?” Lige dér slog en tanke ned i Rasmus Nielsen. For hvis to-tre hundrede sendte noget til en Jakob Nielsen på daglig basis, så måtte der være et vidtforgrenet, forbundet netværk af mange hundreder, ja, tusinder derude, man ville kunne skrive, sende og henvende sig til. “Er det så et nyt massemedie på linje med klassikerne tv, radio og avis?” “Ja,” svarede Jakob, “og internettet vil overtage avisernes betydning”.

En tanke havde sat sig.

Sådan ynder Rasmus Nielsen i dag at beskrive frokostmødet, hvor pråsen i forhold til internettets uanede muligheder omsider gik op for ham. Men helt så klart havde han måske endnu ikke set lyset. I et interview med Berlingske i forbindelse med lanceringen af Altinget i august 2000 fortalte han, at han måske alligevel ikke var helt så klar på brorens idé på dette tidspunkt. Samtidig krediterede han også en anden for at have givet ham skubbet mod anprisningen og omfavnelsen af den nye teknologi. “Midt i halvfemserne spurgte min bror mig, hvorfor jeg dog ikke dyrkede internettet, men det kunne jeg slet ikke se idéen i. Det kan godt ærgre mig lidt nu, for jeg synes egentlig, det er i sidste øjeblik, jeg kommer i gang. En af de ting, der gjorde, at jeg blev grebet af nettet, var, da jeg for to år siden lavede tv-udsendelsen ‘Surfing Suzy’ med Suzanne Bjerrehuus. Hendes enorme begejstring for at bruge nettet smittede af på mig.” På den vis har navnkundige Bjerrehuus altså også en flig af æren for skabelsen af det, der skulle ende med at blive til Altinget. I tv-udsendelserne fra dengang havde Rasmus Nielsen i øvrigt et fast indslag, hvor han gav gode råd til computerbrug; eksempelvis vedrørende alle velsignelserne ved musens højre tast. Som et kuriosum dukker klip fra denne lettere bedagede programrække med jævne mellemrum op på Facebook, når DR Arkiv muntert vil illustrere de teknologiske fremskridt, der er sket siden da.

Rasmus Niensens første tilløb til at skabe et nyt internetmedie tog for alvor fart i 1999. På dette tidspunkt var han færdig på Christiansborg efter fem år for TV 2-regionerne. Han havde stiftet Oluf Høst Museet på Bornholm. Han var 39 år, havde to små børn, og hans kone, Iben, havde sit stabile job hos Claus Meyer. De boede til leje i en dejlig lejlighed ved Søerne med udsigt til Dronning Louises Bro. Alt burde ånde fred og idyl, men Rasmus Nielsen var rastløs. Han ville mere med sit liv, og storebroren havde – omend med forsinkelse – pustet liv i den iværksætterånd, Rasmus Nielsen latent besad og altid har haft i sig. Iværksætteriet har han ikke fra forældrene. Han er søn af offentligt ansatte akademikere, men inden for den seneste årrække havde han set sine to forbilleder, broren og svigerinden, starte hver sin virksomhed i USA.

Oluf Høst Museet, hvor han havde fået Knud W. Jensen fra Louisiana med som medstifter, kunne måske nok betegnes som et iværksætterprojekt. Det samme gjaldt TV 2-regionernes Christiansborg-redaktion, som han med sit enmandsproduktionselskab RNTV byggede op fra bunden i januar 1994. Nok var han selvstændig, men det var med garanteret omsætning, så risikoen var begrænset. Det havde sådan set været godt og lukrativt for ham, men efter fem år skulle der ske noget nyt. Han følte, det hele kørte i ring, hvorfor det passede ham godt, at kontrakten med TV 2-regionerne løb ud. Han var søgende, stundesløs og ville virkelig gerne lave noget andet. Hvad eksakt, det vidste han ikke. Erik Bjerager, hans

ven gennem mange år, gav ham freelanceopgaver, så en periode arbejdede han for Kristeligt Dagblad og skrev helsidesportrætter og politiske klummer hver mandag. Selvom han trivedes med freelanceopgaverne hist og her, brændte han stadig efter noget større. Han søgte et par stillinger og var med helt fremme i feltet til at blive DSB's nye kommunikationschef.

En dag blev han kontaktet af sin gamle ungdomskammerat Henrik Beck. Her i slutningen af halvfemserne var Henrik Beck, der senere blev kommunikationschef ved Danske Speditører, ansat i Danmarks Apotekerforening, hvor han var projektleder på den første generation af den fælles apotekerhjemmeside, som siden blev til Sundhed.dk. Han og Rasmus Nielsen kender hinanden fra teenageårene i halvfjerdsene, og her ved indgangen til det nye årtusinde mødtes de til en snak om deres fælles interesse for at skabe noget nyt og stort på internettet, sådan som bror Jakob havde tilskyndet. Men hvad skulle det handle om? De kunne ikke rigtig komme det nærmere, end at det skulle dreje sig om livsstil og ernæring, sundhed og motion. Idéerne med det brede og løst definerede livsstilskoncept mundede ud i planen om at skabe en portal med titlen Ditliv.dk, som til en vis grad skulle bygge videre på Henrik Becks erfaringer fra Apotekerforeningen med gode råd om sundhed og velvære. Blandt inspirationskilderne var også Rasmus Niensens ven Rune Bech, der havde stigende succes med portalen Netdoktor.dk. Deres fælles ven, den daglige leder af Meyers Madhus, Claus Tingstrøm blev koblet på projektet, og sammen ønskede de tre at undersøge forretningsgrundlaget for Ditliv-portal, herunder blandt andet mulighederne for bannerannoncering som indtægtskilde. Det store københavnske revisionsfirma KPMG fik til opgave at undersøge markedet i det sene efterår 1999. I januar 2000 blev trekløvet præsenteret for revisionsfirmaets rapport. Mødet hos KPMG blev øjenåbneren for Claus Tingstrøm. En af de kloge folk derfra fortalte, hvordan man værdisatte en dotcom-virksomhed. Det var antallet af unikke hits kombineret med væksten i foregående kvartal og en visionær forretningsplan, der satte prisen. En virksomhed med mange unikke hits, men uden vækst, var værdiløs. Claus Tingstrøm spurgte til økonomien, og de forklarede, at indtægter var uden relevans, det eneste interessante var *burn rate*, altså den fart, hvormed man brugte kapitalindskud, og dermed det tidspunkt, hvor man fik brug for yderligere kapital. Tingstrøm eller en anden i rummet bemærkede, at det var en usædvanlig forretningsmodel. ”Det er en boble,” lød svaret. Men de afviste ikke projektet. Man kunne jo forestille sig, at man gik i luften, fik en masse hits, solgte en masse aktier dyrt og flyttede til Bahamas. Så havde Claus Tingstrøm fået nok. Henrik Beck fik tilsvarende kolde fødder ved de fremtidsudsigter, KPMG fremmanede. På mødet meldte han klart ud, at han ikke havde lyst til at gå videre med projektet. I silende januarregn mødtes han og Rasmus Nielsen på vej ud fra revisionsfirmaet på parkeringspladsen. Rasmus Nielsen var oprigtigt skuffet over, at vennen ikke ville være med. Han var ærgerlig, for uden de penge fra en arv, Henrik Beck havde talt om at investere i projektet, så det svært ud.

”Hvad synes du så, jeg skal gøre nu?” spurgte Rasmus Nielsen sin gamle ven.

”Hvis du fortsat har lyst til at lave noget på internettet,” svarede Henrik Beck, ”så skal du overveje at tage udgangspunkt i noget af det, du i forvejen ved, du er kanongod til at lave. Det er selvfølgelig politisk journalistik.”

Med den opfordring fik Rasmus Nielsen noget at tænke over, og en mismodig vinterstemning tog en drejning. Kunne man lave en netavis om politik med både tv og radio? Tekst selvfølgelig også, men primært noget med levende billeder og lyd, som han havde størst erfaring med? Det var måske slet ikke umuligt.

”Det var mig, der fik tændt hans interesse,” siger Henrik Beck i dag. ”Selvom det i virkeligheden startede med noget helt andet, som ikke var særligt veldefineret. Rasmus har ved flere lejligheder sagt, at det i virkeligheden var mig, som fik ham skubbet i den retning. Og han har antydnet, at hvis ikke han havde fået det skub på det tidspunkt, var det ikke blevet til noget med Altinget.”

Rasmus Nielsen gik i perioden herefter med flere tanker om, hvordan han kunne komme ud over stepperne med politisk journalistik på nettet. Én af hans første idéer var at levere indhold til samtlige partiers hjemmesider. Derfor holdt han møder med dem alle. Hos Dansk Folkeparti var det eksempelvis med Kristian Thulesen Dahl og Søren Espersen. De tog vældig godt imod ham.

Hos Venstre var det med partisekretær Claus Hjort Frederiksen. Alle partier var overvejende positive, særligt Venstre. Rasmus Nielsen fik efterfølgende et brev fra Claus Hjort, hvor han skrev, at de gerne ville købe indhold til Venstre.dk.

Da turen kom til Frank Aaen fra Enhedslisten, og dette erindrer Rasmus Nielsen meget tydeligt, sagde Aaen: ”Hvis DF er med, så er vi ikke.” Da smuldrede Rasmus Niensens plan. Han ville have alle med, for han havde svært ved som journalist at arbejde for nogle og ikke for alle. Dermed røg også hans oprindelige plan om en partiportal, Partal.dk, han ville have skabt. Men politisk journalistik ville han under alle omstændigheder lave. Så meget vidste han. Uden endnu reelt at have gennemtænkt, hvad produktet og forretningsmodellen i sidste ende skulle være, gik han i gang. Idéerne om en politisk webportal funkede og glødede i hans tanker efter det kolde klarsyn på den trøstesløse parkeringsplads. Meget var endnu diffust, og særligt én væsentlig detalje var endnu ikke på plads: navnet. Rasmus Nielsen var som nævnt inspireret af sin ven Rune Bechs Netdoktor, så fra begyndelsen arbejdede han med navnet Nettinget. Men han var ikke tilfreds med det. Dobbelt-t'et gør det svært at udtale. Man skal stoppe op – og så fortsætte. Nej, allerhelst ville han gerne kalde den nye portal for Arena, der i parentes bemærket i dag er navnet på Altingets konference- og netværksafdeling. Det altoverskyggende problem var blot, at Benny Berdino sad tungt på domænet Arena.dk, hvor han præsenterede alverden for sit cirkusprogram for den kommende sæson.

Ét af de andre navne, der fra starten var med i den øvre liga på Rasmus Niensens bruttoliste, var Altinget, og tirsdag 25. januar 2000 købte han en stribe domæner, herunder Altinget.dk. I dag regner han denne dato for selskabets egentlige fødselsdag. Han er, når alt kommer til alt, meget tilfreds med navnet. Det starter med alfabetets første bogstav, det er kort, det er entydigt at høre, entydigt at stave. Det er smukt og inkluderende. Det er rummeligt. Historisk. Det er nordisk og redeligt. ”Man kan godt sige, at vi i starten fik noget troværdighed af navnet. Nu kan vi forhåbentlig give lidt tilbage ved at værne om det og give det fylde. Og så har det endelsen .dk, det er selvfølgelig også smukt. Island var jo en del af det danske rige.” Samtidig med glæden over navnet blev han også fyldt af en nagende bekymring. Ville det mon gå an at tage et parlaments navn? Ét er flertydigheden, men Børsen, Information og på sin vis også Politiken er også flertydige navne. Ingen af dem rummer dog konnotationen med et andet lands parlament. For at få sjælero gik han derfor til Marianne Jelved (R), som på dette tidspunkt ud over at være økonomiminister også var minister for nordisk samarbejde. En politiker, Rasmus Nielsen kender godt og nærer sympati for. Han fortalte hende om sit dilemma, og hun foreslog ham at kalde det Tingstedet. Det havde han også selv overvejet, men han syntes, det lød lidt gumpetungt. ”Jamen, så bare gå med Altinget,” lød Jelveds svar. Dermed følte han sig på sikker grund. Den nordiske minister havde sagt god for det. Da Folketingets daværende formand, Ivar Hansen (V), en dag indvilligede i at gå med op på Folketingets tredje sal til det, der i daglig tale uden den store kærlighed kaldes Sibirien, for at se, hvor det nystartede medie havde indrettet sig i et lånt lokale, fik Rasmus Nielsen atter lejlighed til at lakmesteste navnet. Da de gik på den lange gang, vendte Ivar Hansen sig mod ham: ”Altinget? Det går ikke! Så kommer de efter jer! Det er jo et parlaments navn.” Rasmus Nielsen husker i dag tydeligt de ord: ”Så kommer de efter jer!” ”Det er sådan en finurlig måde at sige det på i stedet for at sige: ‘Så bliver du stævnet’, som en jurist ville sige. Jeg elskede jo Ivar. Han var en stovt jyde. Men jeg tog navnet alligevel, for Marianne havde sagt god for det. Det var en politisk afvejning, slet og ret.”



Presseklip

Hvad betyder nettet for dig?

Nu da jeg kan se, at nettet som nyhedsmedie handler 80 procent om gamle journalistiske dyder og 20 procent om nye, synes jeg, nettet for mig er en fantastisk mulighed for at prøve noget nyt og prøve mine ideer af. Vi vil gerne lave medborgerjournalistik mellem borgerne og Christiansborg. Give borgerne muligheden både for at få politikerne direkte i tale og for at få alle de oplysninger om politik, de har behov for. Vi er ikke en konkurrent til folkettinget.dk, som er et glimrende site. Men det er et elektronisk dokumentarkiv, som er hurtigt opdateret, og som bringer stoffet videre ufordøjet. Vi er et nyhedsmedie, som skal udvælge og bearbejde artiklerne, og vi lægger meget vægt på at være interaktive. Lige nu er vi kun fire på redaktionen, men vi skal gerne være flere.

Er der noget ved nettet, der har overrasket dig?

Jeg fik ideen til Altinget.dk i januar. I perioden fra jeg reserverede domænenavnet til nu, har man virkelig kunnet opleve, hvordan et menneskeår er syv Internetår. Omverdenen har ændret sig så utrolig meget. I januar var Internettet stadig jomfrueligt, alle skulle lave noget på nettet, og alle kom til det, for investorerne stod i kø. Siden oplevede vi næsten et børskrak i marts, og nu er investorerne absolut meget mere realistiske ved at stille krav til forretningsplanerne om, at selskaberne skal kunne tjene penge efter et stykke tid. De investorer, som har kigget på os, har stillet krav – og det har jeg det egentlig godt med.

Rasmus Nielsen
28. august 2000, Berlingske

Det blev nogle intensive, euforiske måneder for Rasmus Nielsen dér i starten af det nye årtusinde. En helt særlig, forunderlig periode fyldt med fremtidsplaner, spontane idéer, vildskud og lysglimt. “Det er klart, at jeg i dag, når jeg tænker tilbage, godt kan få kuldegysninger, for det var lige dér, tingene blev til. Hvor undfangelsen fandt sted. Ligesom med børn. Det er så vigtigt lige i anslaget, at det bliver rigtigt fra starten. Det var sådan set en god tid. Ligesom med undfangelsen. Det er en kort fornøjelse, men så er der godt nok meget bøvl efterfølgende. Det var dejligt at tage domænet, at købe det, lave logo. Men så skulle det fyldes ud. Det er simpelthen sådan, det blev til, og så holdt vi fast ved det. Det har jeg ikke fortrudt.”

Når Rasmus og Jakob Nielsen talte om, hvad man kunne lave på nettet, understregede storebroren som noget nær et helligt mantra vigtigheden af, at det skulle være smalt. “Der er kun ganske, ganske få, der vil blive meget store. Resten er mange smalle niches,” spåede han. Med planen om at skabe en webportal om noget så smalt som dansk politik følte Rasmus Nielsen omsider, at han havde fulgt sin brors råd til punkt og prikke. Han var ved godt mod ved den tanke, for når han tænkte tilbage, havde han alle dage kunnet regne med sin bror. Det, broren sagde, holdt stik. Uanset hvad det drejede sig om. I barndommen var Jakob ganske vist ulidelig, som kun ens søskende kan være. Han drillede ustandseligt lille Rasmus. Men allerede i de unge år kunne man stole på ham. I et og alt. Nok var han en internationalt kendt internetekspert, men det var navnlig blodsbandet, der var afgørende for Rasmus Nielsens blinde, afgrundsdybe tillid. Stolt kunne lillebroren derfor i det tidlige forår 2000 i morens køkken i Knabrostræde fortælle sin storebror, at han var ved at skabe en portal om dansk politik. Det måtte da for pokker være smalt nok, syntes Rasmus Nielsen, der gennem sin hidtidige karriere havde været forkælet med millionpublikum i radio og på tv. “Det er for bredt,” udbrød Jakob Nielsen kort og overbevist. Det forstod lillebroren ikke. Dansk politik er vel om noget smalt? Helt nede i meget små mængder, måske en tyvendel af dagbladene, mente han. Han måtte da have et vist *lebensraum* for at kunne lave et nyt medie? Men hvad var da smalt nok? “Jamen det skal være noget for danske fluefiskere, der tager til Norge og står i elvene og fisker.” Det var unægtelig relativt smalt, måtte Rasmus Nielsen erkende. Måske tog broren for en gangs skyld alligevel fejl på dette område? Ikke uden en vis trods kæmpede Rasmus Nielsen under alle omstændigheder videre med sit udgangspunkt. For det måtte kunne lade sig gøre at lave en portal på nettet om dansk politik. Sagen var blot hvordan? Og hvad med finansieringen? Det måtte tiden vel vise. Rasmus Nielsen har aldrig lagt skjul på, at han ikke er opdraget med et kommercielt tankesæt. Hjemmefra var han i sine unge år vant til public service-tankegangen i DR, hvor faren var provinschef, og som voksen journalist blev han ansat i selvsamme institution og senere ved den nye konkurrent TV 2. Det var licensfinansieret, pengene var der bare, for det er jo vigtigt at lave politisk journalistik i vores demokrati. At også den kommercielle del af planen om Altinget, ud over afgrænsningen af nichen, haltedede, gjorde bror Jakob ham også opmærksom på. På Café Krasnapolsky, hvor de hverken har været før eller siden, stak han igen til sin lillebror:

“Hvad er dit produkt?”

“Det er politisk journalistik.”

“Nej, om igen, hvad er dit produkt? Til hvem? Til hvilken pris? Hvis ikke du er klar på det som iværksætter, så har du ikke nogen forretning. Så er det en hobby.”

Den bemærkning gik Rasmus Nielsen og grundede lidt over.

Hvor det måske nok kneb med den forkromede kommercielle plan for projektet, lå en anden ting dog helt fast fra første færd. Rasmus Nielsens Altinget skulle være smukt at besøge, og det skulle være brugervenligt. Han ville simpelthen have *state-of-the-art*-design. Derfor henvendte han sig meget tidligt i forløbet til et af samtidens førende bureauer, MouseHouse i Nyhavn. Her mødte han direktøren, Caroline Søborg Ohlsen, senere gift

Ahlefeldt, en ret kendt erhvervsleder allerede på dette tidspunkt. Hun husker udmærket episoden, da Rasmus Nielsen henvendte sig. “Når man selv er entreprenør, så appellerer det med det samme at møde en anden, der brænder og forestiller sig noget, som ikke findes i dag. Så jeg blev meget begejstret for Rasmus, og det samme gjorde teamet,” fortæller hun. “Det var fantastisk spændende at høre hans idéer og visioner. Det var meget visionsbåret at lave et ‘Alting’, der skulle kunne noget med Folketinget og samfundet. Der lå en meget altruistisk og smuk idé bag Altinget, som jeg synes, Rasmus og hele teamet har levet op til. Det er en meget fin historie, hvordan Altinget er blevet større og større, har fundet sin egen plads som en vigtig aktør i samfundsdebatten og har gjort det arbejde, der foregår på Christiansborg og i det politiske liv, mere gennemsigtigt for omverdenen.” Hos MouseHouse blev Rasmus Nielsen også introduceret for Jakob Tuborgh, der skulle komme til at spille en vigtig rolle som rådgiver i forhold til de kommercielle muligheder og koncepter. “Ind ad døren trådte Rasmus med en idé, og det var uden sammenligning den smalleste forretningsidé, jeg nogensinde havde hørt om. Jeg havde en lille smule svært ved at forstå det i starten. Jeg blev ved med at spørge, men der var også noget ved hans personlige sødme, som holdt min nysgerrighed i live.” Ønsket om webdesign og brugervenlighed i ypperste særklasse var dog langtfra en gratis omgang for Rasmus Nielsen. “Mange af mine penge gik til MouseHouse. Jeg havde en halv million, og cirka 350.000 kroner gik til dem. Det var bare at betale. Det var en stor udskrivning for mig, en stor andel af det, jeg havde. For pengene fik jeg sparring med Jakob Tuborgh og naturligvis hele designet. Christian Sørensen blev koblet på som designer, og han fandt virkelig den tone, som jeg gerne ville have. Han lavede det smukkeste design. Jeg kom med alt muligt, men han forstod at skære fra og forenkle. Det koster selvfølgelig noget tid at skabe den renhed.” Jakob Tuborgh var overvældet over alle designønskerne til hjemmesiden. Det ville tage mindst ti år at forrente det website, tænkte han dengang. Og selvom Rasmus Nielsen vandede sig over prisen, tog MouseHouse faktisk hensyn til ham og hans situation. “Dette er ikke en joke: Han fik den bedste pris af alle vores kunder dengang. Han fik det virkelig billigt, for jeg fattede kærlighed til Rasmus og projektet. Gud, det var spændende mediemæssigt. Det var modigt. Han var drevet af inspirationen fra sin bror. Og han havde sådan en undrende tilgang: ‘Det må da være muligt’, som er meget ulig andre, der kommer ind i butikken med en forretningsidé. Normalt kommer folk med meget tydeligere eller mere færdige idéer. Rasmus kom ind meget tidligt og ville engagere med os, og alene det at have fundet på det her site var nærmest en del af forretningsidéen. Jeg brugte uforholdsmæssigt meget tid på de mange samtaler, fordi jeg syntes, det var spændende.” Manden, der stod bag Altingets første visuelle fremtoning, var den på dette tidspunkt unge, lovende webdesigner Christian Sørensen, der allerede havde haft flere prominente kunder, herunder Danmarks Nationalbank, for hvilken han havde skabt den første hjemmeside. Fra start var han med til møderne om dette “mærkeligt nørdede nicheprojekt med det specielle navn” og blev koblet på opgaven med at omforme alle de mange idéer til virkelighed. Han og Rasmus Nielsen svingede så godt sammen, at det blev starten på et designmæssigt parløb, der reelt kom til at strække sig ti-tolv år ud i fremtiden, langt ud over MouseHouses egen levetid. “Jeg har altid sagt til alle, at han var min absolutte favoritkunde, fordi han så gerne ville høre, hvad jeg havde tænkt. Det var sjældent specielt dybsindige diskussioner om design, vi havde med andre kunder, men Rasmus ville vide alt. Man skulle motivere valg af font og farve. Derfor var det enormt interessant at arbejde med ham. Selvom det ikke var synderligt indbringende for MouseHouse.” I den større designproces blev der også gjort mange og dybe tanker om, hvordan man skulle præsentere en nyhed eller en tekst på nettet. I dag kan det virke banalt, for der hersker trods alt en vis præcedens for, hvordan man gør. Det var der ikke i samme grad på dette tidspunkt. Rasmus Nielsen og Christian Sørensen studerede nøje CNN og andre nyhedstjenester for at se, hvad man kunne lade sig inspirere af. “Vi sad og prøvede

Presseklip

I dag tænker vi i hardware. En avis er i papir, TV ses på et fjernsyn, radio er radio. Men det hele smelter sammen i et medie, der er langt stærkere end nutidens Internet, hvor man taler om at få hvad man vil hvornår man vil. For i fremtiden bliver det også hvor man vil. Og der vil blive plads til mange flere nye specialiserede medier.

Jakob Nielsen
8. november 1999,
Jyllands-Posten

at opfinde det. Så godt var nettet heller ikke på det tidspunkt. Det var denne mærkelige blanding af at lave en avis, der alligevel heller ikke var en avis i gængs forstand. Det er noget andet at skrive til skærmen. I dag kan man sige, det er noget andet at skrive til papir. Det er der ikke så mange, der har prøvet efterhånden. Det er lidt underligt at tænke sig.” Fra starten var Christian Sørensen også med til at skabe et andet af de faste produkter, Rasmus Nielsen har insisteret på at producere helt fra start: folketingsplakaterne, hvor man efter et valg kan se alle medlemmer af Folketinget med foto og data. Et stort, research- og korrekturtungt stykke arbejde. “Man tænkte: ‘Yes, nu har jeg lavet en gigantisk plakat, trykt på virkelig godt papir i total flot vektorkvalitet. Den blev helt rigtig!’ Vil du nogensinde hænge den op? Nej, aldrig. Det periodiske system er væsentligt mere spændende,” siger Christian Sørensen med et smil og fortsætter: “Nej, nu siger jeg det også med en vis ironi selvfølgelig. For det var jo skidegodt. Rasmus fik folk til at hænge plakaten op hist og pist. De forskellige modtagere af den kunne sagtens bruge den, når de skulle orientere sig om, hvem der var blevet valgt. I virkeligheden tror jeg, der er rigtig meget Rasmus i det. Han ser sig næsten forpligtet til at være formidler, og der er noget historieskrivning i at lave sådan en plakat, hvor man siger: ‘Sådan var det.’

Ganske som Rasmus Nielsen ville have *state-of-the-art*-design, skulle det samme gælde den personkreds, der skulle tegne hans virksomhed. Det var vigtigt for ham, at den bestyrelse, han pønsede på at sammensætte, kom til at bestå af vægtige folk, der kunne give troværdighed til projektet. En perlerække af pinger. Fredag 28. april 2000 stiftede han med et indskud på 500.000 kroner aktieselskabet Altinget.dk, og han fik professor Jørn Henrik Petersen til at takke ja til at blive formand for bestyrelsen. Han var på det tidspunkt leder af den journalistiske uddannelse ved Syddansk Universitet i Odense og havde været TV 2’s første formand i perioden 1986-1994. Den øvrige bestyrelse bestod af Kristeligt Dagblads chefredaktør, Erik Bjerager, Peter Nedergaard, der på dette tidspunkt sad i en stilling som chef for et nyetableret internationalt kontor i Arbejdsministeriet og var redaktør af fagbladet Økonomi & Politik, og advokat Frederik Blichfeldt, der særligt havde arbejdet med medieverdenen og intellektuel ophavsret, blandt andet i brancheforeningen Producenterne og som rådgiver for Danmarks Radios direktion.

Sidst, men ikke mindst, lykkedes det Rasmus Nielsen at få overtalt sin storebror til også at træde ind i bestyrelsen. Det til trods for at Jakob Nielsen som nævnt havde advaret kraftigt om, at konceptet var for bredt. Overtalelsen fandt sted under en broderlig roadtrip over Fyn. Jakob Nielsen var i løbet af foråret 2000 i Danmark, hvor han skulle holde foredrag på Nyborg Strand, og han inviterede sin lillebror med på Falsled Kro ved Faaborg. Her sov de sammen i en dobbeltseng som brødre ved siden af hinanden for første gang, siden de var drenge. Rasmus Nielsen fandt det meget kært, for det mindede ham om drengeårene i halvferdserne, hvor de var meget tæt på hinanden og tog på ferie sammen med deres far. På vej fra Faaborg til Nyborg i det smukke landskab, som Rasmus Nielsen holder så meget af, spurgte han sin bror, om han ikke ville gå ind i den nye bestyrelse. Det var broren ikke meget for, men han gjorde det til sidst. Af gode geografiske og logistiske grunde kom han aldrig til møderne, men han ville af hensyn til sin lillebror godt lægge navn til. Erik Bjerager husker i dag kun ganske få punktnedslag fra den korte tid i bestyrelsen, heriblandt at en del af belønningen for at indtage posten var udsigten til at møde den nærmest sagnomspundne Jakob Nielsen. Men da den verdensberømte guru aldrig dukkede op, forblev dette ønske uopfyldt. Belønningen derudover bestod, som Bjerager husker det, i en lille sandwich og en enkelt øl til hvert møde. Han mindes desuden, at han, dagen efter det i dagspressen var offentliggjort, at han skulle sidde i bestyrelsen for det nystiftede selskab, kom gående ned ad Købmagergade, hvor han blev antastet af en gammel bekendt. “Jeg tror, der i den pågældende artikel stod, at alene idéen og navnet var millioner af kroner værd. Det var jo de der fuldstændig hypede tider. Jeg mødte da en gammel journalistkollega, som

hilste på mig med næsten ærefrygt, for nu var jeg på sin vis trådt ind i den der nye virtuelle virkelighed af potentielt megarige mennesker. Det er derfor, jeg i spøg nævner øllen og den lille sandwich, for det var ret beset dét, der var i det.”

At Rasmus Nielsen havde set rigtigt i at få sin bror til at lægge navn til det nystiftede selskab gav ikke kun udslag i at skaffe de rigtige folk til bestyrelsen. Det hjalp også på presseomtalen at få Jakob Nielsen til at figurere funkende galionsfigur for projektet. Det vidner de øvrige mediers dækning af Altingets start om. ‘Web-guru bag nyt dansk netmedie’ kunne man eksempelvis læse i Politiken, mens Berlingske berettede om ‘Guru bag Net-avis’. Igen og igen fik Jakob Nielsen i den danske dagspresse lejlighed til at anprise brorens tiltag, og det var på ingen måde gennemskueligt, at han bag linjerne reelt havde advaret broren om, at portalen favnede alt for bredt. “At bruge internet på det politiske område ser jeg som en rigtig god anvendelse af internet som medie. Det er det bedste medie at målrette et budskab på, der passer til en bestemt gruppe af mennesker eller bare til en enkelt person,” fortalte han Børsen. “Og så bliver der desuden mulighed for at gøre politik interaktivt – at gøre det til tovejskommunikation. Det gør hele forskellen. Der sker altid noget i politik, og internettet gør det muligt at få gjort politik langt mere realtidsorienteret ved at sende nyheder hele tiden. Det er desuden muligt for folk, der er meget interesseret i politik, at de kan få korte notiser ud på mobile enheder.” Jakob Nielsen gav også udtryk for vigtigheden af, at Altinget skulle være uden politisk vægtning. “Der bør være plads til en politisk portal, hvor der bliver gjort noget for den neutrale dækning, så der bliver etableret troværdighed og pålidelighed omkring selve portalens indhold. At noget er neutralt, er ikke det samme, som at det er udvandet. Der må gerne være markante synspunkter – bare sagen ikke kun ses fra en side. Man kan også sagtens forestille sig, at man på sigt kan stille spørgsmål i realtid til politikere eller sende spørgsmål ind til Altingets redaktion eller give politikere 24 timers responstid på et svar. Det er interaktionen, der gør det her til en helt ny service, som er grundlæggende forskellig fra andre mediers måde at dække politik på. Du kan ikke stille spørgsmål til en minister efter at have set tv-avisen. Det kan du på internettet.”

Med råd og sparring fra Jakob Tuborgh fra MouseHouse bryggede Rasmus Nielsen i løbet af forårs månederne 2000 en tentativ forretningsplan sammen. I al sin enkelhed lød formålsparagraffen for det nye selskab: “Portalen skal gennem uafhængig journalistik bidrage til at fastholde dansk folkestyre ved at kvalificere den politiske debat, så borgeren får et bedre grundlag for at danne sin egen holdning, i hverdagen og på valgdagen.”

Idéen var fra start at skabe et selskab med to søjler med indbyrdes synergieffekt. Den første søjle skulle være Altinget, en uafhængig, journalistisk og interaktiv portal om politik i Danmark på kommercielt grundlag. Den anden søjle var Pressetinget, der var tænkt som “et professionelt og voksende multimediebureau på Christiansborg med særlig kompetence i dansk politisk journalistik og multimedieteknik leveret til andre medier, hvad enten det er internet, tryk, lyd, faste eller levende billeder”. Denne anden søjle i virksomhedens struktur blev betegnet som Altingets “maskinstation og primære indtægtskilde de første år”. Forretningsplanen afslører mange af idéerne til, hvilke grene og underafdelinger Altinget var tænkt at skulle indeholde. Adskillige sammensætninger med ‘tinget’ som endelse var i spil; heriblandt et modereret chatforum, Chattinget, satiresitet Snapstinget, et politisk leksikon, ABCTinget, en undervisningsportal til folkeskolerne, Skoletinget, og en informationsside om den forestående afstemning om fælles EU-valuta, Eurotinget. Men endnu var dét, der siden skulle vise sig at blive Altingets kerneprodukt – nicheportalerne – ikke på bordet. Idéerne var, set i bagklogskabens ulideligt klare lys, i det store hele langt mere præget af en public service-tankegang med hovedvægt på omnibusjournalistik end af en større kommerciel strategi. Blandt de mere kuriøse idéer var ordningen ‘1240K’, der var opkaldt efter Slotsholmens postnummer. Her var det meningen, at Altinget skulle

Presseklip

I Danmark har vi en høj stemmedeltagelse, men en lav politisk interesse. Det skyldes efter min mening, at blandt andet pressen de seneste 25 år har haft en tilbøjelighed til at skubbe vælgerne og politikerne væk fra hinanden. Men ved at skabe en politisk debat bygget på god uafhængig journalistik tror jeg, man kan engagere folk. En slags brobygger mellem vælgerne og de valgte.

Jørn Henrik Petersen
24. maj 2000, Politiken

tilbyde brugerne at skrive om et konkret problem per mail eller post, hvorefter Altingets redaktion ville finde den minister eller ordfører, der bedst vil kunne løse problemet. En anden forretningsidé var ‘StoreTrappe’, der skulle være Altingets besøgstjeneste. “I samarbejde med medlemmer og lokale medier arrangerer vi besøg i Folketinget (herunder naturligvis kaffe i den fysiske udgave af Snapstinget). Jeg tror, denne tjeneste er besværet værd, da vi kommer i kontakt med brugerne, der får en lille folder med hjem. Vore guider skal have en Altinget-trøje på,” står der i planen. Det blev aldrig til noget med at agere posttjeneste mellem borgere og politikere eller at udkonkurrere og erobre Folketingets besøgstjeneste iført Altinget-uniformer for den sags skyld. Men den overordnede tanke om det fysiske møde med læserne og brugerne, som Altinget i de senere år har dyrket gennem netværk, konferencer og masterclasses, folkemødefejring på Grønbechs Hotel i Allinge og arrangementer i Gården i Ny Kongensgade, var på den vis allerede til stede på dette tidspunkt. Der er også værd at bemærke, at idéen til et stærkt og holdbart koncept som kandidattesten, Kend din Kandidat, faktisk var i støbeskeen allerede i det første udkast til forretningskonceptet, her under betegnelsen ‘Stemmeseddel’. “Brugeren konfronteres med et antal politiske synspunkter af blandet generel og aktuel karakter. Brugeren skal så krydse af, hvor enig eller uenig vedkommende er, hvorefter computeren ud fra et program giver svar på, hvilket parti brugeren bør stemme på med de holdninger, fordi partiets program samlet set kommer tættest på. Udvikles i samarbejde med fagfolk. En skæg, original variant af de populære ‘Test dig selv’ på websites.”

I forhold til organisationen var det tanken, at der hurtigt skulle findes en direktør for foretagendet samt en salgsdirektør, der jævnfør en håndskreven note fra Rasmus Nielsens arkiv skulle være en “bidsk hund”. Rasmus Nielsen har i diagrammet i al ydmyghed indsat sig selv som redaktionschef. I virkelighedens verden skulle der komme til at gå sytten år, før han lod en anden overtage direktørposten. Det skete først, da han og bestyrelsesformand Per Mikael Jensen byttede plads i juli 2017. Overordnet set rummer forretningsplanen anno 2000 et virvar af såvel de helt store, overordnede planer for strukturen med B2B-produktionselskabet Pressetinget og modervirksomheden, Altinget, hvis journalistik skulle sælges til private abonnenter, samt optimistiske bud på budgettering med venturekapital og så et dyk helt ned i detaljen om vigtigheden af kuglepenne og mikrofonvindhætter med logo. Generelt synes udgangspunktet i denne første forretningsplan at være, at de konkrete kommercielle planer nok skulle komme sådan lidt hen ad vejen. Ikke mindst med kommercielt tænkende journalister ombord. “Direktøren gør det ikke alene – de redaktionelle medarbejdere med redaktionschefen (medejeren) i spidsen skal tænke kommercielt, dvs. i salg og nye produkter. Erfaringen viser, at netop idérige journalister er gode til at komme hjem med kunder på et sølvfad.” I løbet af forårsmånederne 2000 åbnede der sig pludselig en reel mulighed for at få tilført kapital til Altinget-projektet i en sådan svimlende størrelsesorden, at det næsten var for godt til at være sandt. Få måneder før Rasmus Nielsen første gang havde henvendt sig til Caroline Søeborg Ohlsen, var hendes succesrige og prisbelønnede webbureau, MouseHouse, blevet opkøbt af den internationale fremadstormende koncern Linné Group, hvis formand var den svenske legendariske tidligere SAS-chef Jan Carlzon. Kort efter opkøbet skiftede Linné Group navn til Cell Network. Som kapitalfond var man fra Stockholm interesseret i at investere i nystartede, interessante og lovende virksomheder, og da Caroline Søeborg Ohlsen trådte ind i Cell Networks bestyrelse, var danske Altinget et af de selskaber, hun indstillede til investering. Gennem foråret og sommeren var der løbende kontakt mellem København og Stockholm. MouseHouse i Danmark hjalp med at udfærdige et pitch, og Rasmus Nielsen fik lejlighed til at præsentere sin forretningsplan og sine visioner. Det vakte genklang hos svenskerne. Man var, som Rasmus Nielsen husker det, mildest talt begejstrede, og hen mod sankthans syntes det nærmest blot at være en formssag, at Cell Innovation under Cell Network ville investere et millionbeløb i foreta-

gendet. “Vi blev indstillet til en *valuation* til tyve millioner kroner, og Cell skulle så købe tyve procent. Fem millioner til mig, det var fantastisk. Jeg havde investeret 500.000 i april, og i juni måned var det tyve millioner værd. Så jeg ville have fem millioner, når jeg kom tilbage fra sommerferie til at komme videre. Vi kunne komme ud til flere lande. Det skulle være en international virksomhed. Det var planen.” I august rullede millionerne dog ikke ligefrem ind på kontoen. Tværtom. Svenskerne udbad sig en mere udførlig beskrivelse af strategien med et øget fokus på indtjeningen. Det fik de. Igen slog man fra dansk side fast, at det overordnet drejede sig om de to søjler i virksomheden. Hovedsiden Altinget blev nu beskrevet som “et neutralt, monitorerende site uden egen kritisk, journalistisk produktion, henvendt til den alment politisk interesserede dansker”. Og søjle to, Pressetinget, reelt et produktionsselskab for andre medier, som var det, man skulle tjene pengene på. At Altinget som koncept også kunne og skulle udbredes til flere lande, var et af de punkter, svenskerne ønskede uddybet. Umiddelbart var der to muligheder for internationalisering, sådan som man fra dansk side så det: For det første en global eksport af en såkaldt demokratiplatform med tilhørende viden om, hvad der virkede, og for det andet en lancering af Altinget-konceptet på nærmarkeder som Sverige og Norge. I parentes bemærket skulle der komme til at gå 14 år, før Altinget.se så dagens lys. Altinget.no har vi i skrivende stund endnu til gode at opleve.

Rasmus Nielsen sendte sin reviderede forretningsplan afsted og blev mødt med: stilhed. Han hørte intet fra Stockholm. Hen mod slutningen af august, kort inden næste bestyrelsesmøde, tog han endelig kontakt til Cell Innovations kontaktperson, Kristina Ahlberg. Han var rasende utålmodig efter at få et svar, men formåede at holde den joviale tone i sin henvendelse.

Kjære Kristina

På torsdag, den 31. augusti kl. 16.30, holdes styrelsesmøte på Christiansborgj a/s Altinget.dk. Var det muligt vi kunne få en kort briefing från ere innan om hur I ser på sagerne? Kanske midt i veckan?

Alt går bra hér i Köpenhamn. Vi opdaterer dagligt og har stærkt stigende trafik. Vi har en særdeles bra presseomtale, flere artikler er på väg til Stockholm. I går hatte vi chancen at presentera Altinget.dk for formanden for Folketinget (Ivar Hansen), som besögte vor lille redaktion, du har set. “Jer kommer vi til at høre meget mere til,” sagde han. Såhér ser det ut, når jag skriver på “dansk/svenska”...

Hej/

Altinget.dk

Rasmus Nielsen

Fortsat øredøvende radiotavshed. En lille uges tid gik der. Og endelig to dage før bestyrelsesmødet sidst i august tikkede en mail ind med nyt fra broderlandet.

Rasmus,

Tack för en omarbetad affärsplan! Vi har noterat dina förändringar i affärsplanen och analyserat Altinget i detalj. Tyvärr så måste vi lämna ett negativt besked till dig i dag – sent omsider. Cell Innovation har som krav att investera i bolag som ger minst 100% i avkastning inom 3 år – något som vi har svårt att se att Altinget kan göra.

Låt mig vara mer specifik:

Även om ni har ökat intäktsandelen något för Pressetinget, så är både marginaler och intäkter alldeles för låga inom detta business-to-business segment. Det verkar helt enkelt svårt att tjäna pengar på att sälja politiskt innehåll. Ursprunglig vision, och det som du uppenbärligen brinner för, är Altinget som consumer-site. Här är tyvärr intjäningspotentialen än mindre – och helt bero-

Presseklip

I en tid, hvor den politiske interesse er svindende, håber vi at kunne sætte nyt liv i debatten. Altinget.dk bliver primært et nyhedsmedie, men vi satser også hårdt på at blive det førende politiske debatforum herhjemme.

Rasmus Nielsen
24. maj 2000, Politiken

ende av olika former av annonintäkter. En modell som är mycket riskfylld att bygga en business på. Politik är dessutom mycket lokalt – varför ni som ”content provider” har svårt att sälja ert innehåll till andra länder och på något sätt ”skala upp” verksamheten.

Vi diskuterade även möjligheterna med att ”exportera en demokrati-portal” till andra länder, där IT-plattformen skulle vara det man kunde sälja. För 400 får man tyvärr ingen IT plattform som är unik på något sätt. Investeringen i teknik är alltför låg enligt budget – men det är ändå inte säkert att man kan bygga något som är speciellt unikt. Konkurrencen är mycket hård i dagsläget, där div. olika software suppliers lanserar standard moduler till överkomliga priser.

Det är därmed svårt att se en ”exit” för oss – ett krav som tydliggjorts än mer från vår styrelse sista månaden. Att inte Tele Danmark går in var dessutom något som vår investeringskommittée hade som krav.

Jag ber om ursäkt för ett sent svar och utdragen process från vår sida. Vi borde ha sett att affärsmodellen inte var attraktiv redan från början – men din presentation och ditt starka engagemang för dansk politik gjorde att vi in i det sista var mycket intresserade.

Hoppas att detta besked inte stannar upp ditt byggande av Altinget – och att ni kan finna finansierare på annat håll.

Lycka till!

MVH/Kristina

Cell Innovation

Da Rasmus Nielsens mobiltelefon ringede, havde han endnu ikke læst mailen. Han stod midt i forhallen på Christiansborg. Det var Kristina Ahlberg fra Stockholm, der personligt ville levere sit budskab. Han standsede op, afventende, måbende. Vred og skuffet. “Det var upræcist og konsensuspræget. Hvad pokker var det egentlig, hun mente? Hun leverede simpelthen budskabet, at de hen over sommeren havde ændret strategi; de investerede ikke i it-virksomheder mere. Fordi it-boblen bristede totalt. Hun undskyldte og sagde, at det var generelt, det var stoppet. Jamen det ramte mig! Mine fem millioner var væk. Med et slag. Ét slag, og der stod jeg. Jeg havde stort set ikke flere penge.” Sverige vendte tommelen ned, ja. Og de var utvivlsomt blevet mere ængstelige og påpasselige efter forårets voldsomme udvikling på it-området. Men når det er sagt, havde Cell Innovations folk også nøgternt forholdt sig til den fremlagte forretningsplan og givet deres bud på en analyse af fremtidsudsigterne. Når hans gamle sparringspartner ved MouseHouse, Jakob Tuborgh, i dag hører Rasmus Nielsen genfortælle historien, bider han mærke i en særlig detalje: “Det er meget sigende, at Rasmus siger ‘mine fem millioner’. For det var det ikke endnu. Men det viser, hvilket ejerskab han tog over det. Det var det billede, han havde taget til sig. Sådan som jeg husker det, var det en mulighed. Men han havde allerede taget muligheden ombord.” “Typisk for en iværksætter,” medgiver Rasmus Nielsen. “Man klamrer sig til alt. Hvor der bare er en lillebitte isflage ude i havet, så er vi på.” Tilbage stod, at drømmen om de svenske millioner forblev netop det, en drøm. Spørgsmålet var da: Hvad så nu? I et notat til bestyrelsen og selskabets revisor opridsede Rasmus Nielsen de alternative veje, man kunne gå.

Status:

Stærk, troværdig bestyrelse. God presseomtale. Vi rammer plet i den aktuelle bølge af nye kontaktformer mellem vælgerne og politikerne (medborgerjournalistik, folkehøringer). Seks måneders aftale med Opasia, der slutter med 35.000 kroner/månedligt. På næste tirsdag tildeler præsidiet os forhåbentlig/formentlig en plads i Presselogen: Læs frit kontor på Borgen og udvidet adgang til informationer.

Vor ansøgning står uantastet af Cells kovending (der formentlig også skyldes deres dårlige halvårsregnskab). September er dækket ind af offentlig støtte, og vi har ingen forpligtelser fra 1. oktober.

Med andre ord har vi september til at afgøre den videre skæbne for selskabet. Udgangspunktet nu er alene en nøgtern økonomisk vurdering af vore muligheder.

Scenarier og muligheder:

Skal vi gå i gang med andre venturefonde? Det bliver nok svært, konceptet er tydeligvis ikke kommercielt nok i forhold til de forøgede krav fra venturekapitalister på nettet. Vi kan ikke forøge indtægtsbudgettet på Pressetinget yderligere, uden at det bliver for risky og utroværdigt.

Skal vi gå til fonde som Teknologisk Innovation under Erhvervsfremmestyrelsen, der tager ejerandel mod indskud på maksimalt 700.000 kroner, ATP, LD? Man kan også sige: Skal vi søge mere ”politisk motiverede” investorer?

Skal vi satse på offentlige tilskud, blandt andet fra EU og Undervisningsministeriet? EU har i september frist for støtte til projekter, der bygger bro mellem folkestyre og borgerne.

Skal vi satse på senere på året at sælge selskabet til en stor portal, Opasia, Jubii, SOL eller andre, for eksempel 25timer.dk, Nyhedsavisen, der selv er forsinket, fordi de ikke kan skaffe kapital, et selskab, der har råd til en politisk redaktion på Borgen, hvorved i hvert fald investeringen kommer retur? Værdien af et medlemskab af Presselogen/kontor tæller også. Hvad skal Altinget.dk mindst indeholde, for at portalen er interessant – for Opasia, for brugerne og for kilderne? Er der samarbejdspartnere, der kunne give begge en fordel? For eksempel pr-bureauet Gunbak & Co.

Skal vi satse på mange små investorer, for eksempel 100 anparter á 25.000 kroner? Det tror jeg ikke selv på, omend tanken er sympatisk.

Skal vi søge et samarbejde med Folketinget.dk i håb om, at huset selv vil købe og lade os udvikle nogle af vore ideer, for eksempel virtuel rundtur, Skoletinget, Chattinget, afstemninger, måske endog Snapstinget?

Skal vi aflæse det hele 1. oktober, tage tabet – 75 procent af aktiekapitalen vil jeg tro – og komme videre? Tid og karriereplanlægning spiller også ind, og der ligger dog stadig en levevej i ”de gamle medier” og tv-produktion. Personligt kan jeg godt se en løsning, hvor jeg som medlem af Presselogen, eventuelt sammen med freelancere, udnytter min opsparede kompetence i politisk journalistik og laver stof til Opasia, prøver at skaffe net- og andre kunder til Pressetinget, søger offentlige midler på kryds og tværs, der efterhånden omsættes i de idealistiske dele i forretningsplanen. Det kunne også være, at internetmarkedet om et år eller to har ændret sig til det lunere, som var temperaturen, da vi begyndte i januar. I så fald vil det have betydning, at bestyrelsen fortsætter sit arbejde, eventuelt med en lavere mødekadence.

Lukning af selskabet var en reel mulighed her, næsten inden det hele var begyndt. Man havde forsøgt at rejse venturekapital, men var fejlet. Man var erfaringerne rigere. Skulle man tage konsekvensen og redde, hvad reddes kunne? Nej, dertil kom det ikke. Rasmus Nielsen ville med bestyrelsens opbakning kæmpe videre. I hvert fald lidt endnu. Ved at følge et par af de skitserede veje ville det måske lykkes at klare skærene. Der var trods alt tilsagn om offentlig støtte fra Nævnet for EU-oplysning, en aftale om leverance til Opasia var på plads, og den lille redaktions produktion var så småt begyndt – der var ikke tid til at dvæle ved fortiden. Nu ville man se fremad.

En af de stier, man valgte at betrede, var at kontakte Teknologisk Innovation under Erhvervsfremmestyrelsen for at søge udviklingsstøtte. Herfra støttede man i løbet af år 2000 knap 90 nye virksomheder. Mange med det formål at få virksomhederne til at tænke i nye forretningsmodeller, at nå et niveau, der kunne gøre dem attraktive for eksterne investorer eller at blive købt op. Det var såkaldt seed-kapital. Hos Teknologisk Innovation var man interesseret i projektet Altinget, og efter et grundigt eftertjek af virksomheden kunne eksternt konsulent Pernille Kallehave i slutningen af november underhånden sende Rasmus Nielsen hele dokumentet med indstilling og anbefaling. Hendes SWOT-analyse giver et øjebliksbillede af virksomheden i det sene efterår 2000.

Styrker

Stærk iværksætterprofil (kompetencerne er i orden), stærkt netværk, god bestyrelse, god presseomtale, interessant niche, godt koncept.

Svagheder

Svært at tjene penge på content på nettet, har allerede fået nej fra TeleDK Innovation og Cell, mangler penge til teknologi, mangler man-power.

Muligheder

Udvikle nicheprodukt som journalistisk service, forny den journalistiske metode, nyt forretningskoncept muligt.

Trusler

At ingen vil betale for ydelserne, ingen videreførelse fra venturekapital, at RN "taber pusten".

Rasmus Nielsen måtte ikke brænde ud. Dette var essentielt en reel faktor i trusselsvurderingen. Projektet stod og faldt med ham. Teknologisk Innovation endte ved årsskiftet 2000-2001 med at slå til og overtog for 300.000 kroner en ejerandel på 14 procent. Samtidig takkede Pernille Kallehave ja, da Rasmus Nielsen tilbød hende at træde ind i bestyrelsen. I januar 2001 kunne hun til Børsen fortælle, hvorfor Altinget i hendes optik havde været det rigtige projekt at støtte. "Det drejer sig om, at der er nogle politiske beslutningstagere, som har brug for meget målrettet og præcis information på det politiske område, og for hvem det kan være vanskeligt at leve uden. Og er Altinget så i stand til at gøre det på en ny og spændende måde i forhold til de gængse medier, og som opfylder kravene hos beslutningstagerne, er det min overbevisning, at det kan udvikle sig til en god lille forretning" sagde hun og profeterede: "Det vil aldrig blive en multimillionstor forretning, men der skal være plads til at udvikle nye forretningsmodeller inden for salg af indhold. Lige præcis den del af markedet, som venturekapitalen har vendt fingeren nedad til i år 2000."

Rasmus Nielsen er ikke bleg for at indrømme, at det var en af begyndelsens mest skæbnesvangre stunder, da Teknologisk Innovation skød penge i foretagendet. Uden de midler havde det næppe været muligt for selskabet at overleve vinteren og foråret 2001, og han sender en venlig tanke til ministeren, der på det tidspunkt var overordnet ansvarlig: "Jeg plejer at sige, at Bendt Bendtsen ejede 14 procent af Altinget. Han var erhvervsminister, og Teknologisk Institut i Høje-Taastrup lå under Erhvervsministeriet. Jeg er meget taknemmelig for de penge. Man har sådan et behov for, at der er nogen, der tror på én, når man er ung, og man er iværksætter. De troede på mig. Det betød alt."

Meget tidligt i hele processen gik Rasmus Nielsen i gang med at sætte sit første lille hold af betroede medarbejdere, og næsten symptomatisk for den impulsive ånd, der prægede iværksættervirksomheden, var den første, han fik i fold, hverken journalist eller it-kyndig. Han var humanist og skulle på daglig basis bedrive noget, han aldrig havde begået sig i før: satire. Morten Brasks mor arbejdede som protokolansvarlig på Christiansborg, og en dag talte hun med Rasmus Nielsen, der fortalte om sit gryende projekt. "Kan du ikke bruge min søn?" spurgte hun. Det kunne han måske nok, og efter en samtale i Christiansborgs frokostrestaurant, Snapstinget, var Brask hyret til at lave et satiresite med selvsamme navn. At der i den begrænsede produktion blev satset så voldsomt på satiredelen, var noget af det, der i særlig grad undrede den anden faste medarbejder, Jon Adelsten, da han tiltrådte. Han syntes, det virkede temmelig vildt at satse så stort på det. At man på en politisk redaktion havde tre faste medarbejdere, og at den ene så på daglig basis skulle lave Svikmøllen-agtig politisk satire – og kun dét. Jon Adelsten og Rasmus Nielsen kendte hinanden godt. Genem to år havde de arbejdet sammen ved TV 2-regionernes Christiansborg-redaktion. En

Lene Espersen

Administrerende direktør, Danske Arkitektvirksomheder, bestyrelsesformand, Aalborg Universitet. Forhenværende medlem af Folketinget, minister og politisk leder for Konservative.

Modtager af Ting-Prisen 2004

Lene Espersen

Kære Altinget. Hjertelig til lykke med jubilæet – 20 år er ingen alder, men Altinget har allerede sat sig solide aftryk i samfundsdebatten og ikke mindst samtalerne på Christiansborg. Jeg er pavestolt over at være modtager af den allerførste Ting-Pris – som 2004's bedste debattør i Folketinget. Jeg var på daværende tidspunkt justitsminister og var i den grad i debat – ikke mindst om gennemførelsen af hårdere straffe, stramning af terrorlovgivning og bandepakker, der jo var nogle af mine mærkesager som justitsminister. Det er dejligt at få et klap på skulderen, både for at kunne kommunikere i øjenhøjde med vælgerne og for samtidig at holde en sober tone. Min Ting-Pris i form af den fine bjørn står på et lille skuffemøbel i min private entré og byder mine gæster velkommen.



Presseklip

Hvorfor er Altinget.dk så god en idé?

For mig er der både en politisk grund og en journalistisk grund. Den politiske er, lidt flot sagt, at jeg synes, at samfundet fortjener sådan en side. Danmark er delt. Ikke af en Berlinmur, men af en Euromur. Vi er en nation splittet op i to lejre. Vi må tilbage til det, som samler os – nemlig det ældgamle folkestyre, vi har, og troen på, at det har en værdi at lovgive og regulere, hvordan du og jeg og alle andre danskere spiller sammen. Jeg har arbejdet på Christiansborg i fem år, og politikerne er meget, meget bedre end deres rygte. Du kan se, at partiernes medlemskab har været faldende, men ikke stemmeprocenten. Det ser ud til, at vælgerne fortsat er interesserede og føler, at det er en borgerpligt at være med. Vi tror på, at de gerne vil debattere.

Og den journalistiske grund?

Det er en faglig nysgerrighed over for det nye medium. Det svarer til, at en kunstmaler efter at have malet i tyve år pludselig får en helt ny grundfarve at arbejde med. Journalister har jo fået et nyt interaktivt medie forærende, et medie, som dels er nyt, fordi det er interaktivt, dels fordi det både rummer levende billeder, stills og lyd og tekst. Journalistisk kan som medium være den murbrækker, som bryder den tykke mur om Slotsholmen ned. Desuden er tiden kommet for nichemedier som vores. Du ser flere og flere fagblade, som har stor succes – Alt om Computer, Alt for Damerne. Nu er vi så alt om tinget. Folk vil ikke længere søge de horisontale portaler, der ved alt om ingenting, men de vertikale, som ved alt om én ting. Som et nicheprodukt kan vi gøre mere ud af hver historie. Mere dokumentation, flere detaljer, end der er plads til i de store medier. Endelig er det som tv-mand jo spændende at opfatte Internet som et levende, visuelt medium, hvor det jo nu mest er et tekstmedium. →

dag i foråret 2000, hvor Adelsten sad og skrev speciale, opsøgte Rasmus Nielsen ham på bopælen og fortalte, han var ved at starte noget helt nyt, og spurgte til, om specialeskriveren kunne have lyst til at være med. Det kunne han, og dermed blev den næsten færdiguddannede magister Jon Adelsten Altingets første nyhedsjournalist. Nogen tid efter troppede han op i Sibirien på Christiansborg, hvor han mødte de andre, der udgjorde startholdet. Ud over Morten Brask var der en praktikant og en tech-fyr, som ud fra MouseHouses design og anvisninger havde programmeret hjemmesiden. Han arbejdede hos Falck, men havde indvilget i at lægge nogle timer om ugen i Altinget-regi og stod nu for funktionaliteten, så det, der blev skrevet, til nød også kunne publiceres. Rasmus Nielsen og MouseHouse-folkene var nemlig gået skævt af hinanden, hvilket for en stund skabte kurrer på tråden mellem ham og Jakob Tuborgh. Rasmus Nielsen havde regnet med, at MouseHouse også leverede et system til publicering. Det var jo mange penge, han havde betalt dem, syntes han. Men han havde kun købt design, templates, statiske sider. Intet system til artikelupload. En mindre detalje, der i første omgang blev løst ved denne deltids-webmasters mellemkomst. “Det var en lidt aparte gruppe. Meget typisk opstart, total uprofessionel operation, en samling amatører, der gør det på deltid,“ mindes Jon Adelsten. Selv var han ansat på fuldtid og blev bedt om at bruge halvdelen af sin tid på at skaffe abonnenter til nyhedsbrevet og resten af tiden på at skrive. Af hele den journalistiske produktion på Altinget var der én særlig type historier, der fra start kom til at fylde exceptionelt meget: navnestoffet. Det er og har alle dage været en kæphest for Rasmus Nielsen. Jon Adelsten fandt, at det måske var en lidt mærkelig prioritering, når der var så få nyhedsartikler og så meget navnestof. “Det var groft overprioriteret. Hver gang der blev ansat nye folk på Borgen, skulle vi have et portræt af dem. Men det var noget, andre medier ikke havde meget af, fordi de personer var ukendte. Meget af det var derfor solostof for Altinget.” Der skete også noget i de år med en ny type i den politiske personkreds. Spindoktorer var pludselig et ord, man begyndte at bruge. Hvad pokker betød det, og skulle man stave det med c eller k? Én af de doktorer, Jon Adelsten skulle portrættere, var Michael Kristiansen, der var blevet ansat i Venstre, efter Henrik Qvortrup gled ud. Han var en anden type end Q, som man var lidt bange for, mindes Adelsten, der i sit portræt beskrev Michael Kristiansen som “den nye medicinmand for Venstrehøvdingen”. Rasmus Nielsen gik meget op i det, og de arbejdede tæt sammen om artiklen. De følte, de havde fat i noget, og det viste sig, at det også blev starten til Venstres forvandling og den nøje planlægning af magtovertagelsen efter valget i efteråret 2001.

Der herskede en umiskendelig wild west-vibe over den lille redaktion, og ikke mindst Morten Brask havde det som en fisk i vandet. Han fik fuldstændig frie tøjler til at skabe sit eget satireunivers fra bunden, og hurtigt blev Snapstinget ret populært og kom til at virke som en stadigt accelererende trafikgenerator for storesøstersitet Altinget. Ganske som Rasmus Nielsen havde forudsagt. Det hjalp også, at internettet stadig var på barndomsstadiet. Endnu var antallet af hjemmesider begrænset, og en side, der på daglig basis leverede aktuel politisk satire, var et særsyn. Snapstinget og Altinget fungerede som to adskilte søstersites bygget over samme design, hvor satiresiden var holdt i farven rød, mens hovedsiden var blå. Overalt på siderne var det muligt at gå videre til det andet site, og listerne, hvor man kunne se, hvor folk kom fra, afslørede, at temmelig mange, langt over halvdelen, kom til Altinget via Snapstinget. I starten skulle Brask lige finde formen. Ligesom han ikke havde beskæftiget sig med satire før, havde han heller ingen grafisk uddannelse eller nævneværdig tæft i den retning, så han var nødt til at finde en illustrator. Det blev Niels B. Poulsen, kaldet NB, og sammen formede de en duo, hvor Brask leverede teksterne, og NB skabte billedmosaikker. Systemet med upload af billeder, grafik og artikler til såvel Altinget som Snapstinget var fuldstændig håbløst, der var intet reelt CMS-system, så siderne var usædvanligt omstændelige at opdatere. Dette irriterende faktum fik Rasmus Nielsen til i sit netværk at efterspørge en dygtig ung studerende med it-kundskaber et godt stykke over

middel. Ad den vej lykkedes det ham at finde den helt rette mand til posten, og i november måned 2000 tiltrådte en frisk, ung DTU-studerende ved navn Michael Kellberg. Han fik hurtigt skrevet en kode, der lagde basen for et system, hvor de skrivende selv kunne uploade direkte til net. For Rasmus Nielsen var der tale om intet mindre end et lille mirakel. “Michael er skidedygtig. Han er virkelig ikke kreativ og bruger også mange gange tid på det, men hans ting virker. Vi har aldrig dataslip. Det virker, og det er meget, meget vigtigt. For få penge fik jeg en sendemast, så jeg selv kunne opdatere. Det åbnede han. Han gav os syn, vi fik øjne. Vi fik et 180 graders syn til ingen penge. Og i dag har han også fået en god stilling ud af det. Men det, at han var billig i starten, betød alt.” Morten Brask var vild med den nye, nørdede it-fyr, der sad inden døre iført gule solbriller, mens han lystigt kodede. På et tidspunkt fik han ham med på at redesigne Altinget ud fra Playboys hjemmeside, for han tænkte: ‘Det må være populært!’ “Det er dét, jeg mener med, at der herskede en wild west-følelse af, at nu gør vi det bare! Det er virkelig også en cadeau til Rasmus. Han åbnede og gjorde plads; det var frit.” To år i træk blev satiretegningerne fra Snapstinget udgivet som bog ved Aschehoug i passende tid inden julesalget. Det var tænkt som en mandelgaveidé på lige fod med Svikmøllen og Blæksprutten. Jacob Haugaard indvilgede i at være protektor for udgivelsen og endte med at få sit kontrafej på forsiden som et kvalitetsstempel fra “den kongelige hofnar”. Marianne Jelved anmeldte begge bøger for Ekstra Bladet og uddelte naturligvis håndtasker ved karaktergivningen. Salget var dog ikke imponerende. Selvom det var populært og et godt visitkort fra Altingets redaktion, var der ingen reelle indtægter forbundet med det, så det blev ved de to udgivelser. Omvæltninger på Altingets redaktion spillede også i en ikke ubetydelig grad ind.

I foråret 2001 fik Rasmus Nielsen en henvendelse fra Svend Gunbak, som han indtil da kun kendte af navn. Gunbak ville gerne samarbejde, og aftalen blev, at han skulle hjælpe Rasmus Nielsen med prissætning og produktudvikling. Det blev ikke til så meget, resultaterne udeblev, og det endte med, at de ikke fortsatte samarbejdet. Men afgørende var det, at Gunbak gjorde Rasmus Nielsen opmærksom på, at Ritzaus Bureau var ophørt med at bringe det vægtede snit af meningsmålinger, bureauet i en årrække havde publiceret, da et af institutterne, hvis målinger indgik i snittet, havde stillet sig på bagbenene. Rasmus Nielsen tog da kontakt til professor Søren Risbjerg Thomsen ved Aarhus Universitet, som med sin egen formel stod fadder til det vægtede snit. “Der var et vindue, den lå lige på den flade, og det var meget værdifuldt. Det, Svend Gunbak gjorde i den forbindelse, var hele hans honorar værd. Der kom ikke så meget andet ud af det, men lige præcis dét var helt afgørende.” Parløbet med Altinget passede Søren Risbjerg Thomsen glimrende. I starten leverede han snittet nærmest gratis. Eller i hvert fald meget billigt. Han kunne fornemme, pengene ikke var store i foretagendet. Samtidig så han en egeninteresse i det, for han ville gerne have et fast sted, hvor han kunne offentliggøre sine resultater og samtidig sikre en seriøs journalistisk behandling. Risbjerg fandt også ud af, at det var muligt at købe Gallups tal, når instituttet var færdig med at bruge dem. For en forsker var det et fantastisk materiale, og han fik pludselig langt flere interview end kollegerne at arbejde med gennem det parløb. Tallene brugte han på analyser af vælgervandringer, og han så nærmere på, hvordan de forskellige erhvervsgrupper stemte. På nært hold kunne han følge udviklingen i, hvordan arbejderne forlod Socialdemokratiet og begyndte at stemme på DF.

En dag bragte han nærmest i en sidebemærkning en glædelig overraskelse til Rasmus Nielsen. “Typisk for Søren kom han med en masse ting, hvoraf halvfems procent var helt akademisk, statistisk og nørdet. En dag sad jeg og lyttede med et halvt øre, og pludselig sagde han, at han sådan set også godt kunne forudse, hvor mandaterne ville falde. Og om jeg kunne være interesseret i det. Mon ikke!” Det blev starten på, at Altinget begyndte at bringe mandatprognoser, hvor det også var muligt at spotte de nye stjerner. Jon Adelsten ringede til disse nye højdespringere, der stod til at blive valgt. En dag var der i prognoserne



Hvordan vil I tjene penge på det? Er det noget, folk skal abonnere på?

Det er et godt spørgsmål. Det er meget svært at tjene penge på internettet i øjeblikket. Internettet er et nyt, stort blivende medium på linje med bogtrykkerkunstens opfindelse. Derfor er der investorer, som vil gå ind i det. Til en begyndelse har vi altså et par år at løbe på. Vores budgetter viser, at vi begynder at tjene penge om to år. Nogle indtægter vil være sponsering af mail-services og bannere på vores hovedside. Men håbet er, at vi vil få micropayments. Det er det, alle udbydere med seriøse sider håber; at der på et tidspunkt kommer reel brugerbetaling, hvor brugeren vil betale måske ti øre per side, de klikker på.

Rasmus Nielsen
4. juni 2000, Politiken

en for ham ukendt kandidat i Ballerupkredsen, en ung LO-konsulent, der godt kunne se ud til at få et mandat. “Jeg så et billede af hende, hvor hun havde sådan et ungdomsstrihår, og jeg ringede så til hende her Mette Frederiksen. Hun havde eddermame meget energi. Hun kørte i et helt andet gear end de socialdemokrater, jeg kendte fra Borgen. Det var sådan set meget fedt, og det gik jo også godt.” På den lidt mørkere side viser prognoserne også de kandidater, der ikke står til at blive valgt. Ud over at det for den enkelte kan være dybt ubehageligt at blive dømt ude, kan det også have andre konsekvenser, hvilket er noget, Rasmus Nielsen har taget til efterretning. “Pludselig forstår jeg nu – forklædt som voksen – at tingene kan være smertelige. Hvis man får at vide, at en kandidat står til at ryge ud, så vil partiet give færre valgkampspenge, vedkommende vil få mindre sponsorstøtte, lokalmedier skriver ikke om ham eller hende, det bliver til en negativ spiral. Det skal vi huske på som journalister, hvor megen skade det kan forvolde de pågældende og deres familier. Det betyder ikke, at vi skal afstå fra at gøre det. Men vi skal tage de forbehold, der skal tages. Det gør vi også, synes jeg. Som regel,” reflekterer Rasmus Nielsen.

Da Søren Risbjerg Thomsen i 2014 ønskede at træde tilbage som fast leverandør af målinger og prognoser, foreslog han selv Kasper Møller Hansen som afløser og arvtager. Som en cadeau og en æresbevisning til professoren har Altinget bevaret brandet Risbjerg-snittet. “Det vil vi gøre til evig tid. Så længe vi udkommer, kører det snit, Risbjerg-snittet. Det er hævet over en person. Det er ligesom Gallup. Det hedder det, det vil vi kalde det, og det er jeg meget tilfreds med,” siger Rasmus Nielsen.

I forårsmånederne 2001 kunne Jon Adelsten tydeligt fornemme, at der var noget andet i gære. Han var overrasket over, at chefen ikke var mere på kontoret, at han ikke skrev flere artikler, at han ikke lavede produktet. Rasmus Nielsen holdt ustandseligt møder. Hele tiden. Han havde blikket rettet mod noget større. Men det forstod Adelsten ikke på dette tidspunkt. På redaktionen undrede man sig blot over, at man stort set aldrig så direktøren for det hele. Senere opsnappede Adelsten, at Rasmus Nielsen brugte de fleste af sine vågne timer på investorjagt. I februar 2001 forsøgte han eksempelvis at få Bo Mikael Pedersen ved CNN.dk til enten at skyde penge i Altinget eller opkøbe selskabet helt. CNN.dk var en del af den amerikanske nyhedsmastodonts store onlinesatsning i Skandinavien og blev i Danmark drevet af Berlingske-selskabet Metropol Online. Investeringsstilbuddet fik ingen gang på jord, og det viste sig siden, at CNN.dk selv levede på lånt tid. Godt et års tid efter var satsningen og nyhedstjenestens historie. I løbet af foråret og sommeren 2001 blev Altinget ramt af flere hårde slag. Tele Danmark valgte at ændre aftalen om fast leverance af politisk journalistik til portalen Oposia. Fra at man havde betalt Altinget for tjenesten, ønskede man nu at få stoffet stillet gratis til rådighed under påskuddet, at det havde reklamевærdi. Året efter ændrede man atter vilkårene, så Altinget nu forventedes at betale for at få journalistikken bragt på Oposia. Samtidig med bortfaldet af pengestrømmen fra Tele Danmark meddelte Teknologisk Innovation, at man ikke ønskede at investere yderligere og derfor ville afvikle engagementet. Rasmus Nielsen forstod ikke den beslutning, han følte sig svigtet. I dag fortæller investerings- og porteføljechef Michael Frank, at der lå en helt nøgtern beslutning bag valget om at trække sig. Da Rasmus Nielsen havde præsenteret sin idé for dem, kunne de se et behov for databasen og den service, som blev udbudt, og de kunne se deres investering gøre gavn, samtidig med at de kunne øjne en mulighed for forrentning af investeringen. “Når jeg ser mine egne fortegninger over investeringen, så står den ikke som en supergod mulighed, men det var på dette tidspunkt mindre vigtigt. Da man rundede 2001, gik det godt for selskabet. God rapportering i februar 2001 blev dog afløst af mindre opløftende tal for udviklingen i selskabet, og hen over perioden fra marts til august gik det dårligere og dårligere. Samtidig gjorde internetboblen det ikke nemmere, og både banken omkring Altinget sagde nej til kreditter, og navne som Politikens Hus, TDC Online, Metropol med flere var afvisende over for noget som helst.” Da Rasmus Niel-

sen i sensommeren 2001 efterspurgte flere midler, besluttede Teknologisk Innovation sig derfor for at melde pas. Der var ikke samme momentum som før, de kunne ikke se deres penge blive forrentet og havde andre mere lovende investeringsmuligheder i støbeskeen. Deres kapital var desuden begrænset i størrelse, og de havde skiftet strategi over mod mere ventureagtige investeringer. De var på udkig efter milliardpotentiale, og det så de ikke i Altinget. At Teknologisk Innovation trak sig, skulle siden vise sig at få den afledte effekt, at Rasmus Nielsen i dag er eenejer af hele koncernen. Noget, han i dag sætter umådelig stor pris på. Men det kunne han ikke vide i august 2001. Tværtom var han på dette tidspunkt efterhånden en mildest talt desperat mand, og han var nu mere end villig til at afhænde hele selskabet. I et tilbud sendt til A-Pressens administrerende direktør, Bjarne Salomonsen, var desperationen udtalt. “Selskabet er mod forventning kommet i akut pengeneød allerede nu til førstkommande lønningdag. Efter sommerferien er det blevet klart, at en række forventede offentlige tilskud samt en enkelt større opgave ikke kommer i kassen som forudsat. Min privatøkonomi skal ikke investere yderligere. Så projektet forliser, hvis der ikke nu tilføres risikovillig kapital. Der skal ikke meget til at klare skærene. Kapitalbehovet, med den nuværende bemanning, udgør kun 100.000 kroner per måned. Jeg er opmærksom på jeres strategi, der tager udgangspunkt i en bredere ejerkreds. Selskabets aktuelle økonomiske situation betyder imidlertid, at driften ikke vil kunne fortsættes, hvis der ikke kommer investeringer nu. Og vi kan derfor ikke vente på en eventuel yderligere investor. Jeg vil derfor gerne tilbyde et salg af selskabet nu – eller hvis det foretrakkes – salg af en væsentlig ejerandel – på gunstige vilkår.” Avisen Aktuelt var netop lukket, så fra A-Pressens side var man reelt interesseret i at investere i et nyt projekt. Men det blev ikke Altinget. Efter et par dage meddelte Bjarne Salomonsen lakonisk, at man efter behandling i LO’s medieudvalg ikke var interesseret i at gå med i projektet. I stedet kastede A-Pressen sig over MetroXpress, der netop var trådt ind på scenen som en ny spiller i den danske medieverden. Retrospektivt forstår Jon Adelsten beslutningen: “Vi sad fire snoldede mand i et kontor yderst på Ridebanen, hvor en fjerdedel af redaktionen lavede satiretegninger, en fjerdedel skrev artikler. Praktikanten Sara ved jeg ikke, hvad lavede. Hun skrev sikkert også lidt. Mester selv var optaget af at løbe efter investorer, så han var der ikke. Det er ikke det helt store medie at kaste sig efter.” I dagene omkring terrorangrebene i september 2001 forværredes den økonomiske situation for Altinget yderligere, og advokat Frederik Blichfeldt gjorde de indledende øvelser i forhold til at få selskabet lukket. Ud over Teknologisk Innovation, der ejede 14 procent, havde bestyrelse og medarbejdere også få aktier i foretagendet. Dertil kom, at IT- og Forskningsministeriet og Undervisningsministeriet havde skudt penge i projektet med at skabe Kend din Kandidat. Databasen var stort set færdigudviklet og klar til det forestående folketingsvalg. Over for ministerierne gjorde Blichfeldt det klart, at hovedaktionæren, Rasmus Nielsen, med henblik på at afværge en konkurssituation havde besluttet at arbejde hen imod en overtagelse af selskabets økonomiske forpligtelser ved at betale kreditorerne mod samtidig overtagelse af alle aktiver. Han ville kæmpe videre ene mand og videreføre aktiviteterne omend i meget mindre målestok. Rasmus Nielsen husker med al tydelighed det sidste, smertelige bestyrelsesmøde, hvor han måtte meddele sin bestyrelse, at han nu simpelthen ikke kunne holde på dem mere. “Det var ikke rimeligt, at de skulle lægge navn til det. Jeg havde en privatøkonomisk udfordring, jeg selv måtte tage vare på.” Bestyrelsesformand Jørn Henrik Petersen havde tidligere advaret ham og gjorde det også i denne stund. “Rasmus, det her, det holder ikke. Du er sgu ved at forgælde dig og din familie ud over al måde. Du ender med at blive et økonomisk vrag. Du må stoppe det her.” Erik Bjerager spurgte til, om der da ikke var andre løsninger. Han holdt fast og ville godt fortsætte. Men Rasmus Nielsen var nødt til at gå selv, og han kunne ikke gøre dem ansvarlige for sit. “Vi sad i et af de små sidegemakker i Snapstinget, som ser ud på samme måde i dag. Lokalerne var lige sat i stand med messinghåndtag, glasdøre og PH-lamper.”



Presseklip

Dagligdagen for indholdstjenester i dag er en udholdenhedskamp. Der vil komme et par meget barske år, hvor tjenester vil dø, mens de famler sig frem for at finde forretningsmodeller, der dur. Det har ikke kun økonomisk betydning for de involverede. Der står mere på spil. Som forretningsmodellerne ser ud i dag, kommer det gode danske udbud jo ikke. Ønsker politikerne dansk indhold derude, må de tale med os nu, inden også bredbåndet kommer i gang. Jeg er ikke et sekund i tvivl om, at der nok skal komme en eller anden form for kommerciel finansieringsmulighed. Det skulle da være mærkeligt andet, når nu der kan tjenes penge på reklamer i alle andre medier.

Christian Peytz
26. april 2001, Jyllands-Posten

🎤 Presseklip

Jeg vil ikke lægge skjul på, at Altinget.dk har en barsk økonomi, og jeg erkender da også ærligt, at jeg nok havde prioriteret anderledes, hvis jeg havde kendt til sidste års medieførlig, inden jeg gik i gang i april 2000. Kort efter fik Danmarks Radio og TV 2 lov til at lave tjenester på nettet for licensmidlerne. Politikernes beslutning gav os da også et halvt års tid efter en offentligt finansieret konkurrent på Christiansborg i form af dr.dk/ politik, en tjeneste, der ligner Altinget til forveksling. Jeg vil tjene pengene selv og går ikke af vejen for den mere ædle kappestrid, som konkurrencen med for eksempel jp.dk jo er. Jeg er slet ikke færdig med at udtænke fremtidige forretningsmodeller, men jeg har meget svært ved at se nogle af dem få succes uden en eller anden form for offentlig indblanding. Jeg mener bare, man også må se på, at der ikke kan udvikles nyt på nettet uden offentlig støtte, så længe forretningsmodellerne slet ikke er til det.

Rasmus Nielsen
26. april 2001, Jyllands-Posten

Detaljerne står prentet klart i Rasmus Niensens sind. Da bestyrelsen havde forladt Borgen, vandrede han tilbage og satte sig alene i mødelokalet. “Jeg vil ikke gå så langt som til at sige, at jeg hulkede, men jeg sad tilbage og tænkte: ‘Hvad i alverden skal der blive af det her?’” Inden bestyrelsesmedlemmerne var gået, havde de opmuntret ham og sagt: “Find dig noget andet at lave, gå ud på TV-Avisen, få dig et job.” Men det var virkelig ikke det, han ville med sit liv. Han følte sig totalt som ‘Palle alene i verden’ i den stund.

En uges tid før folketingsvalget i november 2001 skrev Rasmus Nielsen under på aftalen om at overtage resterne af selskabet. Hans personligt ejede produktionsselskab RNTV betalte 355.900 kroner for køb og overtagelse af alle passiver og aktiver, rettigheder, varemærke. Redaktionen havde ikke kunnet undgå at fornemme, at situationen var alvorlig og barsk. De havde mærket, hvordan chefen løbende var blevet mere og mere indadvendt og stresset, men de vidste ikke helt, hvad der foregik i kulissen. En dag i tiden lige efter valget kaldte han til møde, gav besked om situationen og meddelte dem, at han, hvor nødig han end ville, var nødsaget til at opsig dem. Selvom Morten Brask var ked af beslutningen og var ærgerlig over, at fornøjelsen blev så kort, ser han i dag tilbage på Altinget-tiden med overstrømmende glæde og varme. “Det er for mig et af de lykkeligste år i mit liv. Det er det virkelig. Rasmus var bare skidegod til at give mig fuldstændig frie tøjler. Han er en karakter. En drømmer, en hidsigprop og en trold. Men jeg holder virkelig meget af ham.” Ved indgangen til 2002 var aktieselskabet Altinget således en saga blot, sprængt i atomer og tilbagekøbt i bidder af stifteren selv. Han var ikke færdig med projektet. Det skulle lykkes. Han vidste, det ville lykkes, om han så skulle klare det ene mand. Ensomheden blev dog brudt, da han fik selskab af den unge universitetspraktikant Claus Iversen, der i dag er finansredaktør ved JP Finans. Ved deres første samtale havde Rasmus Nielsen været hudløst ærlig, usentimental og havde ikke lagt skjul på tingenes tilstand. “Det går ad helvede til med økonomien,” var den direkte besked. Opdraget var derfor enkelt: Der skulle genereres indtægter. “Få det her til at virke, Claus, så er du ansat!” lød chefens melding. “Du kan være her et halvt år i praktik, så må vi se. Hvis vi begynder at tjene penge, har du et job.” En bunden opgaven. Der skulle skabes et produkt, folk ville være villige til at betale for. Rasmus Nielsen og Claus Iversen vendte situationen mange gange. Folk i almindelighed var tilsyneladende ikke villige til at betale for politisk journalistik på nettet. Men var det muligt, at der var kunder til produktet, hvis det blev endnu mere fagspecifikt? Rasmus Nielsen havde hele tiden set dansk politik som en niche til trods for bror Jakobs advarsler om, at det var for bredt. Hvis nu man gik laget dybere og koncentrerede sig om de enkelte politiske fagområder hver for sig? En nichens niche? Ville dét kunne lykkes? Måske. Der syntes næsten kun at være alt at vinde ved at tage springet. Et optimistisk hint om, at det kunne være vejen frem, fik Rasmus Nielsen desuden i de tidlige forårsmåned 2002, hvor instituttet Jureka.com ved Kristian Rikard-Petersen foretog en analyse blandt Altingets 3.000 gratister. Resultatet blev en øjenåbner for Rasmus Nielsen. Rapporten viste to signifikante resultater. For det første havde Altinget som medie en exceptionelt høj troværdighed. Det var et skulderklap i sig selv. Men nok så vigtigt viste det sig, at der blandt gratisterne var otte procent, der var villige til at betale for et abonnement. Det synes måske ikke af meget, men i forhold til at alle eksperter på dette tidspunkt sagde, at det var fuldstændig umuligt at tage betaling for internetindhold, så var otte procent ud af 3.000 dog en spinkel flamme i det fortrøstningsløse mørke. Rasmus Nielsen lavede et regnestykke, der nok er fortegnet og simplificeret, men ikke desto mindre gav et resultat, der atter indgød ham tro og håb. “Otte procent vil gerne betale. Vi har 3.000 brugere. Det er 240. Hvis 240 vil give mig 5.000 kroner om året, så er det en million. Så kan jeg leve af det. Så har jeg løn til mig selv, min bogholder, måske en freelancer og lidt teknik, hosting og så videre, og portalen kan faktisk køre.” Det var dog næppe politisk interesserede privatpersoner, der alle som én ville betale den pris for et abonnement? Men hvis man nu rettede sit fokus mod en anden kundegrup-

Leif Erland Nielsen

Forhenværende sekretariatschef i Danske Andelsselskaber og seniorkonsulent i Landbrugsraadet.

Altingets første abonnent

Leif Erland Nielsen

Hjertelig tillykke med 20-årsjubilæet! Vi i Danske Andelsselskaber valgte i sin tid at støtte Altinget som et godt bud på en partipolitisk uafhængig nyhedsdækning af det politiske stof. Det er efterfølgende fuldt ud bekræftet af udviklingen. Landbrugs- og fødevarerhvervet er i særlig grad afhængigt af politiske holdninger og beslutninger. Det gælder på såvel det hjemlige plan som i EU og på de øvrige eksportmarkeder. Altinget bidrager således på udmærket vis med et overblik over den politiske situation gennem dækning af de aktuelle politiske nyheder og analyser til gavn for dansk fødevarerproduktion og -eksport. Med de bedste ønsker for fremtiden.

pe, de professionelle? Kunne det være nøglen til succes? Det var på tomandshånd lige dér på kontoret i Ridebanebygningen, at idéen om FødevarerTinget blev fostret. Derefter gik det relativt hurtigt. Allerede efter to-tre uger var de i luften med en fagportal med indhold bag betalingsmur. Fra at have ingenting til lige pludselig at udgive det. I starten var ansvarsfordelingen mellem de to på kontoret mildest talt usædvanlig. Den ulønnede universitetspraktikant uden journalistisk uddannelse var i en og samme person journalisten, redaktøren, fotografen, alt. Direktøren selv var sælger. Claus Iversen husker det som en besynderlig tid, men ser det også som udtryk for, at Rasmus Nielsen alle dage har været god til at lade folk få ansvar. “Det er også det sjove ved Rasmus. Han var på Christiansborg i ti år forinden på TV 2 og var da en stor mand, der rendte rundt på gangene, men han var ikke for fin til lige pludselig at sige: ‘Okay, nu bliver jeg nødt til at bruge det næste halve år af mit liv på bare at sidde og sælge. Du tager dig af alt det sjove, Claus, du tager ud og snakker med folk, laver journalistikken, så må jeg tage den opgave på mig, der hedder at sælge.’ For i princippet burde det ikke være noget, han skulle sidde og lave. Men der var ikke andre muligheder.” Når Rasmus Nielsen i dag tænker tilbage på det, har han svært ved at forestille sig, at det kunne have lykkedes uden Claus Iversens kæmpemæssige indsats. “Han var en nøgleperson, et naturtalent inden for journalistikken. Det var helt afgørende, at han var så dygtig. Det hjalp i forhold til, at produktet kunne sælges.” For pludselig skete miraklet. Første salg var i hus, og Claus Iversen var førstehandsvidne til optrinnet. “Jeg glemmer aldrig det første salg, hvor han smækker røret på: ‘Jaaa!’ Han kan juble sådan helt euforisk. Det gjorde han der – med armene oppe. Klassisk Rasmus: ‘Ja! Sådan! Det skal fejres!’” Det var Leif Erland, direktør for Danske Andelsselskaber, der tegnede sig som Altingets allerførste betalende abonnent. For Rasmus Nielsen var dette *the point of no return*. I sejrusrusen over salget var han klar over, at dette var fuldstændig afgørende. Det første spæde tegn på, at FødevarerTinget var en potentiel kommerciel succes. Omsider havde han skabt noget, der var interesse for i en sådan grad, at folk var villige til at betale. “Ham Leif, han betød alt. Jeg skylder ham alt. Han ville have det! Hold kæft, vi har lavet noget, der har en værdi!” Det var en gylden eftermiddag, og efter Claus Iversen var gået hjem, sad Rasmus Nielsen alene tilbage i sine egne tanker – ligesom den dag, bestyrelsen havde forladt ham for sidste gang på Christiansborg. Han sad på kontoret på Ridebanen og tænkte: ‘Yes, nu kan det muligvis blive til noget.’ Han var kommet til den erkendelse, at selvom det var omnibuspolitik, der stod hans hjerte nærmest, så svarede dét, han nu kaldte nichens niche, på sin vis til det setup, han kendte fra tiden ved TV 2. I princippet kunne nicheportalene sammenlignes med TV 2 Regionerne i forhold til moderkanalen, en delmængde med en afsindig stor betydning for den rette, smalle målgruppe. Samtidig begyndte han at anskue forholdet mellem Folketingets udvalg og ministerierne som den evighedsmaskine, Altinget var sat i verden for at monitorere og skrive om. “Det er i samspillet mellem lovgivende og udøvende magt, at journalistik aldrig bliver forældet. Man kan ikke undgå kritisk journalistik til demokratispillet, for uden det – ikke noget demokrati. Så bliver det kun et interessentvælde, enevælde, ekspertvælde. Jeg vil næsten tro, at den sidste form for journalistik, der på denne jord må blive opgivet, er politisk journalistik i vore demokratier.” Nichekonceptet blev udviklet løbende, og Rasmus Nielsen grublede intenst over, hvad portalen skulle indeholde ud over artikler. Bedst tænkte han, når han gik ture langs kysten ved Gudhjem, eller når han stod under bruseren. Han og Claus Iversen tog også på inspirationsture til Bornholm sammen, burede sig inde i 24 timer, drak alt for meget rødvin og fandt på nye tiltag, nye produkter, redesign og fagspecifikt indhold. Navnestoffet var fortsat den store kæphest, men generelt skulle alt, der gik ind under fællesbetegnelsen servicestof, herunder kalender, fødselsdagsomtaler, § 20-spørgsmål og -svar særligt fremhæves. Det skulle i sig selv i særlig grad vise sig at blive én af nøglerne til succes. Ved små kvalitative undersøgelser fandt Rasmus Nielsen ud af, at det især var dette stof, abonnenterne gerne ville have. Fortegnet og groft

skitseret var den store forkromede artikelproduktion rent add-on, flødeskum. Rugbrødet var servicestoffet. Det var det vigtigste. Fra Landbrugsrådet lød den kontante melding sågar, at man herfra kun ville forny abonnementet, såfremt servicestoffet fortsat blev dækket grundigt. En anden ting, Rasmus Nielsen også meget tidligt i processen, i modsætning til de fleste andre medier, gjorde en særlig dyd ud af, var den grundige og korrekte indeksering af alt på sitet. Claus Iversen fornemmede, hvor bevidst Rasmus Nielsen var om, at det var et digitalt medie. “Der er mange medier, der først langt senere er kommet halsende efter indeksering og tagging, fordi de hænger fast i de lidt irriterende avissystemer. Det er sjovt at se, hvordan han tidligt var meget fremme i skoen i forhold til at kunne forudse, at det faktisk var vigtigt og værdiskabende at kunne indeksere og søge efter noget bestemt.”

Langt de fleste aspekter i nichens-niche-konceptet tager Rasmus Nielsen gerne fuld credit for. Der er dog ét område, der definitivt ikke er groet i hans have, men som han ærgrer sig over ikke på et tidligere tidspunkt at have dyrket. Det fyldige og vægtige debatstof, der siden er blevet en meget væsentlig del af Altingets dna, var ikke noget, han så komme. Det er der andre, der siden har opfundet og opdyrket i Altinget-regi. “Det er et fingeraftryk, jeg ikke dyrker, fordi jeg ikke rigtig interesserer mig for det. Det er meget langhåret. Jeg vil vide: Får vi bevillingerne, eller får vi dem ikke? Er han død, eller er han levende? Fylder han 60, eller gør han ikke? Er der begravelse der eller her? Hvor er tingene henne? Nyheder, servicestof og navnestof. Hvorvidt Socialdemokratiet skal gå to procent til venstre eller højre langsigtet, det er langhåret. Det er jeg ikke interesseret i, men det er værdifuldt, og det er billigt at producere, så det skulle jeg have dyrket noget før. Skulle jeg gøre livet om, ville jeg have indført meget mere debatstof. Helt sikkert.”

En af de allervæsentligste forudsætninger for, at Rasmus Niensens Altinget-projekt i sidste ende kunne lykkes, var, at hjemmefronten i vid udstrækning var stabil. I Altingets tidlige år var der i hjemmet den uskrevne ordning, at hans daværende hustru, Iben Herrik, tog sig af alt. Sådan havde det altid været, og det var et valg, hun selv havde truffet. Hendes husbond var ikke den store praktiker, men han var god til at skaffe. Ikke kun malerier på væggene. Iben selv er til gengæld meget praktisk anlagt. Derfor kunne det lade sig gøre. Hun passede børnene, ordnede alt i hjemmet og stod last og brast med sin mand. Hun havde indset, at Altingets succes afhang af hendes støtte på hjemmefronten. “Det havde ikke kunnet lade sig gøre, hvis Rasmus havde været gift med en karrierekvinde. Det havde det simpelthen ikke. Det er ikke en cadeau til mig, men til os begge to, fordi vi ville det,” siger Iben Herrik i dag. “Rasmus’ stædighed gjorde, at han var fuldstændig overbevist om, at det kunne lade sig gøre, selvom alle andre sagde: ‘Det kan du glemme.’ Men han tænkte: ‘Selvfølgelig kan det lade sig gøre, jeg skal bare finde ud af den rigtige måde at gøre det på,’ og så kunne han ellers gå rundt i årevis og være verdensfjern, mens han tænkte over det.” I hjemmet kaldte de ham i spøg professor Tournesol. De kunne sidde fire mand om bordet, spise og tale indlevende om drengenes skolegang, og efter tyve lange minutter uden selv at have målet et ord kunne det pludselig lyde fra Rasmus: “Jamen hvordan går det så i skolen?” Distanceret, distræt og mentalt dybt begravet i alt det, han skulle have styr på. “Men man må erkende, det er gået godt. Med ganske få fejltrin. Der er faux pas alle steder, sådan er det jo,” siger Iben Herrik. “Rasmus besidder en styrke, man ikke ser hos mange. Alle sorger, bekymringer, økonomiske problemer og bump på vejen har han stået igennem. Det kræver en stærk psyke, men samtidig er han også en meget, meget følsom sjæl. Sandheden er, at han ofte har taget kampen alene med sig selv. Han har selvfølgelig informeret mig: ‘Vil du være sød at skrive under på endnu et lån i huset derovre?’ ‘Jah? Det kan vi da godt?’” Rasmus Nielsen belånte parrets sommerhus på Bornholm langt op over skorstenen, og han lånte penge af sin mor. “Det gik slet ikke op for mig før bagefter, hvor pressede vi havde været økonomisk. Rasmus er stædig på en sjov måde, for han er ikke dumdristig. Det kan man ikke kalde ham. Han har tænkt over det og holder fast. Lige meget hvor dumt det så måtte

Presseklip

En fuldblods-iværksætter lever med risikoen for hele tre nederlag, hvis det går galt. Investeringen går tabt, og selvom 200.000 kr. eller 500.000 kr. måske ikke lyder af meget, er det temmelig meget for den enkelte. Desuden er der et prestigetab forbundet med at opgive den idé, der ikke var så forrygende som først antaget, og efterfølgende har man ikke noget at tage sig til og risikerer at blive stemplet som ‘den mærkelige selvstændige’. Noget af det allersværeste er at afgøre, om man skal fortsætte. Det er i det T-kryds, man altid vil stå i de første par år.

Rasmus Nielsen
2. april 2008, Jyllands-Posten

være. Han har ikke altid taget alle omstændighederne udenom med, men han har tænkt meget over det. Det er forskellen på ham og sådan nogle, der er risikovillige normalt. Hurtige typer. Det kan man ikke sige, han er. Men han tør at tage chancer og kommer ovenpå igen, hvis det fejler. Ligesom med hans Høst-museum på Bornholm, hvor han blev gået, lige inden det skulle åbne, fordi man ikke kunne få fondene til at betale, hvis det ikke var en kunsthistoriker, der stod i spidsen. Det er sådan, verden er. Det gjorde ham virkelig ked af det, men han kom op igen. Han er sådan en lille figur med bly i bunden. Hans kampgejst er man aldrig i tvivl om.”

Fagportalen FødevarerTinget slog an, og Claus Iversen kunne efter endt praktik fortsætte på posten som redaktør. Porteføljen blev udvidet året efter, da Altinget i februar 2003 åbnede sin anden fagportal, SundhedsTinget. Men selvom det viste sig muligt at sælge abonnementer, var det dog langtfra en brusende økonomisk succes fra start. Og det var en tid med flere nederlag end sejre. Eksempelvis måtte det store projekt med SkoleTinget, der skulle have været en politisk læringsportal for folkeskoleelever og -lærere, lukkes efter et halvt års tid. Støttemidlerne slap op, og det blev aldrig rentabelt. Rasmus Nielsen søgte penge til alskens projekter alle tænkelige steder og blev i de fleste tilfælde mødt af afslag på afslag. Det værste slag fik han, da kulturminister Brian Mikkelsen (K) afviste at støtte et projekt med kommentaren om, at ministeriet i forvejen støttede Altinget ved at abonnere på nyhedsbrevet. Konkursen var på det tidspunkt igen overhængende, og ministerens bemærkning i det kaos fyldte Rasmus Nielsen med afgrundsdyb harme. Hans privatøkonomiske situation bevægede sig kraftigt ud i en fortsat mere og mere håbløs sfære. Han vidste efterhånden ikke, hvad han skulle gøre. Hvis han stoppede, ville han være så dybt forgældet, at han simpelthen ikke kunne se, hvordan han nogensinde skulle få sin økonomi på ret køl igen. Nej, det var ingen udvej at lukke, selvom Iben anbefalede ham det. Han var pinedød nødt til at få det til at køre for at få sine penge retur. I påsken 2003 ramte han et lavpunkt. Han var fortvivlet, forslået, udbrændt. Han dobbeltjobbede for Folketingets grundlovsdebat, og han producerede sports-web-tv, han absolut ikke interesserede sig for eller havde en klap forstand på. “En dag fik mine drenge alligevel at vide, at der var det mad i køleskabet, de så. Der kom ikke mere. Vi slog også niårige Oskars sparegris i stykker til hans store fortrydelse for at få penge til mad. Jeg har nu heller ikke været meget for Iben. For jeg var kun i mit firma. Jeg har også forskånet hende for indsigt i vores økonomi. Det vil jeg nok sige. Jeg kan blive helt utilpas ved at tænke på, hvordan den situation var. Det skulle jeg ikke have udsat min familie for. Jeg var så forgældet; jeg havde simpelthen ikke kongens mønt.” Efter påskens dybe nedtur, hvor han havde været ved at opgive ævred, begyndte tingene imidlertid at glide i den rigtige retning. Først langsomt, og så hen over sommeren tog begivenhederne fart. På samme tid skete der flere gunstige ting, der ikke havde været til at forudsige. Efter én lang nedtur for Nasdaq og it-aktierne, der havde varet siden marts 2000, vendte konjunkturen. Samtidig begyndte begge nicheportaler, FødevarerTinget og SundhedsTinget, at få vind i sejlene. Salget gik pludselig langt over forventning. Men vigtigst af alt: Da det så sortest ud, modtog Rasmus Nielsen et opkald fra en gammel ven, der havde en væsentlig forespørgsel, og med et slag vendtes opstartsårenes æra af modstand, tvivl, smerte og afsavn til en glædesstund og en fornyet tro på fremtiden. Det var gymnasiekammeraten Rune Bech, der kastede redningskransen ud i det oprørte hav, og han blev dermed uden sammenligning Altinget og familien Niensens redningsmand. Som stifter af Netdoktor stod han allerede før skabelsen af Altinget som en inspirationskilde for Rasmus Nielsen, og nu hvor han sad i en position som interaktiv chef for TV 2, sikrede han foretagendets overlevelse. For på TV 2 herskede der på dette tidspunkt et stærkt ønske om at styrke public service-profilen på tv-stationens hjemmeside, og det var ambitionen at bygge en dedikeret politikkanal på sitet. Da Rune Bech i forvejen kendte Rasmus Nielsen fra gamle dage og samtidig var fuld af beundring for initiativet med skabelsen af Altinget,

følte han, det var naturligt at tage kontakt. Der var flere scenarier i spil, herunder et køb af virksomheden, helt eller delvist, eller et samarbejde, uden at Rasmus Nielsen solgte ud af ejerskabet. Det endte med sidstnævnte løsning, og Altinget fik ansvaret for produktion til og redigering af hele det nye politiksite hos TV 2. Pludselig og helt uventet var Rasmus Nielsen tilbage på den grønne gren. En ekstra fjer i hatten fik han, da Altinget blandt 34 nominerede i februar 2004 modtog sin første hædersbevisning i form af Journalisthøjskolens nystiftede eJour-pris, der gives for god journalistik i Skandinavien.

Med TV 2-kontrakten fik Rasmus Nielsen fyldt sin økonomi op, så han i runde tal kom i nul. Det lukrative og stabile kapitalindspark gav ham også blod på tanden til at opfylde ambitionerne om at starte nye portaler og ansætte flere journalister. Det var lidt af en milepæl for ham, da han med Mette Dyrskjøt kunne ansætte sin første “rigtigt” uddannede journalist, og for Dyrskjøt selv var det også en milepæl, for det var hendes første “rigtige” job. Hun kendte både Christiansborg og Bruxelles godt, da hun havde været begge steder som Ritzau-praktikant, og hun delte Rasmus Niensens begejstring for EU-stoffet. Da Claus Iversen samtidig rykkede videre til Landbrugsraadet, gav det plads til to andre unge journalister, først Lars Igum Rasmussen, der i dag er sundhedsredaktør hos Politiken, og siden Marie Andergren, der nu er Egmont Fondens kommunikationschef. Den lille trup udgjorde en utrolig dynamisk redaktion, hvor de tre unge journalister fik helt ufatteligt meget frihed af chefen til at skabe det, de gerne ville. Han viste dem alle enorm tillid og var god til at indfange dem i, at det også var dem, der var med til at skabe noget og sætte noget i gang. Aftalen med TV 2 gjorde også, at de nyuddannede havde fået en plads, hvor de kunne boltre sig med forskellige artikelsier og komme længere ud, end når de blot skrev til Altingets fagportaler. Kandidatdatabase kom også for alvor på prøve ved folketingsvalget i februar 2005, hvor TV 2 gennem kontrakten havde købt sig ind på den og linkede direkte til den. Det udfordrede Michael Kellberg en lille smule, da hele det store TV 2-rykind pludselig kom. Det skabte en lidt anden belastning og trafik, end man før havde set på Altinget. For de nyuddannede journalister var det en ekstremt lærerig tid. Med Klondike-stemningen, pionerånden og den store journalistiske frihed fulgte dog også til tider en tvivl om retningen for hele projektet. På redaktionen talte de om, hvordan Rasmus Nielsen var ufatteligt god til at sætte skibe i søen. Men måske knap så god til at sige, hvilken retning de skulle sejle i. Han var i høj grad mere den administrerende direktør end den tydelige journalistiske leder. Han havde opfundet vigtige faste elementer til portalerne, men derefter var det i uhyggelig grad meget op til journalisterne selv at finde ud af, hvad rammen for portalen derudover skulle være. Heldigvis herskede der de unge journalister imellem et godt sammenhold, så det var især i kraft af dette og i sparringen med hinanden, de fik lagt en linje og tænkt over, hvad der skulle leveres på. Alle dage har stifteren fået ros for sin eminente evne til at rekruttere folk, og det lønnede sig ikke mindst her i den endnu tidlige fase af selskabets udvikling.

At Altinget-konceptet var en lille genistreg, indså Lars Igum hurtigt efter sin tiltræden. “Jeg brugte ofte den metafor over for Rasmus, at Altinget er den gode fest, der er inviteret alt for få til. Jeg havde oplevelsen af, at det var et sindssygt godt medie, som virkelig blev alt for lidt læst. Jeg fik Rasmus til at forstå, at det handlede om, at vi skulle blive kendte.” Lars Igum havde mange idéer og holdninger til, hvordan Altinget kunne og skulle udvikle sig, og af egen kraft og drift blev han hurtigt en uhyre vigtig sparringspartner for Rasmus Nielsen, såvel journalistisk og konceptuelt som kommercielt. Han gjorde sig mange tanker om, hvordan mediet kunne blive mere kendt og citeret og komme mere ind i den journalistiske fødekæde. Derfor gjorde han også en dyd ud af at skrive citat-egnede historier, der eksempelvis kunne komme i Radioavisen, og han var manden bag den væsentlige beslutning om at rebrande nicheportalerne med nye betegnelser. Det nyttede ikke noget med forskellige navne som SundhedsTinget og FødevarerTinget. Han ville vende det rundt,

Presseklip

Hemmeligheden er at finde en meget lille målgruppe. Nettet er til nichemedier. Fremtidsvisionen for netmedierne er, at vi får nogle få virkelig store portaler, som er gratis. For eksempel dr.dk og tv2.dk. Her kan du alt: finde en kæreste, spille, få nyheder – alt. Og så kommer der en masse små og meget smalle portaler, som kun er for helt særligt interesserede. Med målgrupper på 2-5.000 mennesker. Det er til gengæld mennesker, der gerne vil betale for varen. Altinget kan kun overleve ved at lave uafhængig og kritisk journalistik. Alt det andet kan man få på partiernes, myndighedernes og organisationernes hjemmesider. Hvorfor skulle man betale for det?

Rasmus Nielsen
18. februar 2004, Journalisten

så Altinget blev fast præfiks til portalnavnene. Dermed blev SundhedsTinget til Altinget | Sundhed, der langt lettere kunne afkodes, når fagportalen blev citeret i radioen. Sådan fik Altinget som hovedbrand også mere opmærksomhed blandt dem, der skulle læse stoffet. Det var ikke, for at hr. og fru Danmark nødvendigvis skulle læse Altinget og tegne abonnement, men det var i særlig grad, for at aktørerne blev opmærksomme på, at der skete noget her, som var værd at følge med i. Journalisterne havde alle høje ambitioner på deres portalers og nyhedsbrevs vegne. Produktionspresset var enormt, når der skulle udgives tre-fem elementer per nyhedsbrev, så indholdsmæssigt fandt Lars Igum også på en række faste elementer, som kunne sikre indhold, uden at man måtte gå på kompromis med kvaliteten. Han stod bag konceptet med Altingets debatpaneler, og han samlede selv det første panel. På den måde kunne han sikre sig, at der til eksempelvis tirsdagsnyhedsbrevet fast blev leveret et indlæg. Så kunne han ringe til en kilde og få et svar på det og dermed sikre, at han havde to enheder. Hvis han så også kunne finde noget fakta og dokumentation, havde han et tredje element. Det handlede om at indsnævre det vigtigste for læserne og give dem en oplevelse af at være dækket ind. Han fik det til at se eksklusivt ud, at aktørerne var med i Altingets meget kendte (nyopfundne) debatpanel. Han skulle bare starte det rigtige sted, så skulle de andre kilder nok følge med. “Når han er med, vil du så ikke også?” “Jo, hvis han er med, så ...”

På det kommercielle plan var Lars Igum også ekstremt aktiv. Han havde en bonusordning skrevet ind i sin kontrakt, og han var med chefen ude og sælge abonnementer til store kunder som Lægeforeningen og Sundhedsstyrelsen. Da man igen begyndte at tage universitetspraktikanter ind, fungerede han derudover også som praktikantvejleder. Som i tilfældet med Claus Iversen var selv de ulønnede praktikanter aktivt skrivende og indgik i den faste journalistiske produktion. Det var, før overenskomsten med DJ satte en stopper for den praksis. Den første praktikant blev den statskundskabsstuderende Kristian Lund, der i dag er pressechef ved PFA Pension. Han blev skribent på Sundhed, mens Lars Igum selv tog sig af Fødevarer. Det lykkede også Lars Igum at få overtalt Rasmus Nielsen til at kaste sig ud i forsøget på at tiltrække journaliststuderende. Disse skulle i modsætning til universitetspraktikanterne have løn, men man kunne for relativt få penge få meget arbejdskraft ud af dem, argumenterede han. Den første journalistpraktikant på Altinget blev Ole Hall, der i løbet af det halve års praktik også skulle godkende, at virksomheden var egnet som uddannelsessted for fremtidige journalister. Det vidste Rasmus Nielsen godt, og der blev da heller ikke sparet på efterkritik på artiklerne, firmabetalt morgenmad i Snapstinget, seminarer på Bornholm eller direkte opmærksomhed fra grundlæggeren selv og de uddannede journalister. Ole Hall kunne ikke være andet end begejstret, da han skulle evaluere stedet, og hans praktikforløb det følgende år kom til at stå i skærende kontrast. Det foregik på Jyllands-Posten, hvor han fik et kulturchok. Pludselig var der hierarki, intern rivalisering og praktikanter, der følte sig overset og utilstrækkelige, på en arbejdsplads med langt over hundrede journalister. Han kom i svær grad til at savne pionerånden og sammenholdet på Altinget, hvor der kun var en håndfuld journalister og en klar følelse af, at alle var med til at skabe noget unikt. Kendetegnende for Altinget var helt fra start, at hierarkiet var meget fladt, og vigtigt var det, at man kunne sige alt til chefen, som ikke nødvendigvis altid fulgte de klassiske og gængse nyhedskriterier. Nok kunne han højstemt og med dybfølt patos erklære sin kærlighed til huset Christiansborg, det danske folkestyre og de demokratiske spilleregler. Men samtidig var han også i vid udstrækning drevet af egne sympatier og antipatier, og Lars Igum så ham også til tider som lidt af en lurendrejer, der ofte gik efter devisen “går den, så går den”. En gang imellem kunne chefen finde på at gå ind i systemet, ændre i folks artikler og nyhedsbreve og lægge en eller anden historie på, han lige syntes, var vigtig. “Nej, du skal ikke blande dig.” “Jamen ham her, han fylder 70 år, han er meget vigtig.” “Nej, Rasmus, stop det!” Hvis journalisterne blev irriterede på

Rasmus Nielsen, fordi han enten sagde noget, de fandt, var noget totalt vås, fik en skør idé eller traf en i deres øjne håbløs beslutning, kunne de sige det direkte. “Vi var selvfølgelig også femten år yngre og endnu mere energiske, og som regel svarede han blot: ‘Nå ja, bummelum’, snakkede lidt sort, og så gik det hele videre,” husker Lars Igum. Der var ikke som sådan konflikter eller sammenstød. De ting, Lars Igum sagde til Rasmus Nielsen i de situationer, har han ikke villet sige til chefer på nogen anden arbejdsplads sidenhen. Men på Altinget slap man afsted med det. Der var en meget fri og en meget åben tone. En anden journalist, der ligesom Lars Igum kom til at sætte et tydeligt præg på Altinget i de tidlige år, var Kaare Sørensen, der i dag er digital udviklingsredaktør hos TV 2 Nyhederne. Han skiftede fra en stilling ved Politikens Lokalaviser, og han higede efter at prøve kræfter med det digitale Christiansborg-medie. I en sådan grad at han valgte at gå ned i løn og vinke farvel til pension og overenskomst for at komme ind og være en del af det. Ud over at skrive for Altinget og redigere TV 2’s politiske side fungerede han som strateg, og kort før han atter forlod virksomheden, lanceredes hans plan ‘Mere for mindre’, der på flere væsentlige områder forenkledede processer på sitet og indførte forskellige former for automatiseret indhold. Inden han og Lars Igum tog afsked med Altinget for stedse, gik de to også og bryggede på en plan – halvt i spøg, halvt i alvor: De ville overtage hele biksen. “I festligt lag forsøgte Rasmus at sælge Altinget til Lars og mig,” husker Kaare Sørensen. “Jeg kan desværre ikke huske beløbet. Men jeg tror, det havde været en meget god aftale. Jeg er ikke sikker på, at han helt mente det. Måske mente han det lidt en gang imellem. Det kan også have været en vittighed, han har kørt på os. Vi lavede meget sjov og spas.” Lars Igum supplerer: “Vi syntes, Altinget var det fedeste medie, og at Rasmus på alle mulige måder var for langsom, og at der var et langt større potentiale end det, han fik ud af det, så ja, vi talte om at købe det. Selvfølgelig mest for sjov? På skrømt eller ej, det blev ikke til noget med en overtagelse af Altinget, for snart lokkede et andet medie. I løbet af kort tid fandt en større åreladning af redaktionen sted. Kaare Sørensen, Lars Igum og Anna Rossmann Thejsen fik i sommeren 2006 alle tre hyre ved Nyhedsavisen, lige da den store gratisavis krige tog fart. “Det var ikke så populært,” husker Kaare Sørensen. Han var den sidste af de tre, der skulle ind til chefen og sige op. På det tidspunkt var Rasmus Nielsen ved at være lidt træt af Nyhedsavisen. Det var megen kapacitet, viden og infrastruktur, der røg på samme tid. Det kostede ham i det hele taget dyrt i de år, at han finansierede oplæringen af en række Christiansborg-journalister. At de hurtigt forsvandt igen, var en kæmpe personalemæssig udfordring for Altinget, som ikke kunne stille meget op for at forhindre journalisternes exit, så længe midlerne var små. Kontorerne var trange, sælgere og journalister sad nærmest på skødet af hinanden.

Tilbage i starten af oktober 2004 var noget af det allerførste, der mødte den nye sælger Mette Rosendahl, da hun trådte ind på Christiansborg-kontoret, synet af Lars Igum i boksershorts. Det havde regnet, og han havde som det naturlige i verden taget bukserne af og sat sig til at arbejde ved computeren. Det var med den senere vicedirektørs egne ord “et mega uformelt arbejdsmiljø”, hun var havnet i, og hun var vild med det. Her hørte hun til. Hun var blevet hyret få dage tidligere ved en samtale med Rasmus Nielsen i Snapstinget. Efter de første godt fire år var det for alvor begyndt at slå an med abonnementssalget. Derfor havde han brug for dygtige sælgere. Omend pengesituationen var forbedret, var den stadig ikke strålende, så han havde ikke råd til fuldtidssælgere, men var på udkig efter studerende. Han havde allerede fundet én sælger, Caya Kaad, og var på jagt efter endnu én, der kunne overtage abonnementssalget. Han kontaktede rekrutteringsbureauet StuderendeOnline og måtte give så meget som 2.000 kroner for den tjeneste. En leder herfra vendte tilbage og fortalte, at nu mente hun, hun havde en god kandidat på hånden. Vedkommende læste statskundskab, havde telemarketingenerfaring fra Falck og var fra Vestjylland. Der var sådan set kun den ene kandidat. Til gengæld var det med garantiordning, så hvis hun ikke duede, kunne Rasmus Nielsen få en anden. Men det blev ikke aktuelt. “Både som arbejdsgiver og

Presseklip

DR.dk er langsomt, men sikkert ved at undergrave muligheden for at drive betalte niche-tjenester på nettet. Jeg mener, at stort set alle private medieaktører dybt alvorligt mistolker, at DR hver eneste dag – dygtigt – indtager land fra dem. På Altinget troede vi, at vi skulle forhandle prisen på indholdsleverance til DR, da vi blev inviteret til møde i DR-byen om den nye sundhedsportal. I stedet blev vi tilbudt at købe sponsorplads. Jeg føler mig politisk ladt i stikken og mener, at der burde være politisk regulering på området.

Rasmus Nielsen
13. maj 2008, MediaWatch

som mand er man altid lidt spændt på, hvem der kommer. Hvis det er en kvindelig ansøger, er det altid sådan: Hvad er det for en type? Hvilke værdier har hun? Nu betoner jeg dét med kønnet, men navnlig er det også en meget lille arbejdsplads. Det er vigtigt, hvem det er, man skal dele kontorplads med. Hvem skal ind i rummet og trække vejret sammen med os? Det var en meget vigtig rekruttering.” Og hvad var det da for et syn, der så mødte den ellers så hærdede Christiansborg-journalist? Ikke det, han i sin vildeste fantasi havde forestillet sig. En indtræden og fremtoning *extraordinaire*. “Der kom Mette med sin rygsæk, og dét var ikke noget, man var vant til at se i Folketinget. Jeg havde nærmest aldrig før set nogen, der kom ind i Folketinget med rygsæk. Det har så senere ændret sig. Men dengang var det et særsyn.” Da Rasmus Nielsen var kommet sig over chokket, fik han under samtalen imidlertid et godt indtryk. Den unge ansøger var en meget nærværende, venlig, energisk person med god øjenkontakt, og hun virker sympatisk og kvalificeret. De var et umage par fra allerførste færd, to meget forskellige personligheder. Han er til dyre designerlamper, hun til lavpraktiske løsninger. Fælles for dem var, at de gerne ville se resultater, og de havde ofte samme syn på retningen, men de gik til det på forskellige måder med hver deres metodik. Det skabte i de første mange år en positiv synergi. Mette Rosendahl ville ikke blot sælge, hun ville også rigtig gerne påvirke og opbygge hele organisationen. I starten sad sælgerne på kontoret på Ridebanen sammen med journalisterne, men da der kom en venlig, men bestemt henstilling fra Folketingets administration om problematikken i det setup, gjorde Altinget klar til at udvide for første gang. Salg og administration rykkede til lejede lokaler ved siden af Journalistforeningen på Gammel Strand, hvor også chefen kunne få sit eget kontor. Med den ekstra plads blev det muligt at øge salgsindsatsen yderligere med flere studerende. Mette Rosendahl byggede afdelingen op, kontaktede tidligere kolleger fra Falck og andre unge, hun kendte fra Øresundskollegiet, heriblandt Maria Bierbaum Oehlenschläger, der i dag er virksomhedens korrekturchef. Der gik ikke lang tid, før Mette Rosendahl avancerede og indtog rollen som leder af salgs- og administrationsafdelingen. Hun tog sig af hele bogholderiet, men blev samtidig ved med at sælge. Primært tog hun sig af de store salg, ministerierne, de store gentegninger til universiteterne. Hun kom til at tegne virksomheden på de indre linjer. Strategi, udvikling, retning. Hun sørgede for, at tingene kørte. Endnu var alt helt basalt i firmaet, så det var hende og direktøren, der sammen kørte i Ikea, købte og samlede møbler og jokede med, hvor vigtigt det var for samarbejdet, at man kunne styre et møbel gennem en dør. Samarbejdet med Michael Kellberg intensiveredes også i forhold til at tage beslutninger angående brugervenlighed og design. På det redaktionelle plan var hun tilsvarende inde over. Ikke i forhold til de enkelte historier og dag-til-dag-journalistikken, men overordnet med hensyn til portalernes retning og styrke. Hun deltog troligt i alle redaktionsmøder hver torsdag for også at have fuldstændig føling med, hvad der foregik, og så hun kunne pitche ind med input fra organisationen i øvrigt til journalistgruppen. De ekstra kvadratmeter på Gammel Strand benyttede hun også til at opbygge et netværk af ulønnede praktikanter og studerende, som kunne hjælpe virksomheden med at accelerere lige så hurtigt, som ønsket var. Den samlede kapital var stadig beskeden, og hver gang der blev tjent penge, blev de reinvesteret i nye medarbejdere, der kunne skabe nyt indhold. Det var en positiv cyklus, der kørte måned for måned, hvor virksomheden støt og roligt voksede. Men det var også et maskineri, der havde hårdt brug for fleksible folk, studerende og praktikanter. Det var en af grundpillerne i det fundament, netavisens succes blev skabt på, ud over de fastansatte journalister, som udgjorde kernen i produktionen. I 2007 blev Simon Hanghøj ansat som sælger, og Mette Rosendahl så hurtigt, at han havde flair for det administrative. Han blev en uvurderlig støtte for hende i mange aspekter, og hen ad vejen overtog han hendes plads på det administrative og det kommercielle område, så de kom til at dele lederskabet for de studerende, der solgte. Ad to omgange fungerede Simon Hanghøj også som hendes barselsvikar. I de første man-

ge år, hvor det alene var Mette Rosendahl og Rasmus Nielsen, der styrede forretningen, så de, hver gang de havde penge mellem hænderne, hinanden i øjnene, diskuterede, analyserede og regnede på, hvad det næste projekt skulle være. Hun stod for den analytiske tilgang, han fulgte sin mavefornemmelse, og den kombination var i en årrække opskriften på succes. Altinget gik med Mette Rosendahl i ledelsen ind i en lang og god periode med organisk, kontrolleret vækst, og det hører med til historien, at hun og direktøren reelt sad og diskuterede, hvor meget vækst de egentlig skulle have i det kommende budgetår. Mange gange nøjedes de med at budgettere med 15 procents vækst. Hvis det blev mere end det, syntes de ikke rigtig, de kunne følge med. Der kom mange nye ansigter, og risikoen ville også blive lidt for stor, hvis de ikke kunne styre det. Rasmus Nielsen kaldte hende konsekvent for “fru 101 procent”, for det budget, hun lagde, overholdt hun. Aldrig under, men lige på eller lidt over. Hun kørte bevidst på sikre kort, for hun havde respekt for og vidste, det var direktøren personligt, der i sidste ende var hængt op økonomisk. Hun var indstillet på at beskytte den grundlæggende privatøkonomi, for der var ikke en stor fond eller en pengetank i ryggen, der kunne dække af, hvis de tog for store chancer. “Det er faktisk meget værdifuldt for mig,” siger Rasmus Nielsen. “For det har jeg ikke været vant til hverken før eller efter. Det har hun et stort talent for. Det er en virkelig vigtig ting, som også medarbejderne har kunnet takke hende for. At vi ikke skulle skride til fyringer eller andre ting. Men det har også nogle gange været irriterende for mig, fordi Mette godt kunne finde på at sige blankt nej. Nogle gange når et par medarbejdere og jeg sad og havde fået en idé, vi var blevet rigtig forlystelsessyge på, sagde jeg til dem: ‘Vi må gå ind og se, om vi kan få lov af Mette.’ Det var ikke altid, vi fik lov. Men det var så også godt, for det havde sikkert været for risikofyldt.” Efter fem år i virksomheden valgte Rasmus Nielsen i 2009 at forfremme Mette Rosendahl til vicedirektør. En position, hun holdt frem til 2016, hvor ledelsesgruppen var blevet udvidet betydeligt med både en økonomichef og en salgschef. Ved strukturændringen fik hun tildelt posten som strategi- og udviklingschef. Selvom ændringen i første omgang irriterede hende, vendte hun hurtigt situationen til det konstruktive. Nok er hun generalist og kan lidt af det hele, men det er i forhold til strategi, opstart af nye, store projekter og fundraising, hun har sine skarpe kompetencer, og sammen med Kristoffer Hecquet og Anne Justesen skabte hun en velsmurt afdeling, hun i 2017 kunne give videre til de to, da hun skiftede til en stilling som udviklingsdirektør ved Mediehuset Ingeniøren. Blandt de store projekter, Mette Rosendahl har været med til at løbe i gang med dygtig fundraising, kan nævnes portalerne EU, Udvikling og ikke mindst Civilsamfund. Hendes sidste, store svirp med halen blev aftalen, hun landede med Google, som sikrede Altinget en milliondonation til udvikling af robotjournalistik. Med hendes afgang i 2017 sluttede en lang epoke i både Altingets historie og i Rasmus Niensens arbejdsliv. “Selvom vi hverken var gift eller forlovet, kom vi til at minde om hinanden, fordi vi var så meget sammen. Det var dag ind og dag ud, det var tæt. Hun var altid i godt humør, havde overskud. Det er meget værdifuldt. Mette kan utroligt meget. Og samtidig har hun blik for journalistik, hvilket også er meget vigtigt. Det er det ikke alle direktører, der har. Hun nærer kærlighed til politik og til den objektive journalistik. Hun er en sand generalist, hun kan det hele, og det er der brug for i organisationen. Per Mikael har på et tidspunkt sagt, at der er få af Mettes type. Generalister, der kan det hele. Som kan skabe resultater, og som er gode i en organisation. Derfor fik hun også meget hurtigt mere og mere plads, i takt med at organisationen voksede. Det gav sig selv. Man skal også sige en anden ting i kærlighed. Ved afskedsreceptionen i den nye kantine på Ny Kongensgade var der en fantastisk, lille, fin situation, hvor talerne var holdt, blomsterne givet, og folk begyndte at gå. Mette sad ved siden af mig, og da kom der bare en enkelt ægte tåre indefra. Og jeg tænkte: ‘Åh, nu er det lange kapitel slut.’ Det var ikke flæbende, det var bare ægte. Det har jeg dog aldrig oplevet. Det var et vigtigt øjeblik for os begge to. Det viser noget om, hvor meget Mette har betydet.”

Presseklip

Overordnet står politikerne nu ved en skillevej, hvor de skal til at omfordele mediestøtten. Vil de give penge ud til statsmedier, eller vil de gerne have skatte- og momsindtægter fra et mediemarked, der er drevet frem på privat virkelyst. Jeg er bekymret for Altingets fremtid. I næstværeste fald vil der blive tale om at flytte selskabet til udlandet, og i allerværeste fald – lukning. Det vil blive besluttet inden for de næste tre år.

Rasmus Nielsen
13. maj 2008, MediaWatch

Omend diffust og svært at sætte ord på har der alle dage på Altinget hersket en fælles fornemmelse af, at stedet besidder en helt særlig stemning, en ånd, forstærket af et unikt iværksættermiljø og et kollegialt sammenhold i særklasse. Rasmus Nielsen har selv bevidst eller ubevidst ageret katalysator for denne husets særlige ånd. Allerede første gang, Niels Th. Dahl talte med Rasmus Nielsen, gik det op for ham, at det var et meget specielt menneske, han havde med at gøre. Og efterfølgende fandt Th. Dahl ud af, at Altinget i samme grad var et ganske særligt sted. Han skulle interviewe Altingets direktør til en interessentanalyse, og da interviewet var færdigt, var Rasmus Nielsen forundret over, hvem den unge mand egentlig var, og spurgte, imponeret over interviewstilen, ind til hans baggrund. Der gik ikke lang tid, før Th. Dahl i 2006 søgte en stilling og kom til samtale. Med det samme kunne han mærke, at direktøren gerne ville have ham, så i virkeligheden var det ikke en rigtig samtale. Da tiden var gået, sagde direktøren: “Ja, nu må vi lige drøfte, bum bum.” Efter få minutter ringede han tilbage med positivt svar. Th. Dahl fandt det enormt impulsivt, og sådan blev det under alle omstændigheder opfattet af journalisterne, da de fandt ud af, at chefen havde ansat en *teolog*. Det var i mange år et særkende ved Altinget, at det var et af de få steder, hvor man kunne komme ind og få chancen på Christiansborg uden nødvendigvis at have erfaringen fra praktiktid ved en politisk redaktion. Rasmus Nielsen brød med det system og hentede folk ind, han troede på og fandt talentfulde. “Det var måske også en del af dynamikken,” siger Jørgen Skadhede, der kom til Altinget i 2009. “Nu kan jeg kun tale for mit eget vedkommende, men man følte, at man skyldte. Man havde fået en chance, som man måske godt vidste, man ikke havde fået andre steder. Og så skulle man betale af på det. Filosofien fra ledelsen var, at der var utroligt meget frihed under ansvar. Man fik tildelt en redaktørtitel og to nyhedsbreve, man skulle passe. Hele vejen rundt var det fuld skrald. Folk knoklede, så sveden sprang, og en gang imellem næsten så det blødte. Alle journalisterne var unge, og der var kun få, der havde børn, så der var fuld bemanding til sent ud på aftenen. Folk kunne virkelig give den en skalle. I modsætning til andre mediarbejdspladser var der på Altinget ikke rundsave på albuerne eller nid og nag blandt de ansatte. Det var ikke alene, fordi vi havde det godt med hinanden. Det skyldtes også, at vi ikke kæmpede om en fælles forside. Vi havde ganske vist gratisportalen, men der var let adgang til den. Vi var ikke konkurrenter, vi havde hver vores. Dermed også hver vores forside på sin vis. Det var skarpt defineret, hvem der dækkede hvad, så vi kæmpede ikke om de samme historier. Der var ingen chefer, ingen intern positioneringskamp om forfremmelser og den slags. Det skabte et enormt godt sammenhold og kammeratskab blandt journalisterne,” mindes Jørgen Skadhede.

Men ét var forholdet mellem journalisterne indbyrdes på Altinget. Noget andet var forholdet til de øvrige journalister på Christiansborg. Den mærkeligste oplevelse ved at starte på Borgen var for Niels Th. Dahl på egen krop at mærke mediernes hierarki. Politikerne agtede Altinget højt. Men internt mellem journalisterne på Borgen lå Altingets folk klart nederst i hierarkiet. Normalt er det en naturlig del af kulturen på Christiansborg, at hvad enten man arbejder for administrationen, et parti, et medie eller som rengøringspersonale, så hilser man på hinanden. Det er som en lille landsby. Men når Altingets folk gik forbi journalisterne fra de større dagblade på gangene, ville de ikke hilse. Det virkede besynderligt. Opsigtsvækkende. “Det bidrog til en følelse af, at man var anderledes. Det gav samtidig et særligt sammenhold, fordi man sagde: ‘Nu skal vi kraftedme vise dem.’ Det bidrog måske også i et vist omfang til et mindreværdskompleks på Altinget, som jeg, i hvert fald efter jeg blev tillidsmand, gjorde det til et selvstændigt mål at prøve at komme af med,” fortæller Niels Th. Dahl. I tillæg til de øvrige mindreværdskomplekser vidste journalisterne også godt, at lønningerne var forholdsvis lave sammenlignet med andre Christiansborg-journalisters. Der var ingen pension, ingen afspadseringsordning, ingen barsel. Man var ansat med et antal kroner og ører, og så måtte man selv finde ud af resten. Det var også en af årsagerne

til, at mange brugte Altinget som et slags springbræt til at komme ind på Christiansborg og videre til et “rigtigt” medie. At det var svært for Altinget at holde på folk, brugte først Martin Kaae som tillidsmand og siden Niels Th. Dahl i argumentationen over for Rasmus Nielsen. Hvis man ville op at spille i den store liga, så blev man nødt til at give nogle bedre forhold. Rasmus Nielsen var modtagelig over for argumenterne og ville også gerne være den gode arbejdsgiver, som passede godt på sine ansatte. “Han kunne finde på at sige, at ‘vi understøtter ikke blot vore medarbejdere, vi understøtter hele familier.’ Godt gammeldags, klassisk arbejdsgiveransvar følte han,” husker Th. Dahl. “Det var ikke altid, han selv kunne finde derhen, men det kunne Martin og jeg så hjælpe ham lidt til. Forhandlingerne om den første overenskomst gik grundlæggende ret nemt. Mette var den skrappe, men det var også hendes pengepung. Det lykkedes at få indfaset pension, afspadsering og en minimal barselsordning til at starte med. Forretningen begyndte også at gå ret godt på det tidspunkt. Lønnen steg, og det begyndte at blive et rigtig godt sted. Det var det sådan set hele tiden, men det blev bedre. Og det blev et sted, hvor man tænkte: ‘Her vil jeg gerne være et stykke tid,’ og ikke: ‘Det skal bare lige overstås, og så skal jeg videre til et sjovere sted.’ Overenskomsten gav en stabilitet, og efterhånden fik Altinget mere og mere anerkendelse.

“Der var nemt at være tillidsmand sådan et sted; der var aldrig nogen, der skulle fyres,” fortæller Jørgen Skadhede. I årene efter finanskrisen var der smalhals alle vegne – ikke mindst i medieverdenen, men Altinget kørte videre, åbnede nye portaler og ansatte flere nye medarbejdere. “Folk spurgte ofte: ‘Hvad er det, I tjener jeres penge på? Hvordan hænger det sammen?’ En gang imellem kom man selv helt i tvivl. På redaktionen jokede vi med, at ‘det her kan ikke være rigtigt, det må være ét stort Stein Bagger-foretagende, hvor Rasmus har gang i en eller anden leasing-karrusel. På et tidspunkt falder hele korthuset sammen.’ Det gjorde det heldigvis ikke. Men det var uvirkeligt, for kollegerne på de andre medier var udsat for den ene fyringsrunde efter den anden. Det var bare noget helt andet hos os. Der var ikke noget, der ikke kunne lade sig gøre, og hvis direktøren havde været ude til et møde i byen, vidste man aldrig, om han kom hjem med en ny vandmølle eller et nyt hotel. Det var ret fantastisk.” Fra at have ligget nederst i hierarkiet gik Altinget til at blive regnet som en værdig med- og modspiller i medieverdenen. Jørgen Skadhede begyndte at få opkald fra journalister ved store medier, som forespurgte om muligheden for ansættelse på Altinget. Om der var stillinger på vej? Den interesse var ny. Hvor Altinget hidtil havde været talentfabrikken, der afgav de dygtigste folk til de andre medier, begyndte der pludselig at komme interesse den anden vej.

Det exceptionelt flade hierarki, der siden starten havde hersket på redaktionen, afspejlede sig gennem mange år ved redaktionsmøderne i Snapstinget hver torsdag morgen, hvor alle redaktionelle medarbejdere var med. Også universitetspraktikanterne. Alle havde noget at skulle have sagt og kunne byde ind. Ofte lagde den entreprenante og idérige direktør ud med en peptalk, der både kunne bevæge sig i journalistiske og kommercielle retninger. Til tider opstemt og vidtløftigt, og en gang imellem ud ad en tangent, der efterlod journalisterne i tvivl om, hvilket kosmisk univers de befandt i. Altingets evigt spøgefulde sønderjyde, journalist Ole Toft, har en analogi om Rasmus Nielsens to hjernehalvdele, der rummer både ‘den dygtige forretningsmand’ og ‘publicisten helt ind til knoglerne.’ Det er lidt forskelligt, hvilken hjernehalvdel der taler, og det er i virkeligheden nogle gange to modsatrettede interesser. Men han indkapsler dem begge, og det er også det, der gør, at han er i stand til at få gode idéer. Rasmus Nielsen har evnen til tænke ud af boksen og se tendenser, før mange andre ser dem, og han har samtidig den fornødne naivitet og det gåpåmod, der også skal til for at være iværksætter. Redaktionsmøderne var også et særligt rum, hvor direktøren og vicedirektøren kunne lufte forskellige planer om det ene eller det andet, og hvor journalisterne kunne tale om, hvordan det kunne og skulle gribes an. Det havde næsten karakter af storråd, og der blev lyttet fra ledelsens side. Det var meget specielt og kunne næppe

Presseklip

Den øjeblikkelige krise kan og vil højst sandsynligt vise sig at være en fordel for netmediernes. Krisen gør, at alle stopper lidt op og overvejer, om de kan gøre tingene lidt smartere – det betyder flere digitale satsninger. På den måde kan krisen blive en katalysator for nettet. Der bliver tænkt anderledes nu, og det kan jeg sagtens forestille mig vil være til nettets fordel.

Christian Peytz
28. januar 2009, Jyllands-Posten

sammenlignes med noget, der foregik de fleste andre steder. “Der var virkelig kort fra tanke til handling,” siger Jørgen Skadhede. “Når man fik en idé på torsdagsmøderne, var der ret kort til, at den kunne realiseres. ‘Skal vi ikke begynde at lave nogen debatarrangementer? Skal vi ikke lave et magasin til valgkampen?’ Der blev handlet på tingene, og der blev ikke lavet store markedsanalyser, inden man lavede nye nyhedsbreve. Det var båret af mavefornemmelser. ‘Så angriber vi igen i morgen!’ Det var meget general Custer-agtigt på den måde. Det var indbegrebet af, at vi var en lille iværksættervirksomhed, hvor alt kunne lade sig gøre, og hvor tingene gik hurtigt.” Det kom også til udtryk, da Mads Bang en dag kom udefra med en idé og et koncept til at lave en stor analyse af den politiske magt i Danmark. Det blev der givet rum og plads til. Magtanalysen udkom første gang i september 2012 og var en ambitiøs og omfattende gennemgang af magten i regeringen og i ministerierne, og den indbragte Mads Bang og Altinget Anders Bordings Mediepris året efter.

Gennem tiden har der på Altingets redaktion hersket forskellige skoler, i forhold til hvorvidt Altinget skulle satse på at være det eksklusive nørdemedie eller et omnibusmedie. Niels Th. Dahl advokerede kraftigt for det førstnævnte, for hvilken værdi er der i at lave et medie, der er ligesom alle de andre? Samtidig var det dengang heller ikke muligt for Altinget at konkurrere på de andre mediers bane. Det var i tiden, før Altinget var berettiget til at modtage mediestøtte, og før annoncesalget for alvor tog fart. Al indtægt var baseret på fagportalerne. Hvis man valgte at lave en omnibusportal, hvad skulle så drive den? Hans filosofi var derfor, at man skulle gøre en dyd ud af nødvendigheden og være stolt af den ekspertise, man besad. Og samtidig definere, hvad det var, man ikke skulle være. Han foreslog derfor, at Altinget skulle have et værdisæt. Publicistiske principper, som journalisterne besluttede sig for selv at finde frem til. De holdt en faglig dag, hvor de satte sig i journalist Anders Jerkings lejlighed og i fællesskab definerede principperne, der fik den kække forkortelse VIP for væsentlighed, indsigt og perspektiv.

Væsentlighed

Altinget vægter historier med substans, der kan få konsekvenser, over historier med sensation og identifikation. Altinget fravælger pop og ser på det, der kan få en konkret betydning for nogen eller noget.

Indsigt

Altingets historier skal præges af faglig indsigt og evne til at formidle vanskelige problemstillinger. Altinget vægter grundighed, så der altid er korrekte oplysninger og fakta i artiklerne.

Perspektiv

Altingets artikler fortæller ikke kun, hvad der sker – men også hvorfor. Altingets artikler har historikken med og ser fremad, så artiklerne ikke kun bliver i den umiddelbare konflikt. Altinget vægter en analytisk tilgang til nyhederne.

Mens journalisterne sad og formulerede principperne, grinede de samtidig også lidt af det, for de syntes, der havde et skær af konsulentbingo over sig, husker Jørgen Skadhede. “Men jo mere jeg er kommet på afstand af det, desto mere synes jeg faktisk, det er genialt fundet på. For det er virkelig kendetegnende for den journalistik, Altinget gerne skal lave. Desuden indrammer måden, hvorpå principperne blev til, på smukkeste vis Altinget-ånden. En lille dedikeret, fasttømret gruppe sad over chili con carne og udviklede et slogan og et princip for vores journalistik. Garneret med rødvin og Bezzewizzer. Det står ret stærkt for mig. Det ville have kostet noget nær en million hos et konsulentbureau, og de ville ikke have nået frem til noget, der tilnærmelsesvis kunne ramme det lige så godt.” Hverken Rasmus Nielsen eller Mette Rosendahl var med til processen. De viste journalistgruppen fuld tillid og

uddelegerede ansvaret til redaktionen, der tog det på sig. Efterfølgende blev principperne præsenteret for de to i ledelsen, der applauderede uden at rette et eneste komma.

Gennem det meste af virksomhedens historie har Rasmus Nielsen som tidligere antydnet i stor stil benyttet sig af universitetspraktikanter i arbejdsstyrken. I virksomhedens tidlige år som reelle journalister og portalredaktører. Under Mette Rosendahl gled universitetspraktikanterne over i en rolle som researchere, en støttefunktion for journalisterne. Praktikanterne fik stadig lov at skrive artikler i ny og næ, men gik ikke længere ind og erstattede fuldtidsstillinger. I foråret 2008 begyndte Altingets nuværende nyhedsredaktør, Kasper Frandsen, og undertegnede på samme hold af universitetspraktikanter. Det var i starten et lidt mærkeligt forløb, hvor vi sad afskåret fra alle andre på en etage for os selv på Gammel Strand. En gang imellem kunne vi høre Mette Rosendahl øve flamencodans i lokalet over os. Og en sjældnen gang var vi heldige at møde Rasmus Nielsen, der havde kontor på samme etage som os. Vi sad og skrev navnenyt og ventede på, at fastnettelefonen kimedede. Af og til var det journalisterne, som regel Ole Toft, der havde fået en hurtig, løst defineret idé til en researchopgave. Men oftest var det vrede DK Hostmaster-kunder, der skældte os huden fuld, indtil de opdagede, vi ikke havde noget med det at gøre. Altinget havde åbenbart overtaget et af deres tidligere telefonnumre. Men når det er sagt, blev vi også hurtigt kastet ud i opgaver med kød på. Der gik ikke længe, før Kasper Frandsen bragede igennem med et interview med Niels Helveg Petersen, der på grund af Altingets daværende aftale med Børsen også blev bragt i en ægte papiravis. Han var ikke til at skyde igennem. For mit eget vedkommende fik jeg i løbet af den første uges tid fornøjelsen af at interviewe Erik Ninn-Hansen, Uffe Ellemann-Jensen og Frank Jensen til kioskbaskeren “Dengang alder spillede en rolle”, der blev til i samarbejde med Altingets politiske analytiker, Erik Holstein. Denne første Kooperation lagde grunden til et upåklageligt løbende samarbejde, hvor vi af årsager tabt i glemslens tåger i interne toner titulerer hinanden henholdsvis doktor Stein og pastor Mølgaard. Efter endt praktiktid blev jeg hyret som leder af researchafdelingen, og gennem mange semestre røgtede jeg min hjord af fromme praktikanter, der ved praktikafslutning hver især fik et passende skriftsted med på vejen. Som Altinget voksede, voksede kravet til produktion af servicestof tilsvarende. Efterhånden antog praktikantholdene gargantuanske størrelser, hvilket ikke var gavnligt for nogen i længden. På et tidspunkt efter tilstrækkeligt mange gange at have fortalt ledelsen min lignelse om, at hele researchredaktionen var en sisyfosisk tømmerflåde, der ved hvert semesterskift blev hugget til pindebrænde, hvorefter jeg alene måtte samle en ny, forbarmede Mette og Rasmus sig og tillod brugen af lønnede studentermedhjælpere, der kunne stå for navne-, kalender- og debatstoffet, så universitetspraktikanterne ikke længere indgik som så vitalt et led af produktionen. Det særlige præg på virksomheden, researchredaktionen gennem tiden har sat, er ikke mindst den slet skjulte hemmelighed, at afdelingen gennem alle år har fungeret som en form for *graduate programme*, uden at den fra start nødvendigvis var tænkt sådan. Det er nærmest fast kutyme, at en eller flere bliver suget ind i virksomheden efter endt praktikforløb eller ved studenterstillingens ophør. “Det har givet sindssygt meget til ånden i virksomheden, at rigtig mange i medarbejderstaben er kommet ind på den måde,” siger journalist Tyson Lyall, der selv startede som universitetspraktikant i 2010. “Det er, som om at når der er kommet nye talenter, så har de bare passet fantastisk godt ind. Kristian Andersen, Anne Justesen, Nikita Selvig og Martin Lyngbæk Olsen. Det er en virkelig intelligent måde at rekruttere folk på, der svarer til at have folk til jobsamtale i et halvt år. Så får man lige dem, man gerne vil have. Dem, der passer ind.” I forbindelse med folketingsvalget i 2011 samarbejdede Altinget med Jyllands-Postens politiske redaktion, og Anders Jerking blev udpeget som tovholder for dette projekt. Det fungerede samtidig som en prøve på den stilling som redaktionschef, Rasmus Nielsen og Mette Rosendahl pønsede på at oprette. Operationen gik godt, og efter at have været konstitueret på posten gennem en længere periode blev

Presseklip

Nu er krisen jo lige begyndt, men vi mærker ikke noget endnu. Der er ingen afmatning i forhold til for et år siden, men vi sælger heller ikke særlig mange annoncer, og vi har mange offentlige abonnenter, og de sidder jo temmelig sikkert i det. Annoncevæksten vil nok ske langsommere, men vi budgetterer ikke med stor vækst. Der vil altid – også i krisetider – være behov for politisk journalistik og information. Det er ikke noget, vi er gået efter, da vi grundlagde Altinget, men vi kan godt mærke, at det er meget heldigt nu. Vores ansatte journalister bævrer ikke af jobusikkerhed. Vi har ikke haft afskedigelser og har heller ingen planer om det.

Rasmus Nielsen
28. januar 2009, Jyllands-Posten

Jerking som redaktionschef fast. Ledelsen blev udvidet som et naturligt led i professionaliseringen, for behovet for redaktionel koordinering var vokset støt i lighed med virksomhedens vækst. Som noget særegent fortsatte Jerking dog et langt stykke hen ad vejen som portalredaktør samtidig med chefrollen. Han holdt for meget af at skrive til at slippe det helt. Han var kommet til Altinget i 2010 fra gratisavisen 24timer på anbefaling af Poul Madsen. ”Tag ham! Jeg ville selv ansætte ham, hvis jeg havde en stilling,” havde ordren fra Ekstra Bladets redaktør prompte lydt. Rasmus Nielsen havde knap nået at sige navnet til ende. For Anders Jerking havde det været et interessant skifte pludselig at skulle skrive til helt ekstremt få læsere. 24timer kom på dette tidspunkt i et kæmpestort oplag og var blandt landets mest læste aviser. Men vel at mærke ikke læsere, der havde bedt om at få den avis. Han havde følelsen af, at dét, han sad og skrev på 24timer, ingenting betød for utrolig mange mennesker. Omvendt betød journalistikken på Altinget ekstremt meget for ganske få. Det fandt han enormt journalistisk tilfredsstillende, og han kom til at holde meget af de områder, han kom til at dække, transport- og miljøpolitikken, hvor han havde mulighed for at komme dybt, dybt ned i substansen. Da han gik fra at være kollega til at blive redaktionschef, blev det i første omgang mødt med skepsis fra en del af redaktionen. Man var vant til det ekstremt flade hierarki, hvor kun Rasmus Nielsen og Mette Rosendahl tegnede ledelsen. Og man var i tvivl. Var det mere en titel af navn end af gavn? Eller skulle han reelt også lede og fordele arbejdet? Skulle han pludselig til at diktere, hvad den enkelte portalredaktør skulle skrive? Det faldt dog ret hurtigt på plads, bekymringerne blev gjort til skamme, og alle – selv de mest skeptiske blandt medarbejderne – var enige om, at han var et godt, hvis ikke det bedste, valg som Altingets første redaktionsleder. Han gik til jobbet på meget professionel vis. Fagligt dygtig, meget vellidt, ydmyg. Han havde den enorme fordel, at han var en insider. Han kendte kulturen, stedet, ledelsen og medarbejderne, og han vidste, hvilken faglighed de stod for. Han kendte alt. At den enkelte journalist havde ansvar for sit eget, var for ham et stærkt og holdbart koncept, han ikke ville røkke ved. At man har så meget ejerskab, giver for langt de flestes vedkommende også stor arbejdsglæde. Folk er pligtopfyldende, leverer og strækker sig langt for at få tingene til at gå op, fordi de føler ansvar og kærlighed for deres eget område. Konstruktionen er dog ikke uden ulemper. Det er en låst struktur. Der er kun en vis båndbredde. Det gør, at der på de fleste dage kan leveres rigtig god, gedigen journalistik, men sjældent er der ressourcer til at lave det helt ekstraordinære. Man er kun én mand til at lave nyhedsbrevet. Journalisterne ved ofte rigtig meget, så der er potentiale til at udfolde tingene langt mere. Altingets redaktion er dygtig, men det er et *skeleton crew*, hvor man ikke sådan lige kan tage fire mand ud, der så knokler løs med en sag og vender tilbage fjorten dage senere. I sin tid som redaktionschef forsøgte Anders Jerking at bløde op på den fastlåste konstruktion, og der blev nedsat forskellige former for gravergrupper i det helt små, men det var svært. ”Der var helt klart et journalistisk potentiale, som var uforløst, og når det en gang imellem lykkedes, viste det sig også, at Altinget formåede at sætte dagsordenen. Kasper Frandsen lavede en virkelig flot afdækning af ulandsbistanden, der blev brugt lidt for kreativt til at dække asyludgifter. Det var noget, det blev prioriteret, at han skulle have tid til. Fordi han dækkede området og kunne se, at kilderne krævede noget ekstra. Lasse Lange og Ole Toft dækkede HPV-sagen, hvor Altinget var et af de første medier, der satte fokus på den problemstilling, der blev skabt som følge af TV 2-dokumentaren om pigerne med symptomer, der ikke blev taget alvorligt af systemet. At der var blevet skabt et helt vildt skævt billede af, hvor farlig vaccinen var, og at det faktisk var et rigtig stort problem, hvis de unge ikke blev vaccineret. Det er nogle af de projekter, der kom ud af det. Hvor vi sagde, at vi kunne lidt mere, hvis vi brød op i den faste struktur. Det var der et stort potentiale i. Det er også en rigtig god kvalitet, at man bliver på sagen. Også når de andre medier er videre.” Da SF’s formand, Villy Søvndal, trak sig, var Altingets abonnenter de første, der modtog nyheden. Det var en milepæl, ikke ale-

ne for redaktionen, men for hele virksomheden. I de ti minutter, der gik, inden SF selv sendte en pressemeddelelse ud, var Erik Holsteins artikel og lange interview den eneste kilde på historien. TV 2 News citerede Altinget. Radioavisen gjorde det samme. Det var et gennembrud for Altinget som medie. Seksten dage tidligere, 22. august 2012, havde udenrigsministerens særlige rådgiver, Claus Perregaard, slentret en tur langs havnen med Holstein. De havde egentlig aftalt at mødes over en øl, men Perregaard spurgte, om de ikke hellere skulle gå en tur i fred og ro. De mødtes ved Holmens Kirke, og det var under deres halve times gåtur, rådgiveren leverede den nyhed, alle mediers politiske redaktioner brænder for at have solo. Søvndal havde tænkt sig at gå, og kunne Holstein mon være interesseret i at lave afskedsinterviewet? Et retorisk spørgsmål.

Holstein, en journalist af den gamle skole, har siden 1993 haft Christiansborg som sit revir. De første mange år for B.T., hvor han særligt kastede sig over rets- og udlændingepolitikken. Han står bag biografier om henholdsvis Mogens Lykketoft og Marianne Jelved samt debatbogen ‘Det frontale kultursammenstød’. Fra efteråret 2005 fik han Altinget som sin løbebane, først som portalredaktør for integrationsportalen (der ad omveje endte som socialportal), men hurtigt blev han fast politisk analytiker og kommentator på Christiansborg-portalen. Han har et stort og veludbygget kildenetværk, ikke mindst i SF, som grundet kursskifte, succes og regeringsdannelse i de år var et af de mest interessante partier at beskæftige sig med. Når det lykkedes at få Søvndal-historien, skyldtes det grundlæggende, at Holstein havde fulgt partiet enormt tæt, og at der på Altinget var blevet givet rum til, at han kunne lave de dybe analyser, der ikke kun skøjtede hen over udviklingen. Det var et kriterium, at man vidste, hvad man skrev om, og hvad der foregik i partiet, og at man var gået dybere end de andre journalister. Da de i SF skulle vælge, hvem der skulle have historien, stod valget mellem Erik Holstein og en journalist på et landsdækkende medie, som også har en meget stor viden om partiet. Det faldt ud til Holstein og Altingets fordel. De seksten dage mellem turen langs havnen og afsløringen af formandens retræte var højspændte. Holstein var hele tiden nervøs for, at historien skulle løbe. Thorning fik ikke noget at vide før aftenen før, og der var også kun ganske få partisoldater, der vidste noget. På morgenen for afsløringen var tingene ved at skride. Journalister fra den øvrige presse begyndte at ringe til SF og spørge lidt løst, om der var noget nyt om Søvndal. Rygtet var ude, men ingen vidste noget konkret. Holstein frygtede, nogen skulle nå at publicere en historie om rygtet, der svirrede. Hos SF delte man nervøsiteten, og Altinget fik lov at sende historien ud en halv times tid før planlagt. Nu var Villy Søvndal fortid som formand. Med Altinget som eneste kilde. ”Det var et udtryk for meget mere end blot et skulderklap for det arbejde, Holstein havde lavet,” siger Anders Jerking. ”Det var helt åbenlyst et tegn på en anerkendelse og en respekt, der var bygget over et langt, sejt træk. En milepæl, der virkelig markerede, at Altinget havde rykket sig og var et andet sted. Som nok er Holsteins fortjeneste, i og med at han har de gode kilderrelationer til SF, som gjorde, at han kunne få historien. Men det var også en anerkendelse af hele mediet som troværdigt, at det var der, man valgte at bryde den kæmpestore historie. Det kom oprigtigt bag på mange, at en historie af den kaliber skulle offentliggøres i Altinget. Det var noget, der blev lagt mærke til.”

Der blev også lagt mærke til Altinget et lille års tid efter. Men det var af helt andre årsager. Skæbnen ville, at et inferno brød løs i samme stund, Altingets nyudnævnte EU-korrespondent, Rikke Albrechtsen, ved et DHL-stævne mødte sine kolleger for allerførste gang. Samme dag havde Altinget bragt en EU-artikel, der havde fået politikere, meningsdannere, journalister og ikke mindst klimakommissær Connie Hedegaard helt op i det røde felt. Fra sidelinjen kunne den nye EU-korrespondent måbende iagttage sin nye arbejdsplads blive slynget rundt i en shitstorm med baggrund i et ganske særligt slikprodukt. Forhistorien var, at EU’s tobaksdirektiv skulle justeres. I den forbindelse var der fremsat et forslag fra nogle parlamentarikere om, at man skulle se på slik, der imiterede tobak. ”Intentionen med at

Presseklip

Fordelen ved Altinget er, at det er journalisten selv, der trykker på knappen. Der er ikke en redaktionssekretær og en masse andre inde over, hvor der er risiko for, at det bliver lækket. Det her er jo også ekstremt følsomt, og det er kun meget få, der kan kende til det på forhånd. Hvis man gerne vil styre processen, så gælder det om at holde det rimelig stramt.

Tasja Parize
SF’s pressechef 2011-2012
10. september 2012, Journalisten

skrive historien var, at rigtig mange EU-historier først bliver skrevet i det øjeblik, hvor det i princippet er for sent, hvor tingene skal implementeres i dansk lovgivning. Beslutningsprocessen, hvor tingene bliver formet, ligger i virkeligheden mange år tilbage i tiden, så historien blev til ud fra tankegangen om at diskutere og belyse det, mens det stadig var i proces og kunne ændres. Det var de gode intentioner, der lå bag,” siger Anders Jerking.

Artiklen røg afsted med rubrikken ‘EU vil forbyde lakridspiber’, som på de sociale medier eksploderede i en pyroteknisk stormvind, der spredte sig ustoppeligt. Det var Altingets første oplevelse med en artikel, der gik viralt. Og dét, der gik viralt, var kun rubrikken og ikke selve historien. Når andre medier citerede den, fik de ikke alle forbehold, der er i artiklen, med.

“Havde den heddet ‘EU-parlamentarikere foreslår forbud mod tobakslignende slik’ eller ‘EU-parlamentarikere vil forbyde chokoladecigaretter’, som, man vidste, ville være dækket, havde det på mange måder været en fin historie. Men vi nåede helt ind i en semantisk diskussion om, hvorvidt en pibe er et tobaksprodukt eller ej. Det var meget Magritte,” siger Rikke Albrechtsen.

Proportionerne var groteske. Artiklen landede lige midt i en international krise, hvor Obama efter giftangrebet i Syrien havde talt om, at den røde linje nu var overtrådt. Der var møde i Udenrigspolitisk Nævn, hvor man alvorstungt skulle beslutte, hvordan Danmark skulle forholde sig, i fald USA gik ind i Syrien. Skulle vi gå med? Ud fra mødet kom udviklingsminister Søren Pind – med en lakridspibe i munden. Det var uvirkeligt. Rikke Albrechtsens første tid på Altinget begyndte således en kende anderledes, end hun havde forestillet sig. Som tjans nummer et blev hun kastet ud i oprydningsarbejdet efter lakridspibesagen, og derpå skulle hun, uden nogensinde at have beskæftiget sig med tv før, stå for en EU-programrække, som Altinget og DK4 i samarbejde stod for. Men omsider kunne hun få lov til at koncentrere sig om hverdagen og kontorindretningen i Bruxelles. Når Altinget overhovedet kastede sig ud i satsningen med at oprette et EU-kontor, var det ikke mindst på grund af Rasmus Niensens egne præferencer og store kærlighed til EU-stoffet. Alle dage har han været oprigtigt optaget af og fokuseret på det europæiske samarbejde. Og for Altingets fagportaler gav det fantastisk god mening at få en fast base i Bruxelles, da så ekstremt meget faglovgivning stammer herfra. Rikke Albrechtsen var blevet ansat som Altingets eneste flydende reporter, der skulle bidrage bredt og byde ind på tværs af portalerne. Siden gled ansvaret for EU-portalene dog over til hende, så hun nu er redaktør for nyhedsbrevet. Hun har løbende dannet makkerskab med journalistpraktikanter, og i efteråret 2017 fik hun en fast makker i Thomas Lauritzen, der blev shanghajat fra Politiken til at stå for Altingets næste EU-satsning, podcasten ‘Parlamentet’. “Det har været en lykke, at det var Thomas, der landede. Han er superdygtig til det, har EU-erfaring og har været på DR, så han er også en fantastisk radiojournalist. En perfektionist med tårnhøje ambitioner. Det er en kæmpe fornøjelse at kunne sparre med ham på kontoret,” siger Rikke Albrechtsen.

Da mediestøttelovgivningen for alvor blev ændret i slutningen af 2013, stod Rasmus Niensens navn nærmest prentet ud over det hele. Der har aldrig hersket tvivl om, at han om nogen er en mester til at skabe gode relationer, han kender alt og alle på Christiansborg og regnes for at være en eminent netværker, en receptionsløve, en dygtig lobbyist. Og det gav også udslag i forhold til, at netmedierne endelig kunne “stikke snablen i statskassen”, som kollegerne på Politiken så venligt formulerede det. “Det var lobbyisme i verdensklasse. Der var næsten tale om en Lex Altinget, og det var et udtryk for, at politikerne også gerne ville mediet,” siger en tidligere ansat. Med mediestøtten åbnede der sig nye, spændende muligheder. Rasmus Nielsen ville reinvestere pengene i vækst, så der kom turbo på motoren i tiden herefter. En af de større beslutninger var igen at satse meget mere på gratisdelen, hele Altingets forside. Den havde gennem tiden gennemlevet flere forskellige inkarnationer. I en årrække havde den været et hermetisk lukket udstillingsvindue for betalings-

portalernes tophistorier, inden den i efteråret 2008 atter blev genåbnet. Men der var ikke afsat ressourcer til at drive den, og indholdet var i det store hele en sær blanding af stof fra andre medier, få af de mest omnibusegnede artikler fra portalerne og få korte citathistorier skrevet af universitetspraktikanter. Det var sjældent, der blev produceret stof direkte hertil, for der var ingen, der havde det som primær opgave. Undertegnede stod for udsendelsen af nyhedsbrevet – senere i et parløb med Anne Justesen – men for os begge gjaldt det, at det aldrig var vores kerneopgave. Med mediestøtten blev det imidlertid muligt at udvide forsideportalen betragteligt. Konceptet, som Rasmus Nielsen bad om, var, at Altinget skulle være mere til stede på dagen og følge nyhedsstrømmen. Og at der skulle ansættes en journalist til at gøre det. Hele den forkromede øvelse bestod derefter i, hvordan man kunne lave et opgraderet gratisunivers for Altinget, som var noget andet end det Altinget, som praktisk talt kun henvendte sig til betalende professionelle, fagportalene bag lås og slå. Kunne man gøre det uden at skade kerneforretningen? Fagportalene med deres høje læsertilfredshed og imponerende gentegningsprocent var guldæg, som ikke måtte kvases i processen. “Det var en meget interessant opgave at skulle skabe omnibusversionen af Altinget. Hvordan skulle det gribes an? Hvilke historier skulle bringes, og hvilke skulle ikke? En af de klareste rettesnore blev de publicistiske værdier, væsentlighed, indsigt og perspektiv. De sagde også noget om, hvad omnibusversionen ikke skulle være i en internettid, hvor rigtig meget er clickbait, sensation og opsigtsvækkende udmeldinger på Facebook. På den måde lykkedes det os at lave forsiden på en måde, hvor vi ikke tabte os selv,” siger Anders Jerking. Det var Per Bang Thomsen, der i første omgang var udset til at skulle lede og opbygge den nye forside, men kort inde i processen skiftede han til DR, så i stedet gik opgaven til Cecilie Gormsen, der blev hentet fra Berlingske, hvor hun var forsideredaktør. Det var hovedsageligt hende, der fik ansvaret for at bygge universet op ud fra deisen om, at Altinget skulle udbredes og nå ud til flere og samtidig i kommercielt øjemed blive en bedre platform for annoncer. Alt sammen uden at miste Altinget-dna’et i processen. “For journalisternes vedkommende var der også en særlig interesse i det,” siger Anders Jerking. “Nogle gange kunne det godt være frustrerende, at ens rigtig gode historier lå inde bag en betalingsmur og blev læst af ganske få. Det er sjovere, at det kommer bredere ud. Det var en rigtig stor ting og ret fint, at vi på en gang kunne komme ud til så mange flere læsere, fastholde læsertilfredsheden og troværdigheden og samtidig også vokse på økonomien. At de ting kunne gå hånd i hånd. Det var ekstremt tilfredsstillende.”

Året 2014 blev på flere måder skelsættende. Der blev rusket op i ledelsesstrukturen, og virksomhedens vækst begyndte for alvor at tage fart. Egentlig kunne den gode, stabile, men lavere vækst være fortsat, hvis ikke Rasmus Nielsen var blevet påvirket udefra. Det, der satte gang i lavinen, var i første omgang den åbenbaring, han modtog ved en ejerlederkonference hos PricewaterhouseCoopers. På scenen stod “en lille væver dame med læderjakke”, AU-professor Mette Neville, der fortalte om sin forskning i små og mellemstore virksomheder, der havde fået bestyrelser. Rasmus Nielsen er normalt ikke til den slags, han bryder sig generelt ikke meget om at gå til konferencer, så han sad og så sig om for at finde en udvej. Emnet interesserede ham heller ikke synderligt. Han følte sig helt og holdent som en *selfmade man* og ville ikke have indblanding i sine affærer. Ingen bestyrelse i hans gesjæft, tak. Den slags havde han været igennem. Fremover ville han bare have sit eget og styre det selv. Men mens han alligevel sad der og lyttede med et halvt øre, sagde forskeren, at hun i sine undersøgelser kunne se, at de ejerledede virksomheder, der havde en bestyrelse, havde højere vækstrater og overskudsgrader end dem, der ikke havde. Da tænkte Rasmus Nielsen: ‘Det var satans!’ “Jeg måtte bare konstatere, det var en vigtig information. Ud af mange ting, man hører og læser, var det lige den sætning, der satte gang i noget.” Det næste skridt i modningsprocessen var, da vækstkonsulent Kim Meyer-Karlsen fra Væksthus Hovedstadsregionen kontaktede ham. Fra Væksthusets side kunne man ved gennemgang af tallene se, at Altinget havde en

Presseklip

Er det ikke rimeligt efter 40 års dansk EU-medlemskab at forvente, at medier og journalister kan skelne mellem en enkelt parlamentarikers eller gruppes ændringsforslag – og så et EU-forslag for slet ikke at tale om et EU-forbud? Er det ikke bare en anelse pinligt for jer at måtte konstatere, at der går totalt rundhjul i en betydelig del af pressen på en absolut forkert historie, hvor bare et minimum af research – eller eventuelt bare lidt sund fornuft – ville have dræbt historien fra begyndelsen?

Connie Hedegaard
29. august 2013, Facebook

sund, lille årlig vækst. Men konsulenterne mente, at Altinget nok ville kunne få mere. Og det ville man gerne hjælpe med. I starten skulle Rasmus Nielsen dog alligevel overvinde sig selv, for han mente stadig så afgjort, at han var den, der kendte virksomheden bedst. Men efter flere møder med de to vækstkonsulenter Kim Meyer-Karlsen og Max Damgaard forelskede han sig alligevel i tanken om at nedsætte et advisory board, der blandt andet kunne koncentrere sig om at hjælpe Altinget med vækst gennem øget fokus på salg. Og han ville gerne have de to konsulenter med ombord.

“Ligesom en massør kan få myoserne ud af kroppen, kunne de lige præcis gå ind og trykke der, hvor der var brug for det,” fornemmede han. Et sidste medlem af advisory boardet fandt han i Christian Peytz, der selv er ejerleder i Peytz & Co. Indrulleringen af de nye folk i virksomhedens inderste kabinet indledte en ny æra i Altingets historie, hvor virksomheden med rekordfart voksede og blev professionaliseret i alle led. Det første møde i det nystartede advisory board i januar 2014 blev i særdeleshed skæbnsvangert, for allerede her skulle der tages stilling til, hvad der skulle ske med ledelsen af salgsafdelingen. Vicedirektør Mette Rosendahl var på barsel. Skulle man vente med en afklaring, til hun var tilbage? Efter diskussion frem og tilbage var det sidste, Kim Meyer-Karlsen sagde, inden de atter forlod lokalet i Snapstinget: “Vi skal altså have en salgsschef. Vi går ud og finder en.” Så blev det beslutningen. En omorganisering af salgsafdelingen skete dog ikke uden en vis skepsis fra Altinget-folkenes side. Ville alle de nye, dyre fuldtidssælgere overhovedet kunne tjene sig selv ind? Det gik jo fint med de studerende, der udgjorde salgsafdelingen. Det var lutter gode folk med studiejob. Ganske som da Mette Rosendahl selv indtrådte i virksomheden.

Fra Christian Peytz’ perspektiv så tingene anderledes ud. Da han første gang fik indblik i forretningen Altinget, slog det ham, at virksomheden hverken havde en reel salgs- endsige økonomiafdeling. “Man har noget administration, kaldte den sig.” Han begreb det knap nok. “Det er utroligt, at man kunne bestå som en over ti år gammel virksomhed uden de to elementer. Det er mig stadigvæk den dag i dag en gåde.” Også Max Damgaard husker chokket over tingenes tilstand: “Det var ikke en hobbyvirksomhed, men det blev drevet, som var det én. Salg var meget akademisk. Der var mange stud.polit.er, der sad og brugte halve timer på at snakke med kunderne om, hvor godt produktet var. Vi kunne med det samme se, at det var uholdbart. Vi sad og så på tocifrede vækstrater. 15 procent var ikke ualmindeligt for Altinget på det tidspunkt. Det var da meget godt. Men når det var gjort på så uprofessionelt et grundlag, tænkte man bare: ‘Wow, en usleben diamant!’ Hvis de kan gøre det der uden at være professionelle, hvad kan de så ikke gøre, hvis de ansætter folk, der rent faktisk ved, hvad salg er.” Særligt bestyret blev Christian Peytz, da han blev introduceret til et for ham fuldstændig ukendt, uhørt begreb. “Jeg glemmer aldrig dengang, jeg hørte, den største kilde til salg var ‘selvindtegninger’. Det var fantastisk. Det var første gang, jeg hørte det ord. Selvindtegninger. Jeg tænkte: ‘Hvad fanden snakker I om?’ Det er simpelthen folk, der insisterer på at købe et produkt. Det er fuldstændig uhørt! Alle andre medier bløder abonnenter, vi har nogle, der kommer og siger: ‘Må vi ikke godt tegne et abonnement?’ Helt af egen kraft – uden at vi skal bede om det! Jeg tror, de fleste vil sige, de godt kan se, der er et potentiale, når man er i den privilegerede situation.”

I løbet af foråret 2014 gik jagten ind på den mand, der kunne drive salget, og valget faldt på Jesper Skeel, der oprindeligt er uddannet skolelærer, men som hos erhvervsnetværket Presidents Institute havde vist imponerende tæft for salg. Det tog ham ikke lang tid at se, hvor der skulle sættes ind. “Han har haft verdens nemmeste sælgerjob,” siger Christian Peytz, og Rasmus Nielsen supplerer: “Han tog det, vi kaldte de lavthængende frugter, men han fik simpelthen fordoblet salget. Det var en rystende oplevelse for mig. Det er nok en af de vigtigste beslutninger ud over at nedsætte advisory boardet. Overnight fik vi fordoblet. Hvis du ser negativt på det, vil det sige, at Mette og jeg – og herunder først og fremmest jeg selv – har svigtet ved at komme i gang for sent.” “Hold nu kæft, man taber ikke penge,

man ikke har tjent, som man siger. Lad nu være med det der,” irttesætter Christian Peytz og fortsætter: “Men man kan sige, at vi kom fra en situation, hvor salg betød, at vi sad i aggressiv positur og ventede på, at telefonen ringede – til at vi tog telefonen og ringede ud. Det er ikke underligt, at man så fordobler salget. Det er ikke engang en parodi, det var mere eller mindre dét, der skete.” Jesper Skeels første nøgletræk var trestrengen. Han fik løbende ansat og udskiftet sælgergruppen med fuldtidssælgere, han adskilte leadresearch fra salget, og han anbefalede en specialisering på annoncer og abonnement, hvorfor de to funktioner blev adskilt. Rasmus Niensens søn, Oskar Herrik Nielsen, kunne dermed fokusere på annoncesalget gennem sit eget bureau, Nichehuset. Medicinen virkede. Abonnementsudviklingen talte sit helt unikke, tydelige sprog. Skeels første take på professionaliseringen af salg fik det til at stige eksplosivt. Omstruktureringen betød også en kulturændring i virksomheden. Ud gled det gamle sælgerhold, universitetsstuderende med uformel omgangstone, påklædning og mødetid, og ind kom de professionelle sælgere i pænt tøj med en helt anden agenda og en helt anden måde at gå til tingene på. Jesper Skeel bragte også tanken om at lave professionelle netværk med sig ind i virksomheden. “Det var på det tidspunkt helt nyt, at man var gået i gang med at afholde konferencer. Jeg sagde, at hvis vi skal lave konferencer i denne virksomhed, så er det ikke noget, vi kan lave hvert halve år, for så er det noget, nogen skal gøre ved siden af det, de egentlig er ansat til. Vi skal lave så mange konferencer, at vi har gentagelser af det. Så det bliver nogens primære ansvarsområde. Da vi havde fået processerne omkring live-delen på plads, gav det mening, at vi lagde netværk ovenpå, fordi der er naturlig sammenhæng i det. Det var sjovt at være med til at skabe. Det, jeg gjorde, var at sætte det i system, men jeg kunne ikke have gjort det uden det hold af mennesker, der blev ansat omkring mig.” Med sig ind i virksomheden bragte han folk som Ricky Thomsen, Anders Krøyer og Rok Menhard, der efterfølgende hver især bidrog til de fortsat stigende årlige salgsrekorder. I 2015 fik Altinget som vækstvirksomhed sin første Gazellepris for at vokse hurtigt, samtidig med at virksomheden gav overskud. Det skulle blive et årligt tilbagevendende fænomen, og i 2019 kunne virksomheden indkassere sin femte og foreløbigt sidste Gazelle i træk.

“Rasmus er altid på vej,” har en tidligere ansat sagt om stifteren. “Han er i konstant bevægelse, og han har dette vilde iværksættersindslag, han læner sig ikke bare tilbage og siger, nu er det godt. Som nu med TV 2-kontrakten, her kunne andre måske finde på at sige, at ‘nu er det lunt og godt, mere behøver vi ikke opnå. Men ikke Rasmus. Straks gik han i gang med at udvikle og åbne nye portaler.” Christian Peytz fremhæver et supplerende karaktertræk. Han ynder at kalde Rasmus Nielsen for “den vildeste kasinospiller.” “Han tænder på risikoen og på at tage chancer. Det er sikkert også derfor, Altinget er, hvor Altinget er i dag. Fordi ejeren først og sidst har turdet satse og har haft risikovilligheden.” Gennem hele Altingets historie har Rasmus Nielsen også bestandigt været interesseret i at gå andre veje end de åbenlyse. I 2007 investerede han i den gamle fredede Lille Mølle ved Nyborg, som han lod sætte i stand med den hensigt at oprette et kursuscenter. I sidste ende blev det ved drømmen, og han afhændede den smukke gamle vandmølle igen året efter. Inden da nåede han dog at afholde en for medarbejderne uforglemmelig julefrokost på stedet og et mindst lige så mindeværdigt grundlovs-møde med taler ved partilederne Bendtsen, Søvnal, Khader og Kjærsgaard. Et andet projekt, der i det lange løb heller ikke varede ved, var eventyret med avisen Kommunen, som Rasmus Nielsen købte og drev i et par år sammen med DK Nyts direktør og chefredaktør, Claus Theilgaard. Såvel Lille Mølle som samarbejdet om Kommunen er dog for intet at regne i forhold til, hvilke projekter Rasmus Nielsen kastede sig ud i 2014. Her købte han på tvangsauktion hotelruinen Grønbechs i folkemødebyen Allinge, og af resterne fra den svenske parlamentsavis ‘Riksdag och Departement’ skabte han sammen med chefredaktør Mattias Croneborg den svenske udgave af Altinget. Og det uden at have den mindste erfaring med byggeproces eller hoteldrift endsige opstart

af virksomhed og medie i et andet land. Begge investeringer har da også kostet dyre lærepenge. Det er ikke omkostningsfrit at genskabe et hotel og følgende få driften til at køre. Det svenske søstersite viste sig heller ikke at være en nem størrelse at håndtere og lukrere på. Måske gik man fra start for meget på kompromis med det originale koncept og franchisen? Man måtte under alle omstændigheder sadle om ad flere omgange, og målet om opnåelse af svensk mediestøtte blev aldrig indfriet. Men alle fejlkalkuleringer, frustrationer, økonomiske ørefigner og børnesygdomme til trods må man blot konstatere, at Altinget i skrivende stund råder over et af Allinges flotteste hoteller med en restaurant i særklasse og en gårdhave og et udendørsmiljø, der er et af Folkemødets helt store trækplastre. Og i Stockholm er de røde tal endelig ved at antage sorte nuancer, ikke mindst takket være netværksafdelingens velsmurte maskineri.

“En stjerne på Rasmus’ himmel var Mandag Morgen,” husker Jon Adelsten fra Altinget-redaktionens allerførste dage. “Det var kun journalister og beslutningstagere, der læste det. Vi læste det. Det var bare superfedt. Vi havde kæmpe respekt for Mandag Morgen. Jeg turde knap ringe til dem. Det var dette fornemme sted, som var alt det, man gerne ville være. Den lidt tørre udgave.” I december 2016 kunne Rasmus Nielsen opfylde én af sine gamle drømme og hente stjernen ned fra himlen, da han købte Erik Rasmussens livsværk. En ikke uvæsentlig sidegevinst var, at han også fik sin højt skattede gamle praktikvejleder fra Berlingske, Lisbeth Knudsen, med ind i koncernen ved overtagelsen. Siden er Altinget og Mandag Morgen flyttet sammen i domicilet i Ny Kongensgade. Hvert medie bevarer sin egenart, men nyder godt af de oplagte synergier, der er de to søstermedier imellem.

“Det er første gang, jeg har arbejdet for en medievirksomhed, ingen hader. Jeg har i hvert fald ikke mødt nogen. Der er folk, der ikke kender Altinget, folk, der ikke bruger det og ikke har nogen holdning til det. Det er fint nok, men jeg har aldrig mødt nogen, der hader det.”

Per Mikael Jensen havde ellers set og prøvet det meste i sit liv, inden han blev en del af Altinget-universet, men han måtte hurtigt sande, at Altinget var noget særligt. Som tidligere TV 2-direktør og øverste chef for Metro International var han ikke ligefrem et ubeskrevet blad, da han i løbet af 2014 blev kontaktet af Rasmus Nielsen, der spurgte, om han kunne have interesse i at blive formand for Altingets nye bestyrelse. Det kunne Per Mikael Jensen nok have en interesse i, men inden han sagde endeligt ja, ville han danne sig sit eget billede ved at gå rundt og interviewe forskellige ansatte. “Som jeg sagde til Rasmus: ‘Inden jeg skal være formand for virksomheden, skal du have lov at se, hvad jeg egentlig mener om den.’ Derfor lavede jeg en strategisk analyse – mod betaling. Den fik Rasmus, og den afskrækkede ham åbenbart ikke.” Rasmus Nielsen ændrede sit advisory board til en concernbestyrelse, og endelig i marts 2015 kunne Per Mikael Jensen sætte sig i formandsstolen. Hans første tid på Altinget begyndte med mange og lange gåture med Rasmus Nielsen. “Det var en kæmpe fordel, at vi var så tæt på hinanden, for tingene blev virkelig diskuteret grundigt igennem. Plus alle mulige andre hyggelige ting, man kunne tale om. Men vi var uhyggeligt meget tættere på hinanden, end en bestyrelsesformand og en direktør normalt er.” Parløbet blev om muligt endnu mere tæt i opstartsfasen for konference- og netværksafdelingen Arena, som Per Mikael Jensen i vid udstrækning var den drivende kraft i udviklingen af. Udefra set var det måske nok en aparte konstellation. Bestyrelsesformanden indsatte reelt sig selv som konsulent for denne gren af virksomheden og brugte den første sommer en del tid på at ansætte folk hertil. “Der var nogle få netværk i gang, og jeg talte med Anders Krøyer og Mette Rosendahl om, hvordan vi kunne skalere det. Jeg bad dem komme med en plan om at lave nogle flere. De vendte tilbage med en plan om at lave måske seks. ‘Det går sgu ikke! Vi skal lave tyve! Hvad skal der til, for at det kan lade sig gøre?’ spurgte jeg dem. Det er en måde, jeg godt kan lide at arbejde på.” Per Mikael Jensen er berømt og berygtet for sine *servietbudgetter*, og den slags anvendte han i stor stil i konsulentrollen. “PM mestrer

volumen og hastighed – på et meget enkelt niveau,” siger Arenas direktør, Anders Krøyer. “Der er ingen tvivl om, at han i den periode fik mig til at se helt anderledes på det at skalere en forretning. For han havde ret. Han tog min plan og doblede den. Og så fik jeg travlt.” Alle involverede knoklede, og Arena blev og er en succeshistorie. “Altinget oplevede et boom, fordi vi var nye på markedet. Krøyer holdt sammen på det hele og gjorde det skidegodt,” siger Per Mikael Jensen. Arena-succesen var også det projekt, der fik ham til at sige ja, da Rasmus Nielsen en dag spurgte, om de to skulle bytte plads. “Det var inspirerende at arbejde så tæt sammen med *mennesker* igen. Det gør man normalt ikke som formand. Der er det primært ledergruppen eller direktøren, man har kontakt til. Men jeg var en atypisk formand,” indrømmer han. “Egentlig havde jeg ikke troet, jeg skulle have en tur mere i manegen som direktør. Jeg tænkte, at nu havde jeg fået fri. Men jeg kunne simpelthen mærke, det gjorde mig i godt humør. Inden for rådgivning, som jeg lavede for Rasmus og andre, bliver man en del af det folkefærd, Hans Mortensen fra Weekendavisen kalder ‘mødegængerne’. Det er dem, der lever af at vise hinanden Powerpoints. Det er ikke verdens mest sexede job. Derimod var jeg meget, meget glad for at være direkte involveret i Arena, og derfor var jeg motiveret for at tage en tur mere. Sådan førte det til, at vi i sidste ende byttede.” I den meget aktive rolle som bestyrelsesformand var Per Mikael Jensen også dybt engageret i ansættelsen af chefredaktør Jakob Nielsen. I starten af februar 2017 fik Altingets medarbejdere besked om, at Altinget ville søge efter en ny ansvarshavende chefredaktør, for Rasmus Nielsen ønskede “at hellige sig arbejdet som udgiver og koncerndirektør med fortsat vækst herhjemme og i udlandet for øje.”

I samme ombæring fik huset meldingen om, at Anders Jerking stod til at fratræde som redaktionschef ved månedens udgang, idet han havde fået en ny stilling som ansvarshavende chefredaktør og direktør i et nyt selskab i JP/Politikens Hus. Aftenen før stillingen blev slået op, mødte redaktionschef for Politiken.dk Jakob Nielsen tilfældigt Rasmus Nielsen ved en sammenkomst hos David Trads. De faldt hurtigt i snak, og Jakob Nielsen fik inviteret sig selv på besøg ved først givne lejlighed. Rasmus Nielsen nævnte den aften intet om den endnu ikke offentliggjorte ledige redaktørstilling. Den blev slået op dagen derpå, og det kom til at ændre præmissen for Jakob Niensens besøg. Efter lange samtaler med Per Mikael Jensen og Rasmus Nielsen søgte han jobbet og var gennem en for ham overraskende grundig proces med flere forskellige test. “Men den egentlige jobsamtale foregik vel alligevel hjemme i Per Mikael Niensens køkken i lejligheden i Kronprinsessegade, meget ‘Per Mikael og Rasmus’-agtigt over et glas rødvin, hvor Per Mikael stod og røg inde under emhætten ude i køkkenet. Et lidt usædvanligt setup for en jobsamtale, men samtidig tog de det også meget alvorligt.” Det lidt bizarre i situationen var desuden, at Jerking i de første uger i sit nye job, indtil Politiken Skoleliv åbnede med egne kontorer, fik kontorplads på Politikens redaktion. Skæbnen ville, at det blev Jakob Nielsen, han skulle dele kontor med i den tid.

For Jakob Nielsen, der havde været sytten år på Politiken og en meget kort periode på Information, var Altinget en virkelig anderledes og meget speciel butik at komme ind i. Til hans første møde med redaktionen i det store mødelokale ‘Stortinget’ havde journalisterne forberedt et slideshow med ti gode råd og opfordringer til, hvordan den skulle grejes. “Det var alt sammen både fornuftigt og velment. Jeg tog ikke anstød af det, men tænkte, det var virkelig fedt. Man fik straks et indtryk af en virksomhed, hvor folk har et enormt medejerskab til firmaet og til alt, der foregår her. Det var mest det, jeg udledte af det. Det var den første positive overraskelse blandt mange. Den anden var, da jeg opdagede, at der i virkeligheden var én person, som rigtig mange ting i dette firma turnerede rundt om, nemlig Mette Rosendahl. At det langt hen ad vejen var hende, der fik ting til at ske her, som eksekverede rigtig mange beslutninger og vidste alt. Der var stadig mange levn fra det tomandsdrevne firma, da jeg begyndte i 2017. Min oplevelse var, at hun i virkeligheden lige så meget som Rasmus var den, der har æren for, at Altinget er blevet til det, det er.

Presseklip

Jeg forestiller mig, det er sådan her, det føles at stå på toppen af en skihopbakke. Jeg kan allerede mærke en snurren i benene og suset i maven – lige om lidt er jeg flyvende. Om jeg også føler Politiken-nostalgi? You bet. Og måske især taknemmelighed over alle de muligheder, avisen har givet mig, og alle de skønne mennesker, jeg har mødt der. Men lige i dag glæder jeg mig bare til at læne mig fremad og få fart på!

Jakob Nielsen
23. marts 2017, Facebook

Fordi hun altid havde nye idéer og havde så mange ambitioner på firmaets vegne. Hun var enormt god til at se muligheder og til at putte ting ind i et Excel-ark og på den måde få dem til at ske. Hele Altingets portalstruktur er jo bygget på et Excel-ark ved at sige, at hvis én medarbejder har x antal timer om ugen, så kan vedkommende nå at producere y antal nyhedsbreve. Det er en af hemmelighederne bag Altingets succes, at man vendte forretningsmodellen på hovedet og startede med at sige, hvad har vi af ressourcer, og hvad kan vi lave for dem? Det har ført til en *less is more*-tankegang, som har vist sig at være ekstremt moderne og forud for sin tid. I dag kan vi se, hvordan folk er oversvømmet med indhold og er ved at drukne i nyheder. Der kommer Altinget faktisk med et andet tilbud, der hedder: ‘Vi giver dig ikke supermeget, du skal forholde dig til. Vi prøver at servicere dig med lidt mindre, men til gengæld væsentlig information, som du kan bruge i dit professionelle liv.’ Det er helt klart én af forklaringerne på Altingets succes. Mette Rosendahl fortjener virkelig at blive fremhævet for den kæmpe rolle, hun har spillet, og for mig var det i første omgang et forfærdeligt slag, da hun kom og sagde, hun havde skiftet job. For jeg opfattede hende som det tandhjul, virksomheden drejede om. Jeg var faktisk bekymret, men set i bakspejlet var det kommet til et tidspunkt, hvor det var rigtigt både for hende og for Altinget at skifte. Hun trængte til at vise, hvad hun kunne i en anden setting, og Altinget var lige midt i en transformation fra den *mom-and-pop-shop*-agtige virksomhed til at blive en ”rigtig” medievirksomhed.”

Som et led i denne fortsatte transformation hører også et opgør med det, Jakob Nielsen betegner som Altingets lillebrorkompleks, der på flere niveauer har martret virksomheden. “Vi er grundigt ved at lægge det af os, men det er ikke en proces, der er afsluttet. Det afspejler sig stadig i journalistikken, som kan have tendens til at være meget forsigtig. Det er udmærket, den skal blot også nogle gange være ikke så forsigtig. Men det er ikke nemt for journalisterne på Altinget at træde helt op på den store klinge og vinkle hårdt. Det ligger ikke rigtig i Altingets selvforståelse at gøre den slags. Vi er lidt mere underspillede.” Ikke desto mindre er der sket store forandringer de seneste to-tre år, der har styrket den kollektive selvtilid. Aldrig mere skal en journalist eksempelvis tage til takke med et kvarters interview med en minister til en coverhistorie i dugnakket resignation over, at man “kun er fra Altinget” og dermed implicit ikke kan få mere. Tværtom kan partiernes pressechefer nu finde på at ringe til Jakob Nielsen og spørge, om ikke det er ved at være længe siden, at én af deres topfolk har været på coveret af magasinet. Og i Løkkes tid lagde Statsministeriet af egen drift en interviewaftale med Ole Toft i kalenderen, da sundhedsudspillet skulle fremlægges. I erkendelse af at de med Altingets sundhedspodcast ville kunne ramme den helt rigtige målgruppe.

Fra starten har Jakob Nielsen anskuet Altinget på en lidt anden måde end Anders Jerking og Rasmus Nielsen. Han har ændret nogle ting, men har samtidig også løbende ændret sin egen opfattelse af tingenes tilstand på en række punkter. “En af de ting, vi gjorde meget bevidst, da jeg startede, var at prøve at sætte Altinget mere på dagsordenen. Dels ved at jeg selv indtog en meget mere synlig rolle, end både Rasmus og Jerking havde gjort, i den offentlige debat. Og dels styrkede vi den gratis del af Altinget yderligere. Det var også en del af processen med at komme ud af lillebrorkomplekset og tro på, at man kunne noget selv. Samtidig var det en idé om og en tro på, at det ville styrke salget af vores betalte produkter, hvis vi har et stærkt brand på den del af Altinget, der er tilgængelig for alle.” Der gik et stykke tid, fra Jakob Nielsen startede ved Altinget, til det gik op for ham, at han i virkeligheden havde overtaget to job. Han var blevet ansat som chefredaktør og havde overtaget en stor del af Rasmus Nielsens funktioner, men reelt var han også blevet redaktionschef og havde dermed overtaget Anders Jerkings samlede portefølje. Det var en uholdbar situation, og i starten led redaktionen under, at der lige pludselig manglede én i den ligning. Han fandt hurtigt ud af, at han og Altinget havde behov for en redak-

tionschef, og valget faldt på Cecilie Gormsen, som er dygtig og effektiv, men det var især hendes digitale forståelse, der var udslagsgivende. Med sin fortid på Berlingske.dk og i kraft af at hun sad på Altingets forside og var nyhedsstyrende, kunne han se, at hun bedre end de fleste forstod, hvad digitale medier er, og hvordan de fungerer.

Jakob Nielsen var kommet til Altinget med forventning om, at han slap for den papiravis-tankegang, der har hersket på Politiken selv langt, langt ind i digitaliseringens tidsalder. Og han havde været ved at falde bagover, da han fandt ud af, at det låste system med mere eller mindre faste udgivelsestidspunkter for nyhedsbrevene var en nærmest eksakt pendant til det, han troede, han var sluppet for. Siden har han dog fået et mere nuanceret billede af, hvilke parametre Altinget konkurrerer på, for det er ikke nødvendigvis hurtigheden og mængden, tværtom. Konkurrencefordelen er, at folk forventer noget andet af Altinget. Noget dybere, bedre kvalitet, og nyhedsbrevens faste rytme har dermed også sin egen berettigelse i *less is more*-tankegangen.

Kort efter ansættelsen af Jakob Nielsen kom Per Mikael Jensen med meldingen om, at Altingets printmagasin skulle øge kadencen til at blive et reelt månedsmagasin. Jakob Nielsen korsede sig, han var lige kommet ud af papirkrigen på Politiken, og han vidste, hvor styrende print er for en produktion. Men med en anden tilgang til processen og produktionen er det faktisk lykkedes at vende ulempen til en fordel. “Med Altingets magasin og især takket være Esben Schjørring, som er et af de største talenter, jeg har mødt, har vi formået at få vendt det på hovedet, så det er digitalt først, og så genbruger vi det på print. I modsætning til den klassiske tankegang, hvor man tænker papiravisen først.” I tilgift har magasinet ud over Schjørring også tilført huset store kapaciteter som designchef Annemarie Nordlyng og fotograf Arthur Cammelbeek. “Det har også haft den gode effekt, at der bliver produceret nogle store interview og featurehistorier. Det har givet øget arbejdspress, men vi har virkelig også givet hinanden et ekstra gear ved at have et magasin, journalisterne godt kan lide. Og som kilderne også godt kan lide at optræde i. Vi har fået en anden journalistisk tyngde af det.”

I sin tid som redaktør for Politikens netavis havde Jakob Nielsen lært og dannet sig en skarp holdning til, at tv på nettet er en svær størrelse at få til at fungere. Der var en periode, hvor alle på nettet i USA og derfor også i Danmark skulle lave tv, og det skulle styre omsætningsvæksten. Men selv i USA viste det sig, at det ikke holdt. Derfor ændrede Jakob Nielsen ved sin tiltræden Altingets tv-strategi og fik det lille interimistiske tv-studie omdannet til et lydstudie i stedet. Det skete ikke til Rasmus Nielsens udelte begejstring, for som gammel tv-mand var og er han meget optaget af det led af den journalistiske produktion. “Vi måtte bare indse, at vi ikke bliver en tv-station. Det var en uholdbar strategi efter min mening. Det skruede vi helt ned for og begyndte i stedet at eksperimentere med podcast.” Selvom det ligesom for de fleste andre podcastudbydere gælder, at man står i et vadede, hvor den gyldne nøgle til fuld finansiering endnu er godt gemt, er Altinget fantastisk godt repræsenteret på markedet, og forhåbentlig er de forskellige tilbud kommet for at blive. Med Henrik Axel Buchter og Esben Schjørrings populære, daglige politiske overblik, ‘Altinget Ajour’, Thomas Lauritzen og Rikke Albrechtsens EU-podcast, ‘Parlamentet’, Ole Tofts ‘Politisk Stuegang’ og Civilsamfunds-redaktionens nye satsning, ‘Sektor 3’, står Altinget efterhånden stærkt og godt som endnu en nichens niche, nu i det politiske lydunivers. Og det er blot en af de nye tilgange for brugerne at komme Altinget nærmere. En anden er selve *det fysiske mode*, som i Jakob Nielsens optik er det allermost interessante, Altinget står med lige nu. Det var også mere end noget andet det, der dominerede dækningen af valgkampen i 2019. I alle dagene op til valget var den nyistandsatte gård i Ny Kongensgade i brug. Der var filmvisninger, partierne fik lov til at styre gården, der var debatmøder under alle tænkelige substantielle emner. “Vi har udvidet vores medie til også at være et sted, man kan gå hen, et sted, man kan få en håndgribelig relation til. Det er

Presseklip

I en tid, hvor mange medier ruster ned – også på EU-stoffet – ruster Altinget op. De er et medie, der hele tiden prøver nye ting. Og det er fagligt interessant. Alle danske medier burde være mere offensive og satse mere på at fortælle om EU. EU-stoffet er jo ikke blevet mindre vigtigt af den krise, EU-samarbejdet er i. Tværtimod. Vi skal være mere offensive, og der er god grund til at prøve at finde nye måder at formidle på.

Thomas Lauritzen
22. september 2017, Journalisten

noget, vi virkelig kan arbejde videre med og bruge. Det giver os en helt ny dimension som medie. Til eksempel arrangerede vi Arena Summit i foråret. Hvornår har et dansk medie sidst samlet 700 netværksmedlemmer til en konference, hvor den forhenværende, den daværende og – skulle det vise sig – den kommende statsminister alle holdt tale? Jeg kan ikke huske, hvornår det er sket. Vi var nervøse for, om vi nu kunne løse det, og selvfølgelig var der ting, der kunne gøres bedre. Men den dag trådte vi for alvor ud af vores egen skygge. Ud af lillebrorkomplekset. Det var en kæmpe præstation. En magtdemonstration.”

Visionen om det fysiske møde med læserne er et af eksemplerne på, hvad Per Mikael Jensen nåede at tilføje butikken. Nok er han en sammensat person, som er god til at kaste mange bolde op i luften og har et ry for – ude i branchen – at være på grænsen til en fantast, men man skal ikke tage fejl af, at han med idéen om Altingets gård i sidste ende så helt rigtigt. “Jeg kender ikke en medarbejder på Altinget, inklusive mig selv, som ikke har stået og rystet på hovedet, når man har set PM stå og instruere håndværkerne nede i gården i, hvordan de skulle slibe brædderne til. Eller da vi stod og så storskærmen, som ville kunne blæse hele Fælledparken op, blive hængt på plads i den gård, der har plads til 100 mennesker. Hvis der er nogen, der siger, de ikke på et tidspunkt har tænkt, at det der er vanvid, så tror jeg, de lyver. Men nu hvor det hele er på plads, og man kan se, hvad det er for en maskine, der er blevet skabt, så er det et fantastisk eksempel på, hvad han bidrog med. En rigtig satsning, som peger helt nye steder hen,” siger Jakob Nielsen. Det var midt under opbygningen af gården, at økonomidirektør Rune Vinther blev ansat, og han husker tydeligt, hvordan han, hver gang han var inde forbi på besøg, også efter han havde skrevet kontrakten under, fandt Per Mikael Jensen liggende i cowboyshorts i færd med at lægge gulvet. “Folk kom ned og sagde: ‘Du har vist nogle mails, du ikke har svaret på.’ Uden at fortrække en mine eller blive stresset eller sur stod han bare og forholdt sig til det, der var. Hele det setup blev jeg med det samme meget forelsket i.” Rune Vinther sad i en stilling som økonomichef for Telmore, da han i 2018 blev kontaktet af et bureau, der var på jagt efter en ny økonomidirektør til Altinget-koncernen. Men nej, ellers tak, han skulle i hvert fald ikke ind i dagbladsbranchen. Da han hørte, at Per Mikael Jensen var direktør, blev hans nysgerrighed alligevel vakt. En samtale med PM blev aflyst i sidste øjeblik, i stedet fik han et nummer, han skulle ringe til på en lørdag. Det gjorde han og fik fat i Per Mikael, der havde munden fuld. Han mumlede og vrøvlende og sagde: “Jeg er lige ved at spise en skinkesalatmad,” og tilføjede: “Den er nu for øvrigt god.”

“Alt sådan noget er jeg bare vild med. Karisma og charme. Det fortæller noget om, hvordan det hele begyndte. Lidt rodet, kaotisk. Ikke efter planen. Men med masser af lune og ejendommelighed. Sådan noget kan jeg rigtig godt lide. Derfor var jeg i virkeligheden solgt fra starten af,” fortæller Rune Vinther. Hvad der for alvor overraskede ham, var oplevelsen af den pionerånd, der hersker i huset. Mødet med den ene ildsjæl efter den anden, der alle går op i deres arbejde, tager ejerskab og får løst konkrete, håndgribelige opgaver. Krydret med en fantastisk og sublim innovation. “Jeg kan ikke beskrive, hvor fascineret jeg er af den evne, som jeg ikke har set ret mange andre steder: ‘Nu springer vi bare ud i det her. Vi får det til at ske. Det lykkes.’” Han nævner brætspillet Quizminister som et godt eksempel på den tilgang. Spillet opstod som en flygtig idé og blev udviklet og skabt af gode folk på tværs af huset. Det blev produceret, hentet hjem fra Kina, og hurtigt blev en webshop stablet på benene, så der i dag er faste procedurer for hele det salgsled. “Det er helt vildt. Det er den holdning, der kendetegner huset, at der ikke er noget, der ikke kan lade sig gøre. Der er ikke noget sted, vandet er for dybt. Vi går bare ud i det. Det inspirerer mig, for sådan er jeg egentlig ikke selv.”

Der, hvor han til gengæld føler, han har kunnet bidrage med noget, er at ved at have skabt ro på økonomien på den korte bane og ikke mindst at have sikret en bedre og mere

velfunderet grundstruktur. For lige så meget som han virkelig holder af pionerånden, friheden og fraværet af rigide systemer, skal det helt grundlæggende administrative fundament være på plads, for at det andet får lov at flyde og være frit. “På Altinget kommer man ind i lidt af et rodehus. Man må selv famle sig frem. Men hvis man løser det, kan man se effekten af det. Uanset om man er studentermedarbejder eller fuldtidsansat på redaktionen, i Arena, i salgsafdelingen, kan man gøre en forskel. Man kan se, at hvis der ikke er nogen, der tager den bold, er der ingen, der gør det. Det er fantastisk motiverende. Det er vigtigt, at vi bibeholder kreativiteten og den kultur, hvor alle medarbejdere løfter. Vi skal vedblivende være en lille hurtigløber. Det må vi aldrig ændre på.”

Altingets historie falder groft sagt i tre akter. Den første, svære start fra 2000 til 2003, mellemprioden med de stabile år fra 2004 til 2014 og senest det vilde væksteventyr med jagten på glamour og Gazeller fra 2015 til 2019. Det gik for alvor stærkt, da Rasmus Nielsen fik sat sit første advisory board, og endnu vildere gik det for sig, da Per Mikael Jensen blev indrulleret. Først som bestyrelsesformand og siden som koncerndirektør. “PM har haft en stor betydning, for han har tændt noget i mig med vækst og idérigdom, så sammen har vi givet den gas. Han har hjulpet mig med at tjene flere penge, som også har muliggjort væksten. Det har han en stor del af æren for,” siger Rasmus Nielsen. Men vækst er ikke omkostningsfrit, og allerede i efteråret 2018 var der tegn på, at stifteren var på vej med en kursændring af de større. Med egne ord skiftede han i bestyrelsen en angrebsspiller i Max Damgaard ud med en forsvarsspiller i Torben Laustsen. Og i august 2019 var eventyret med væksthvirvelvinden Per Mikael Jensen definitivt forbi. Efter uoverensstemmelser om virksomhedens retning blev koncerndirektøren afskediget og fratrådte straks. “Rasmus vil gerne have større fokus på optimering af bundlinjen og mindre på vækst, og han mener, at min bedste udsøgelse handler om at rekruttere store talenter og skabe vækst, og det er nok ikke helt forkert,” forklarede Per Mikael Jensen selv i et opslag på Facebook. Han ønskede fuld åbenhed om afskedigelsen på baggrund af strategisk uenighed om virksomhedens videre udvikling. “Det er sandheden. Rasmus vil ét med selskabet, jeg ville noget andet. Intet ondt i det.” Efter en begivenhedsrig og hæsbælende tredje akt af Altingets historie har Rasmus Nielsen således nu med en ny direktør, Christoph Nørgaard, i spidsen for koncernen sat kursen mod roligere vande.

Til trods for de seneste års forandringer og eventyrlige fremgang med hjorden af springende Gazeller er det alligevel, når Rasmus Nielsen ser tilbage, starten med de allerførste svære år, der fylder mest i hans sind. “Det er klart, at første akt er og bliver den vigtigste. Det vil jeg have lov at sige,” slår han fast. “Man kan diskutere, om anden akt kunne have været kortere. Om vi kunne have været mere offensive. Det vil jeg nok sige. Hvis man skal se tilbage, skulle vi have haft mere kul på i anden akt og knap så meget kul på i tredje.” Efter en tænkepause tilføjer han:

“Nu får vi så også fjerde akt. Mon ikke det bliver den gyldne middelvej?”

Humblebien er Altinget blevet kaldt. Og her hvor de første tyve år er tilendebragt, står det klart, at den lille publicistiske humlebi, der ikke burde kunne løfte sig fra jordens overflade, alligevel fik luft under vingerne og stak afsted i himmelflugt. En tanke satte sig, da Jakob Nielsen rådede sin bror til at kaste sig over den nye internetteknologi, og hvad der startede som en stædig enmandshær, har med årene vokset sig til et anerkendt, internationalt mediehus. Altingets historie slutter ikke her. Tværtom er den kun lige begyndt. [A](#)

Presseklip

Per Mikael Jensen er, som det er blevet udtrykt, en charmerende bisse. Vi elsker danskere, der når internationale topposter med dertilhørende millionløbninger. Men når hans resultater udsættes for en nærmere undersøgelse, er det svært at finde ubetingede succeser. Han er en dyr, impulsiv og karismatisk dreng at lege med.

Lasse Jensen
7. august 2019, Information

Altingets hjemsted 2006-2010

Gammel Strand 50



“ Jeg er faktisk en meget sparsommelig mand. Det er vigtigt, når man er iværksætter. Jeg var derfor meget optaget af, at jeg kunne have et hjemmekontor til en relativt billig husleje. Der sendte vi i starten en del regninger ud fra. Da Mette Rosendahl og Caya Kaad, de to sælgere, kom, begyndte de i stedet at sende regninger ud fra Ridebanen. Henning Olsson, der var formand for Presselogen, en fin fyr, der ville os det bedste, kom og sagde: “Rasmus, de siger i administrationen, at det ikke er så godt, at I sidder i Folketingets bygning, hvor I har fået stillet kontorer til rådighed, og sender regninger ud.” Den greb jeg straks: “Nej, Henning, det er egentlig rigtigt nok. Det havde jeg ikke sådan tænkt på, men det var fuldstændig rigtigt. Den er gal.” Det var efterhånden sådan, at vi blev så mange, at vi var nødt til at få et kontor et andet sted. Men uha, det kostede 24.000 kroner om måneden, det var en del penge. Jeg havde ikke forstand på sådan noget med erhvervsmæglere, men Mette og jeg fandt ud af, at der var noget på Frederiksholms Kanal. Det, syntes jeg, var en meget fin adresse. Men det var inde i en baggård, det var ikke noget særligt. Mens vi var der, sagde Mette: “Der er også noget på Gammel Strand.” “Gammel Strand? Det er jo simpelthen Peterspladsen!” Det er der, hvor Journalistforbundet ligger, hvor jeg som nittenårig gik ind og fik mit første pressekort, hvor jeg så, at det lå over for Christiansborg. Journalistik og politik, det var simpelthen dét, akse mellem Journalisternes Hus og Borgen, det var mig! Også af personlige grunde, min mor boede i Knabrostræde, jeg fik tandlæge på Gammel Strand, for det ville altid være tæt på Borgen og tæt på byen, så jeg kom der jo. Det er en af de smukkeste strækninger overhovedet. Der er selvfølgelig også sildekonerne og bådene, Paul Fischers skildringer af folkelivet. Gammel Strand, det er først og sidst. Helt hundrede procent. Så at få den lejlighed på anden sal, hvor Vilhelm Wohlert, en af mine helte, havde haft tegnestue som ung arkitekt, det var sagen. Det var en familieejet virksomhed. Michael Holst er søn af en anden arkitekt, som havde købt den, og han havde arvet den og driver den. Det er meget gammeldags, men smukt. Jeg sad og så ned på Svend Wiigs skulptur, en af heltene på Den Frie Udstilling; jeg har også kendt ham. Det var så smukt med træerne, over til Thorvaldsens Museum, Jørn Larsens udsmykning på pladsen, kirken, Nybrogade og Assistenshuset, det hele var i ét vindue. Det var virkelig noget, der gav mig noget. Det var en stor dag, da vi fik nøglen. Så skulle vi udvide og fik tredje sal, så blev det lidt for meget, så igen lidt for lidt, siden kom avisen Kommunen ind. Frem og tilbage. Der kom bump på vejen, og i 2010 skulle vi videre, for der var ikke længere plads.



Altingets hjemsted 2010-2016

Frederiksholms Kanal 20

” Som journalist skal man ikke vide noget, men man skal vide, hvor man kan skaffe oplysningerne. Da vi skulle finde et større kontor, tænkte jeg derfor: Nu spørger jeg nede i vinhandlen. De kender jo hele Slots-holmen! Jeg elsker Ubbes Vinhandel, som vi også har bragt et portræt af i magasinet. En dag spurgte jeg Mads dernede: “Du, vi bor jo ovre på Gammel Strand, men er der ikke noget her i bygningen?” Det ville have været fint at bo der, lige ved Marmorbroen. Det er en øjenlæge, der har ejendommen. Der var både kontorer og privat beboelse. Det gik jeg og fulgte med i, når jeg gik hjem om aftenen. Jeg kunne se, hvor der var lys, og hvor der var mørkt. Mørkt: erhverv. Lys: privat. “Det er der desværre ikke,” fortalte Mads. Violinbyggerne var lige flyttet ud, men andre var allerede flyttet ind. “Men henne på det næste hjørne i samme karré er der ledigt.” Jeg tænkte straks, at det måtte være med udsigt ned mod havnen over til Undervisningsministeriet, som jeg elsker, ned til Bryghuset, Kunstakademiets Billedhuggerskole! Det er helt eventyrligt derne, gamle lamper, Prinsens Bro. Det er en fond ved advokat Peter Egemar, der ejer det. Jeg ringede til ham. Han var ikke nem at stikke i, men det var rigtigt nok, de havde et lejemål på første sal. En gennemgående etage på 350 kvadratmeter. Det var en helt anden klasse end Gammel Strand. Det er en nyklassicistisk ejendom fra

1700-tallet med flotte vinduer hjørnet rundt. Ikke for ingenting boede både Torben Melchior og Olaf Olsen på anden og tredje sal lige over os. Olsen havde været min mors barndomskæreste. Og Melchior, som også er en hædersmand, han var residerende præsident for Højesteret. Hvad mere vil du have? Hans kone var forskningsbibliotekar på Det Kongelige Bibliotek. Peter Schrøder mødte vi også en gang imellem på trappen. Etagen satte vi i stand for en del penge. Der var en dygtig mand, Ingolf, til at hjælpe os. Jeg ville gerne have hævet gulvet i mit kontor, for jeg ville gerne kunne se vandet. Der skulle nogle brædder til, og det skulle gå hurtigt. Jeg har jo fart på. De sløve snedkere, som Peter Egemar kom med, kunne ikke levere brædder før om tre måneder. Så ringede jeg til Østerlars Savværk. De kunne levere om et par dage. Det savværk kender de jo ikke i København, men det kender man godt på Bornholm, og de har de bedste planker. Dem fik vi over, og så blev det bygget. Nu tror jeg, det er Rigsadvokaten, der bor der, så det er prominente folk, der er rykket ind. Vi så på alle mulige kontorer efter det. Vi fik så Nybrogade som et supplement i en årrække. Det er samme fond, der ejer de to ejendomme. Det var ikke ideelt, at vi boede på Borgen, Nybrogade og Frederiksholms Kanal. Men det var nogle dejlige kontorer på Nybrogade, lyse og velfungerende, og kantine var god.



Altingets hjemsted fra 2016

Ny Kongensgade 10

” I 2016 skulle vi udvide yderligere. Vores nye økonomichef, Eva Elsborg, var inde i billedet, og hun er en helt anden støbning end mig. Jeg er skønånd, hun funktionalist. “Vand, det er helt ligeegyldigt. Det skal bare være nogle enkle kontorer.” Vi så på huset i Ny Kongensgade, som jeg ikke var vild med, og nabobygningen, som Rockwoolfonden har nu. Den var helt smadret og skulle sættes i stand. Det ville tage lang tid. Jeg var ikke udpræget vild med Ny Kongensgade, for der ikke er udsigt til vand. Men det er en supergod ejendom. Den ligger som en trelænget gård med vinduer på begge sider til de to nabogårde. Der er elevator. Det er meget funktionelt. Nu, hvor vi har hele ejendommen, er den super. Lige nu kører den ideelt, og medarbejderne er glade for den. Det er mig, der er afvigende. Jeg har nogle gange fortrudt, at jeg ikke beholdt første sal på Frederiksholms Kanal. Dengang var det ikke relevant, for vi havde ikke brug for det, men det har vi nærmest nu. Så kunne jeg have haft mit holdingselskab der, men det er stort set kun bestyrelsesmøder, så det er omsonst at leje det for det. Så meget er en udsigt trods alt heller ikke værd. Jeg kigger med længsel mere op på Frederiksholms Kanal end på Gammel Strand, trods alt. Nu har Gammel Strand også været smadret. Vi flyttede også derfra på grund af metrobyggeriet. Det var godt, vi gjorde det. Det har været ødelagt i otte år. Der undgik vi en masse rod og støj. Ny Kongensgade er også mere regulær. Og PM (Per Mikael Jensen, *red.*) fik sejlene med Altinget og Mandag Morgen op, det var hans idé. Det er fantastisk markedsføring lige her ved Prinsens Bro ind til Slotsholmen; det er meget synligt. Gården er også en ekstrating, som PM har haft som idé, og den giver os fantastisk branding og personaleglæde. Den er rigtig fin, det er en god idé. Godt set. Det understøtter en gammel tanke, jeg altid har haft, som Mette Rosendahl kan bevidne. Hun tænker meget akademisk og digitalt. Mette bryder sig ikke om fysiske ting. Aviser? Nej, hun ville have det hele digitalt og have det i sit hoved. Hun kan godt nok lide at danse flamenco, så hun har også nogle andre sider. Jeg sagde: “Vi skal have et sted som Politikens forhal, hvor folk kan komme ind, boghandelen, du skal have et sted. Et åbent mediehus, hvor du kan komme ind.” “Nej, det er rent digitalt, vi kan vel ringe ud?” Men vi er også mennesker af kød og blod, så vi skal også have et sted, hvor vi skal være åbne. Folk skal kunne komme ind ad døren hos os, vi har ikke noget at skjule, vi er en kontrollant af samfundet, så skal de også kunne komme og kontrollere os. Der skal ikke ligge noget, som skal skjules. Åbne døre. Så det er gården udtryk for. PM har ført det frem, uden at han og jeg egentlig har talt specielt om, at jeg gerne ville have et åbent hus. Men det mente han jo også, så vi var to. Det er det, vi gerne vil, det er at være et åbent hus, hvor der kommer mennesker ind.

Fra lampe, tårn og spir til stort A

Altingets udseende gennem årene

B indesbølls klassiske, klokkeformede lampe fra folketingsalen var blandt de første effekter, Rasmus Nielsen oprindeligt ønskede skulle være en integreret del af Altingets udseende. Da den første Altinget-side blev skabt i løbet af foråret 2000, havde de fleste andre websites en stor, tung menu. Måske kunne Altingets være formet som lampen? En anden tanke var at lade sig inspirere af animationsstudiet Pixars logo, så lampen erstattede i'et i Altinget. Lampelogoet blev faktisk lavet og nåede at figurere i enkelte interne prospekter, inden det gled ud. "Folkene fra MouseHouse sagde, det var for altmodisch, tilbageskuende, uforståeligt. Men den er et udtryk for, at jeg tænker i det klassiske. Kernen af Christiansborg, det er den lampe. Nok er den gammeldags, men den er virkelig også klassisk tænkt, ligesom Vilhelm Lauritzens Christiansborg-pendel. Derfor kunne jeg godt lide den," siger Rasmus Nielsen.

I det første stykke tid efter den officielle lancering af sitet havde Altinget ikke et egentligt logo, blot et billede af Christiansborg. Men der gik ikke lang tid, før Altinget fik det tårnlogo, der kom til at tegne selskabet frem til 2014. Der lå mange tanker bag dette logo, hvor stolerækkerne i salen går ud som stråler eller ringe fra tårnet. En rød, en gul og to grønne brikker symboliserer en afstemning i salen. Vel at mærke en afstemning med et positivt resultat. Her er man "for". Altinget er progressivt. "De designmæssige kvaliteter kan man nok diskutere. Jeg var ikke forelsket i selve motivet, men håndværket i det kan jeg stå fuldstændig inde for," siger designeren Christian Sørensen. "Jeg havde lavet det godt, teknisk set, men det var ikke et skønt billede på den måde. Til gengæld var det saftususeme velovervejet. Der er tænkt længe over, hvor meget stolerækkerne skulle hælde, og hvilke

farver brikkerne skulle have." I løbet af 2014 bragte Altingets nye advisory board forskellige idéer og tiltag med ind. Blandt andet begyndte Altinget at foretage mere standardiserede brugerundersøgelser, som Peytz & Co. stod for. Den første af slagsen afslørede fuldstændig fantastiske tal i forhold til indhold, kvalitet, værdi for læserne og troværdighed. Til gengæld trak designet ned. Det var som sådan ikke et vigtigt parameter for læserne, men sitet blev oplevet som gammeldags, og det var heller ikke responsivt, så det tilpassede sig ikke forskellige skærmstørrelser. Peytz & Co. blev bedt om at lave et redesign, hvor det primære og altoverskyggende mål var, at siden skulle være responsiv. På et tidspunkt i processen gik opgaven med designet til Scandinavian Branding ved Johan Linneballe, der ikke gav meget for Altingets daværende logo og visuelle identitet. "Det er imponerende, at Rasmus Nielsen kunne få bygget den forretning op med så ringe signaler. Der er ingen hjælp der. Det er en kompliceret rebus, hvor man skal tænke over, hvad de forskellige farver mon kan være. Det var et meget stort problem, at Altinget selv ikke havde nogen *appearance*." Johan Linneballe tog fat på at redefinere Altingets udseende, og længe måtte han kæmpe med at få plads til Christiansborgs tårn. "Tårnet havde Rasmus et nært forhold til, og det tog lidt tid at komme af med det. Vi måtte tegne meget på det, for man er jo nødt til at tegne på tingene for at vise, om det dur eller ikke dur." I stedet valgte Linneballe at koncentrere sig om selve navnet. "Det er jo et fedt ord. På det tidspunkt var forslaget, at det skulle hedde Altinget.dk og ikke Altinget. Jeg foreslog, at hvis I hedder Altinget, så kan man nok godt finde jer på dot-dk. Det behøver man ikke at tage med i navnet. Det var et overgangsfænomen, at man brugte det. Jeg havde fået ideen om det helt store altfavnde A, der spænder helt inde fra folketingssa-

Presseklip

At besøge Altinget.dk minder om at træde ind på et offentligt kontor. Et af de mere velholdte, vel at mærke. Her er pænt og ryddeligt, uden overflødig pynt; den diskret afstemte bundfarve under logoet ligner sædebetrækket på venteværelsets forbojede bøgetræsstole, de grå toneplader gulvets linoleum. Jeg gætter på, at brugerne føler sig godt hjemme i de nydelige omgivelser. Og de behøver ikke at kede sig, for Altinget.dk har meget at byde på. [...] At Altingets mærke (et lidt suspekt sammensæt af folketingsalen og Christiansborgs spir) linker til niche-forsiden i stedet for at hjælpe mig helt tilbage til start, virker ulogisk og forvirrende – og bestyrker indtrykket af lidt for mange nullermænd på et ellers propert og indbydende kontor.

Ole Munk, designkonsulent
24. april 2009, Journalisten

Et visuelt overblik 2000-2020

Første skitse



Presseklip

Førstehåndsdrykket er godt. Ikke ét støvkorn ligger tilbage fra tiden før 11. august; det enkle, farvestærke visuelle udtryk ånder umiskendeligt 2014. Og grundlæggende fungerer sitets responsive arkitektur fint, hvilket især smartphone-brugerne kan glæde sig over; den bestandige zoomen ud og ind ligner et overstået kapitel. [...] Altingets ny logo er en lille genistreg. Det nytegnede navnetræk er applikeret på et rektangel med lige dele rødt og blåt. Enklere og mere direkte kan det vel ikke signaleres, at sitet beskæftiger sig med politik?

Ole Munk, designkonsulent
9. september 2014, Journalisten

len og helt til Ringkøbing med information til det danske folk. I starten var Rasmus bange for, det kunne forveksles med Socialdemokratiets A, men jeg sagde, at der er ingen, der vil misforstå det. Det er et fuldstændig andet A. Altingets A er utrolig blødt, meget mere åbent, end et A normalt vil være i forhold til andre bogstaver, men det har ikke noget at sige. Det er ligesom med Carlsberg-c'et, der ikke er velegnet med andre. Det er de greb, man kan bruge. Der er ingen prik over i'et, for det ser forstyrrende ud. Det har ikke noget at sige læsbarhedsmæssigt. T'erne er meget brede – det er for at få en vis tyngde – mens g'et og e'et stumper for at tage magten fra dem og for at skabe en balance og sammenhæng i ordbilledet. Det er en hel verden med ting for os, der nu tegner på skriften. Ligesom hvis man komponerer musik. Andre folk ville formentlig blot sætte fuld blæs på: 'Nu skal den ordentlig ha'!' Men pauserne er nok så vigtige. De små rum, øjnene inden i bogstaverne, må ikke blive for små, for så klatter det sammen. Her er de meget store og åbne, så ordet opfattes åbent, venligt, imødekommende. Det er en masse værdier, jeg har tegnet. Uden at det er en rebus. Rasmus var lige blevet malet af Michael Kvium, og jeg selv er meget stor tilhænger af Albert Mertz. Hans udgave af blå og rød er mørke, hvor Kviums farver er lysere. Rasmus havde et billede af maleriet med, og så sagde jeg: 'Selvfølgelig! Det er da så oplagt!' Så fik vi to farver i stedet for én kendingsfarve. Nu er jeg selv imod – og jeg synes også, at tiden er imod – at vi kan tale om blå og rød blok. Det handler det slet ikke om mere. Det er en gammel term. Hele Europa lider stadig under det. Og desværre er pressen, som ellers skulle være demokratiets frie stemme, den værste synder og holder fast i den sportsskamp. Men her er det røget ud af det politiske. Det har udgangspunkt i, at det er alle sider i salen, men da de er lige store, har det ikke en politisk betydning. Det er et symbol på, at man har spektret med." A



Modtager af Ting-Prisen 2006

Villy Søvdal

Jeg har min Ting-Pris, Pontus Kjerrmans "Bjørn", stående i vindueskarmen i mit kontor et godt stykke til venstre for midten. Herfra kan den med sin stolte holdning og med ordet som våben kigge ud over den fredelige mark, hvor heste og får græsser. Jeg synes, at Altinget på fornemste vis er lykkedes med at lave sober, informerende og aktuel journalistik, og jeg nyder om morgenen at blive oplyst om begivenheder i Danmark og verden. Fortsæt det gode journalistiske arbejde. Det var en dejlig påskønnelse i 2006 at modtage Ting-Prisen.

Villy Søvdal

Regionsrådsmedlem, Region Syddanmark.
Forhenværende medlem af Folketinget,
udenrigsminister og formand for SF.

Sådan fandt jeg på Kend din Kandidat

Allerede i Altingets første leveår, år 2000, fandt jeg på den interaktive kandidattest Kend din Kandidat. Med den skulle vælgeren kunne matche egne holdninger med en række politiske påstande og finde frem til, hvem man er mest enig med, og se, hvem der stiller op, og hvor man kan stemme. Formålet var at fremme kendskabet til politiske holdninger, øge forståelsen af ens eget ståsted samt få flere til at stemme personligt. Og vi kunne give brugerne et interaktivt tilbud, som er så vigtigt for onlinemedier, fordi vi hér kan noget, de ikke kan på de gamle medieformer.

Jeg anser selv opfindelsen af Kend din Kandidat på højde med nicheportalene, omend kandidattesten var langt mindre kommercielt bæredygtig, ja, kun klarede sig på tipsmidler eller kontrakt med DR eller TV 2, der betalte med public service-midler, hvad testen jo også er – om noget. Også tak til de to mediekæmper for mange års samarbejde herom med uvurderligt økonomisk bidrag til følge. Ret skal være ret.

Kend din Kandidat er en af de allerførste online-kandidattest i verden. Vi forsøgte straks at få patent på nyskabelsen hos Patentdirektoratet, men fik til min overraskelse at vide, at man ikke kan tage patent på udnyttelse af software. Så meget for beskyttelsen af Microsofts monopol på software. Hvis man laver en original tingest af plastik, aluminium eller papir, kan man vel nok få patent?

Kandidattest er i dag særdeles udbredte blandt medier i de vestlige demokratier, og vores medarbejdere har endda været til forskertræf i Sydeuropa om emnet.

Hvad gik forud? Før valget i 1998 havde jeg arbejdet en årrække for TV 2-regionerne (eksklusive Lorry) på Borgen og vidste på fingerspidserne, hvilke ordførere og udvalgsmedlemmer der var opstillet i snart sagt hvilken som helst valgkreds i landet.

Da familien så nærmede sig valgstedet i Ravnsborggade på Nørrebro, slog det mig, at jeg slet ikke rigtig vidste, hvem der stillede op i København – ud over de meget landskendte. Man har jo på valgdagen to valg at foretage: parti og person. Det ærgrede mig, at jeg ikke forud havde sat mig bedre ind i, hvem der stillede op. Men hvordan kunne man også det? Reelt så jeg det først på stemmesedlen i valglokalet, sekunder før det gjaldt – som alle andre vælgere dengang.

I 2000-2001 kunne vi gøre noget ved det. DTU-studerende Michael Kellberg Jensen – vores it-chef den dag i dag – var kommet til og byggede kandidatdatabasen op fra bunden ud fra mine ideer og anvisninger. Karakteristisk for Michael virkede det – hurtigt og uden tab af data. Vi har altid haft et fint samarbejde. Michael har en del af æren for, at vi lykkedes.

Vi lavede en tro kopi af stemmesedlen med farve, typografi og det hele og bad hver af de omkring 1.000 kandidater præsentere egne mærkesager på tre niveauer: landspolitik, EU og lokalt. Det var både oplagt og politisk rigtigt. Politik er jo Europa, nationen og lokal-samfundet. Vi bad om to fotos: et portræt og et efter eget valg, hvor man så kandidaten i en selvvalgt, karakteriserende situation – med familien, til sport eller hvad nu. De tre politikniveauer lever endnu, det sjove foto har nye generationer sløjftet. Folketingsvalg har for en database den fordel, at kandidaterne – modsat ved europaparlaments- og kommunalvalg

– altid er opstillet, fordi valgdatoen ikke er kendt. Ved at henvende os til alle kandidater fik det nye og ukendte Altinget også det fortrin som opkomling, at så vidste alle i denne nøglegruppe i hvert fald, hvem vi var.

Det var vigtigt, at alle partier ville være med. Ellers ingen database. Derfor inviterede jeg it-ordførerne fra alle partier til et møde på Borgen. De var mødt fuldtalligt frem og var forsigtigt venlige. SF's Thorstein Theilgaard fandt det lidt forenklet, at kandidater kun kunne erklære sig "helt enig", "ret enig", "hverken/eller", "ret uenig" eller "helt uenig" i en måske kompliceret politisk påstand. Klog og konstruktiv tale. Det løste vi på hans forslag, ved at kandidaterne kunne få adgang til at uddybe deres holdning i en tekstboks, interesserede kunne klikke sig frem til. Voila, alle partier var med os.

Så var det bare fast arbejde at gå i gang med at få alle til at udfylde deres profil. Vi har i alle årene været i god tid og har derfor været den kandidattest med den højeste svarprocent. Et vigtigt konkurrenceparameter.

Økonomien lod som antydnet noget tilbage at ønske. Det er renlivet public service og dur ikke at lægge bag betalingsmur. Hvad så, familiens sparegris var jo tomt. Heldigvis var der noget, der hed ministerens personlige tipsmidler. Jeg er taknemmelig for, at først Birte Weiss (S) og snart efter Helge Sander (V) støttede vores pionerprojekt. Udviklingen af Kend din Kandidat kom derved til at hvile i sig selv.

Valget kom som forudset hen i 2001, og vi var klar. Nu gjaldt det om at komme ud med kandidattesten på store medier – oplagt et dagblad og en tv-station – så vores navn kunne blive kendt, og vi kunne vinde noget goodwill. Berlingske satte en snabel i vores database og gav os som modydelse desværre ikke penge, men dog annoncer i avisen. Milliardforetagendet DR ville gerne have basen og fik allerede i 2001 en del trafik på den – men ville ikke give en krone.

Det skal så siges, at DR og TV 2 senere gennem årene har ligget i strid om at betale for at få vores Kend din Kandidat, og de seneste år har vi som nævnt et forbilledligt, tillidsfuldt samarbejde med netop DR om at levere kandidatdatabaser til alle typer valg.

Grundidéen, der reelt opstod i et splitsekund, står uantastet i dag med små, mest designmæssige variationer. Vi har lavet test til folkeafstemninger, til europaparlamentsvalg og til kommunal- og regionsrådsvalg, hvor mere end 10.000 stiller op. Lidt af et job for vores faste stab på tjansen.

Det var min digitale iværksætterven, Rune Bech, der som TV 2's interaktive chef fandt på den enkle, oplagte idé også at publicere, hvem vælgeren, der tager testen, er "mindst enig" med. Det er både relevant og sjovt og giver virkelig mening for mange. For eksempel at få at vide, at man er alt andet end til Enhedslisten og SF og meget mere til Venstre og Konservative. Så må der vel være noget om snakken. Eller man er til Alternativet og Radikale, men ikke Dansk Folkeparti og Nye Borgerlige.

Kandidattesten er i dag flittigt brugt. Heraf følger et stort etisk ansvar, vi altid har været os bevidst. Jeg vil hævde, at med de tætte valgresultater, vi gerne opnår i Danmark, ville vi i ond tro kunne påvirke valg – formentlig endog afgøre valg i de meget tætte af slagsen. Det kunne vi gøre ved snedigt at udforme påstandene, så de typisk får vælgere til at blive røde eller blå, sagt enkelt. Og videregive statistik for kandidatmatch dag for dag i valgkampen til ét og kun ét af partierne med en seriøs statsministerkandidat. Uha. Det har vi aldrig spekuleret i, vi har heller ikke testet det. Vi har ganske enkelt forsøgt at udforme påstande, der er så alsidige som muligt. Og med årene er flere og flere personer blevet inddraget.

Sagen er jo, at mange, især unge vælgere, tager testen og bliver overraskede over, hvor maskinen mener, de står politisk. Mange har faktisk ikke stort begreb om, hvad de mener rent ideologisk. Det hjælper Kend din Kandidat med at belyse. Mange siger, at de rent faktisk stemmer, som de får svar af os. Det var nu ikke meningen. Tag den for at blive klogere – og tag så selv ansvar for dit valg. Kend din Kandidat – stem personligt. **A**

Kandidattest gennem tiden

Efter sigende startede det med Jochum de Graaf, der i 1989 lavede den første partitest på spørgeskema og floppydisk i Holland. Hans 'Stemwijzer' er siden blevet en af de mest udbredte test og forbillede for mange, heriblandt den tyske 'Wahl-O-Mat', som er den største i Europa med mere end 15 millioner brugere. Som konkurrent til 'Stemwijzer' lavede hollandske Andrej Krouwel 'Kieskompas' i 2007. Der skelnes mellem partitest og kandidattest. Der er ikke så mange, der arbejder med kandidattest. Den finske public service-station Yle lavede kandidattesten 'Vaalikone' for europaparlamentsvalget i 1996 og igen for det finske parlamentsvalg i 1999. Siden kom vores kandidatdatabase 'Kend din Kandidat' i 2001. SVT lavede en kandidatdatabase i 2002 samtidig med 'Smartvote' i Schweiz, som også er blevet et omfattende projekt med landets mange valg. Siden er der kommet et par kandidattest mere, men de fleste i Europa arbejder med partier Vores netværk i Europa har givet os mulighed for berigende samarbejder, der både hjælper os med at udvikle os med ny inspiration, men også lærer os om markeder i udlandet, som har gjort, at vi blandt andet har solgt kandidattesten i både Norge og Sverige.

Kristoffer Hecquet
Projektchef, Altinget

Malerierne husker historien

Mens fotografier af fortidens ansigter sine steder har taget over, er det malede portræt en smuk tradition i blandt andet Folketinget og på rådhusene.

Sådan skulle det også være hos os. Ansvarshavende chefredaktører og direktører skal males – gerne ikke for længe efter, de tiltræder. Af hensyn til eftertidens hukommelse.

Det er sin sag at starte traditionen med sig selv; det kan virke selvsmagende – er det måske også? Så i flere år bortgemtes portrætterne af mig.

I anledning af 20-årsjubiliæet kommer den spirende samling på indtil videre fem malerier op i domicilet i Ny Kongensgade. Min mangeårige ven Peter Martensen, der har malet Erling Olsen (S) og Christian Mejdahl (V) til Folketinget, definerede størrelsen: 35 x 30 centimeter. Beskedent, men dog stort nok til, at ansigter kan males i naturlig størrelse.

Peters portræt viser iværksætteren, der, selv når han sidder model, tager telefonen. Det er man nødt til. Kunstneren, der søger det universelle, fandt iPhonen klassisk allerede dengang i 2010, og det holdt jo stik.

Michael Kvium har jeg beundret siden starten af 1990'erne, men han skulle overtales. Han tog fotos med sin mobil oppe i atelieret i Nordsjælland en dag, jeg kom i poloshirt bare for at aftale nærmere. Og så gik tiden, og der skete ingenting. Indtil en dag i 2011, Michael ringede og sagde, at portrættet var færdigt. Længe før Altingets logo blev rødt og blåt, valgte han på karakteristisk vis at dele baggrunden lige over i to farver. Han måtte længe arbejde med netop den rigtige røde og rigtige blå. Den sidder.

Hvem skulle male direktør Per Mikael Jensen med det karakteristiske ansigt, lidt af en lækkerbissen? Jeg foreslog Peter Carlsen, der også er en frækkert. De to fandt hinanden, og resultatet fra 2018 er stærkt, vellignende og charmerende.

Chefredaktør Jakob Nielsen valgte selv den yngre, men allerede anerkendte Johannes Sivertsen, der samvittighedsfuldt og sirligt over lang tid og efter mange tegnede skitser nåede frem til et nøjagtigt, næsten monokromt, mimetisk resultat, der foreviger Jakob, som mange kender ham: neutral, velovervejet, stilfærdigt nærværende. Det skiller sig ud – på den gode måde.

Vi vil holde pedantisk på, at chefredaktører og direktører skal males i det faste format. Men verden er ikke mere firkantet, end at den også er rund, og der kan være enkelte profiler, vi også gerne vil have op at hænge. Som i Folketinget, der ud over statsminister- og formandsportrætter jo også har enkeltværker af blandt andet partistiftere og partiformænd.



←
Peter Martensen
(født 1953):
Direktør 2000-2017
Rasmus Nielsen

←←
Michael Kvium
(født 1955):
Ansvarshavende
chefredaktør
2000-2017
Rasmus Nielsen



←
Johannes
Sivertsen
(født 1984):
Ansvarshavende
chefredaktør
2017- Jakob Nielsen

←←
Peter Carlsen
(født 1955):
Direktør 2017-2019
Per Mikael Jensen




Thomas Kluge
(født 1969):
Chefredaktør
2016-
Lisbeth Knudsen



Den mangeårige koncernchef og nyhedsdirektør Lisbeth Knudsen, husets tværgående chefredaktør, er en sådan profil. "Hvordan vil du males?" "Realistisk." O.k, så måtte det blive Thomas Kluge. Men han ville ikke ned i 35 x 30 cm. Hmmm, men man har et princip, til man tager et nyt, tænkte jeg, og så blev vi enige om en pris for 40 x 40, som var hans absolutte mindstemål. Hvorefter Kluge selv tilbød for samme pris at gå op i 50 x 50 og med sin egen karakteristiske sorte ramme. Og det kan en forretningsmand jo ikke stå for – en halv gang mere for pengene.

Rammerne af chefredaktører og direktører er designet og udført af kunsthåndværkeren Tyge Axel Holm, Bornholm. Profilen er den samme, men Tyge vælger træsort efter det enkelte værk.

Åh, det bliver spændende, som tiden går. Uundgåeligt vil der komme nye chefredaktører og direktører til, og vi vil huske de gamle og deres gode portrætkunstnere. Ganske af sig selv får vi et historisk spejlbillede af de tider, samfundet og kunsten såvel som Altinget går igennem. En tradition er født. 

Claus G. Theilgaard

Udgiver, DK Medier, herunder DK Nyt og Avisen Kommunen.

Konkurrent & kollega

Claus G. Theilgaard

Kære Rasmus. Tillykke med Altingets 20 år! Mit firma har haft en opvækst, der ligner Altingets. Vi har haft det svært. Omgivelserne var os ikke venligt stemt. Den korte version er, at det er et under, at Altinget og DK Nyt ikke for længst er lukket. At vi overlevede, er på alle måder værd at fejre. Vi to ved bedre end nogen andre i kongeriget, at Danmark ikke var skabt til iværksættere inden for mediebranchen. Da du startede Altinget, og jeg – sammen med Lars Greir – startede DK Nyt, gik vi ind på et marked, hvor vores konkurrenter år ud og år ind modtog massiv statslig støtte. Danmark er et land, hvor medierne delvist finansieres via licens, nulmoms, direkte tilskud og for offentlige organisationers vedkommende skattemidler. Altinget og DK Nyt entreerede et mediemarked, som ikke er et vestligt demokrati værdigt. Offentlige midler blev brugt til at spænde ben for nye medier. Hvis man er i tvivl om betydningen af statens konkurrenceforvridende engagement i dens egne medier og de subsidierede gamle mediehus, skal man blot forestille sig, hvordan det er at drive en restaurant, hvor konkurrenterne ikke skal betale moms og får støtte til tjenerens og kokkens løn. Det var vilkårene i mediebranchen i begyndelsen af dette årtusinde. Havde jeg dengang haft den viden om statsstøtte til medierne, som jeg har i dag, havde jeg satset på alle andre områder end lige medievirksomhed. Men jeg er journalist og brænder for publicistisk indhold. Derfor skulle det dengang unge internet selvfølgelig bruges til journalistisk indhold af høj kvalitet. Rasmus, jeg ved, du havde og har de samme ambitioner. En redaktør sagde engang til mig, at "journalister arbejder bedst, når de er sultne". Måske gælder det også udgivere af nye medier. Hvis jeg ser på, hvad vi har leveret af public service igennem tiden, har jeg svært ved at forstå, hvorfor der er så langt mellem snapsene på licensfinansierede medier. Jeg mindes med glæde, da vi – efter lang tids lobbyindsats – opnåede foretræde for Folketingets Kulturudvalg, og jeg tror, det hjalp, at medlemmerne af udvalget på det tidspunkt havde indset, at noget af den bedste journalistik faktisk blev leveret af medier, der udkommer på nettet. Vel at mærke uden støtte. I dag er netmedier momsmæssigt ligestillet med andre nyhedsmedier og modtager støtte til at lave journalistisk indhold. Det har givet medier som Altinget og DK Nyt flere journalistiske muskler. Med støtten skal vi nu bevise, at de – for os nye – midler bruges til at lave endnu bedre og endnu mere væsentlig journalistik.

Kap. 02

Altingets journalistik

*Af Jakob Nielsen,
Kasper Kaasgaard,
Christian Steensson Rasmussen,
Anne Justesen og
Morten Okkels*

Fagmedarbejdere, betalingsmure og robotter er tre af de egenskaber, der gør Altingets journalistik til noget særligt i den danske mediebranche.

Altingets journalistik går til sagen, men den går aldrig i gult

Vi skriver masser af nyheder. Vi skriver også store politiske nyheder, og nogle gange har vi nyheden før de andre. Men vi går aldrig i gult. Vi har helt enkelt ikke indført en funktion i vores redigeringsystem, der kan placere en gul bjælke hen over skærmen med teksten *breaking news*.

Der skulle gå to år i jobbet, før det for alvor gik op for mig, hvor dybt den holdning egentlig stikker. Og hvad den betyder for vores journalistik.

I mellemtiden er jeg selv blevet meget klogere på, hvordan man laver journalistik, som kunderne vil betale for.

Og det er måske den vigtigste egenskab ved Altingets journalistik. I en tid, hvor de traditionelle journalistjob forsvinder som bladene fra træerne om efteråret, er det lykkedes at skabe noget indhold, som kan drive en forretning.

Vel at mærke indhold, som ikke lefler for den laveste fællesnævner, springer over, hvor gærdet er lavest, eller pakker tommer kalorier ind i clickbait-rubrikker, der ikke holder, hvad de lover.

Det er det indhold, som for nogle år siden fik redaktør Troels Mylenberg til at kalde Altinget ”en dejlig tør fætter”. Det var vistnok ment som en kompliment.

Og det er en etikette, vi tager på os med et smil.

Den helt afgørende præmis for al journalistik på Altinget er, at den skal afspejle vores politiske neutralitet. På sin vis kan det lyde banalt – for den enkelte journalist på Berlingske, Århus Stiftstidende eller Danmarks Radio tager heller ikke stilling, når vedkommende rapporterer om lokal, dansk eller europæisk politik.

Alligevel er det, som om Altingets neutralitet stikker dybere. Vi har ikke lederartikler, hvor jeg selv eller andre medarbejdere erklærer mediets holdning, og vi gør en dyd ud af at præsentere politiske tanker og forslag uden slagside hverken til højre eller venstre. Det

betyder også, at vi ofte undlader at råbe lige så højt i vores rubriksprog – vores overskrifter – som mange af vores konkurrenter.

Og noget tyder på, at læserne stoler på vores neutralitet. Hvert år får vi det målt, og resultatet er heldigvis hvert år det samme: Et meget stort flertal på op imod 90 procent betragter os som neutrale, mens en lille gruppe mener, at vi hælder til venstre – og en omtrent lige så lille gruppe mener, vi hælder til højre.

Men vi gør også en indsats for at være mere end den neutrale, tørre fætter.

Vi har fået et lækkert magasin på glittet papir, og det har ansporet os til at skrive stærke og læseværdige interview og portrætter. Og vi er blandt de førende medier i Danmark, når det handler om at udvikle robotjournalistik. Robotten kan bedst lide at skrive enkle og overskuelige historier fyldt med fakta, og på den måde passer den perfekt ind hos os, for det er nemlig noget, vores læsere også godt kan lide.

Men makronbunden i vores journalistiske lagkage er og bliver den gedigne journalistik, som udøves bag betalingsvæg af vores fagjournalister på vores 23 nicheportaler – et tal, der i øvrigt vil være højere, når denne bog udkommer.

I moderne journalistik tales der meget om *point of difference* – altså det, der adskiller netop vores indhold fra konkurrenternes. Og i vores tilfælde er der ingen tvivl om, hvad *point of difference* er: Det er det faktum, at vi har en lang række fagredaktører, der følger et bestemt område og derfor kan levere en journalistik, der går et spadestik dybere og holder fokus på substansen frem for det taktiske spil.

En politisk ordfører fra et af de gamle partier i Folketinget fortalte på en conference, som jeg deltog i, at hun nogle gange undlader at tage telefonen, når det er Altingets journalister, der ringer. ”For de er altid så godt inde i sagerne, at man ikke bare kan verfe dem af?”

Styrkelsen af fagredaktørerne er ekstra vigtig, fordi det modsatte er sket i de klassiske medier. Antallet af egentlige fagmedarbejdere på Jyllands-Posten, Berlingske og Politiken er styrtstykket i løbet af de seneste årtier; i stedet er journalisterne generalister, der skal kunne løbe lidt efter det hele. Eller de indgår i gravergrupper, som skal afsløre komplicerede sammenhænge eller optrevle store skandaler.

På de elektroniske medier er fagmedarbejderne i nogen grad genopstået – men det sker mest på de brede områder. Danmarks Radio har således to (i øvrigt vanvittig dygtige) fagmedarbejdere – eller korrespondenter, som de kalder det – på retsområdet, men mig bekendt ingen korrespondent, der dækker miljøstoffet, arbejdsmarkedet eller socialstoffet.

Om Rasmus Nielsen havde forudset den udvikling, da han stiftede Altinget i 2000, skal jeg ikke kunne sige, men det er en udvikling, der har været med til at skabe grundlaget for Altingets kommercielle succes. Der er simpelthen hen et stadigt større lag af professionelle i både det offentlige og det private, der er afhængige af nichemedier, som opmærksomt følger og rapporterer om de områder, der ikke længere bliver fulgt særlig tæt i de brede medier.

At meget af journalistikken præsenteres bag betalingsmur, er et andet særkende for Altingets journalistik. Efterhånden er de fleste private medier begyndt at kræve betaling for deres journalistik, men da Altinget som et af de allerførste medier herhjemme indførte en betalingsvæg i 2002, blev der rystet på hovedet de fleste steder i branchen.

Netmedier skulle have masser af klik og finansieres af annoncer, var den generelle opfattelse dengang.

Det gav Altinget et meget værdifuldt forspring i arbejdet med at opfinde modeller, hvor kunderne faktisk betaler for det indhold, som vores journalister producerer.

Samtidig har vi en forside, hvor vi bringer det brede og almene politiske stof samt udvalgt stof fra de 23 nicheportaler. Det er med til at gøre vores medie mere kendt og giver os mere gennemslagskraft, men det ændrer ikke ved, at man skal abonnere på en eller flere af nicheportalerne, hvis man for alvor vil være opdateret på bestemte områder i dansk politik.

Presseklip

Kære Rasmus: Du og det du med Altinget i bedste iværksætterånd har skabt gennem de 17 år, er et lige så godt værn mod mediernes evindelige grædekoner, som krucifikser og hvidløg er det mod vampyrer. Grædekonerne må simpelthen krybe snøftende tilbage i deres huller, når de ser, hvad du har skabt. Og ikke mindst: Bygget fra bunden midt i den digitale transformation. Du og Altinget.dk er det måske stærkest tænkelige bevis, man kan hente i det danske mediebillede, på at forfaldsmyten er – en myte.

Tom Jensen, chefredaktør Tale til Rasmus Nielsen ved overrækkelsen af Den Berlingske Journalistpris. 3. januar 2018, Berlingske

Og her spiller vores servicestof også en vigtig rolle. For mange af vores abonnenter er journalistikken nemlig ikke den eneste og måske ikke engang den vigtigste grund til at holde Altinget. En anden grund kan være, at vi lægger meget stor vægt på at have det bedste debatstof inden for vores nicheområder. Vores lille håndfuld af debatredaktører følger grundigt med i samfundsdebatten og sørger for at bringe de vigtigste aktører sammen i en debat, hvor fokus altid – eller i hvert fald næsten altid – er på bolden frem for manden.

Vi har også en unik navnebase, hvor vi hjælper læserne med at holde øje med, hvem der har runde fødselsdage, hvem der er blevet fyret, og hvem der skifter job.

Og så er der robotterne. De hjælper os med at holde øje med lovforslag og alle de spørgsmål, som medlemmerne af Folketinget stiller til regeringens ministre.

Takket være en robot – i praksis et program i vores computere – trækker vi hver dag nye spørgsmål og ministrenes svar ind på Altingets hjemmeside, hvor de bliver forvandlet til artikler og fordelt ud på de 23 portaler efter relevans. Det er ikke kunst, og robotten kan ikke selv finde ud af at give artiklerne overskrift, men det er en meget effektiv service til de af vores læsere, der har behov for at følge bestemte områder tæt.

En anden robot sørger for at følge alle lovforslag, der bliver fremsat, og skabe en tidslinje, hvor man kan følge hele behandlingen i Folketinget fra betænkningen over udvalgmøderne og høringsvarene til debatterne i salen og den endelige afstemning. Og så sørger robotten for, at alle de artikler, Altinget bringer om det enkelte lovforslag, bliver sat ind på tidslinjen.

Jeg må indrømme, at jeg – som de fleste journalister – i begyndelsen var lidt skeptisk over robotjournalistik, men jeg er blevet stor tilhænger af det, efterhånden som jeg har opdaget, hvad det kan, og hvordan det tilføjer helt nye dimensioner til vores journalistik, som hverken kan eller skal erstatte vores spillevende journalister.

Ikke desto mindre blev jeg overrasket, da jeg efter folketingsvalget pludselig opdagede en hel ny type robotjournalistik på Altinget.

En maskine havde sørget for at hente de præcise stemmetal fra de officielle kilder og skrive en artikel om hver eneste kandidat ved valget, og her kunne man læse om kandidatens valgresultat, også i forhold til tidligere valg, i forhold til partifæller og øvrige kandidater. Alt sammen skrevet i et korrekt, afmålt dansk – og selvfølgelig med en tydelig markering af, at artiklen var skrevet af en robot.

Jeg havde aldrig hørt om den robot og frygtede et kort overblik, at noget var gået galt. Men det viste sig at være omvendt: Folkene bag den nye robot havde gået meget stille med dørene, fordi de var usikre på, om den nye robot ville fungere. Da de opdagede, at den faktisk virkede helt efter hensigten, blev de så begejstrede, at de lagde den på hjemmesiden med det samme uden at fortælle nogen om det.

I takt med at Altinget er vokset, er der også blevet kortere mellem de journalistiske højdepunkter. Også mellem dem, der for alvor sætter dagsordenen.

Men det ville være stærk tobak at skrive en hel artikel om Altingets journalistik uden at nævne lakridspiberne. Hvem husker ikke historien fra 2013 om, at EU ville forbyde Skipers små, sorte lakridspiber?

Historien eksploderede og førte omgående til både hamstring og civil ulydighed fra politikere, der en gang for alle havde fundet dokumentation for, at de var blevet helt vanvittige nede i Bruxelles.

Problemet var selvsagt, at historien var langt mere nuanceret end som så. Ja, der lå et ændringsforslag om at forbyde slik, der ligner tobak, men det er højst usikkert, om der nogensinde var nogen, der sådan for alvor var ude efter lakridspiberne.

På Altinget ramte historien hårdt, fordi det var første gang, at redaktionen for alvor oplevede at være under pres fra kilder og fra andre medier, der gik vores journalistik efter i sømmene.

Heldigvis førte den ikke til, at Altingets journalister holdt op med at grave kontroversielle sager frem. Det var Altinget, der i 2015 som de første for alvor satte fokus på sundhedsfaren, da mange unge efter en TV 2-dokumentar begyndte at droppe HPV-vacciner. Og det var Altinget, der i 2016 afslørede, hvordan regeringen stik imod reglerne benyttede ulandsbistand til at finansiere store dele af de danske asyludgifter. I 2017 var det Altinget, der for alvor satte fokus på de kaotiske tilstande i Slagelse Kommune, og året efter afslørede vi, hvordan Udenrigsministeriet mistænkte falske Facebook-profiler for at sprede falske nyheder i den danske udlændingebestand.

Og så kom i sensommeren 2019 afsløringen af regeringens strategi for den kommende finanslov – et scoop, som i et stykke tid fik nogle af regeringens centrale spindoktorer til at afvise at mødes med nogle af Altingets journalister. Ikke fordi de var vrede – de kender og forstår selvsagt spillereglerne – men mere fordi de frygtede, at de så kunne blive mistænkt for at være kilden til det opsigtvækkende læk.

Men det er måske på vores portal om civilsamfundet, at vi har præsteret den bedste og mest moderne journalistik. I en lang række artikler har Altinget sat fokus på dårlig ledelse i ngo-miljøet – hvilket i en af de konkrete sager førte til, at såvel direktøren som det meste af bestyrelsen i en mindre organisation endte med at forlade deres poster.

Klassisk kritisk journalistik inden for et område, som der skrives meget lidt om i de brede medier. Men det, der for alvor gør mig stolt over den journalistik, vi bedriver på portalen om civilsamfundet, er det konstruktive element, der hele tiden følger med. Vi forlod ikke den kriseramte organisation, efter at ledelsen var blevet afsat; vi vendte tilbage og beskrev omhyggeligt, hvordan en ny ledelse tog fat på at genopbygge organisationen og bringe de pressede medarbejdere på ret kurs.

Det kritiske, det konstruktive og det inkluderende er tre bærende søjler i vores journalistiske indsats, og hvis vi fjernede den ene, ville de to andre være utroværdige.

Men selv når vi afslører magtmisbrug, fake news eller misbrug, gør vi det uden gule bjælker. Og først under folketingsvalget i sommeren 2019 – mere end to år efter, at jeg var begyndt på Altinget – gik det for alvor op for mig, hvor dybt modstanden mod den højt-råbende breaking-kultur stikker på Altinget.

Vi leverede en glimrende og ordentlig dækning af valgkampen, men undervejs kæmpede vi en del med at få skrevet nogle af de nyheder, der kunne sætte dagsordenen i et døgn – eller bare nogle timer. Det lykkedes da også, men ikke nær så meget, som jeg havde troet og håbet.

I begyndelsen irriterede det mig: Hvorfor kan vi ikke skrive nyheden, når den ligger lige der, og enhver kan se den?

Men efterhånden gik det op for mig, at det hverken var viljen eller evnen, der manglede. Det var et spørgsmål om en etik, der er udviklet og oparbejdet gennem små 20 år af nogle af branchens dygtigste og mest omhyggelige journalister. Det var et spørgsmål om kultur, om Altingets sjæl, om man vil.

Det ligger meget dybt i journalisterne her på stedet, at de ikke er dem, der råber højest. At de ikke påstår hvad som helst, medmindre de er helt sikre. Og at de meget nødig vinkler så skarpt, at de kan beskyldes for at være politiske eller for at gå et bestemt ærinde.

Det er sunde instinkter. Og det er en kultur, som har været med til at gøre Altinget til noget så usædvanligt som et 20 år gammelt medie, der fortsat oplever markant vækst.

Den slags laver man ikke lige om, fordi der er valgkamp. Og det er faktisk godt.

Udfordringen de næste 20 år bliver at få tilføjet endnu flere facetter til vores journalistik. At skærpe vores evne til at tale med store bogstaver, når situationen kræver det.

Men det bliver stadig med neutraliteten som betingelse og fagligheden som makronbund. Og det bliver uden gule bjælker. [A](#)

Robotterne kommer!

Den foreløbigt korte historie om robotjournalistik på Altinget

Som pioner inden for digital journalistik i Danmark er det naturligt for Altinget også at være med blandt de fremmeste, når teknologiske landvindinger åbner nye døre for journalistikken.

I disse år er mediebranchen som så mange andre brancher i færd med at invitere robotterne ind i maskinrummet, og Altinget er i høj grad med på den udvikling.

Gennem en stribe projekter, hvoraf det første blev sat i gang i 2016, sørger computere nu for at give læserne endnu bedre overblik over arbejdet i Folketinget, ligesom robotterne hjælper journalisterne med at finde rundt i de mange dokumenter, som bliver produceret på Christiansborg.

Tidligere vicedirektør og projektchef Mette Rosendahl var initiativtager til ansøgningen, der igangsatte det første projekt med robotjournalistik. Den grundlæggende idé var at få mere ud af folketingsdokumenter og den data, de gemmer på. Det har altid været en kerneopgave for Altinget at dække udvalgs spørgsmål, samråd og lovbehandlinger, og den dækning skulle nu gøres endnu grundigere og mere systemiseret.

Efter Mette Rosendahls skifte til Mediehuset Ingeniøren (nu Teknologiens Mediehus) blev den nye projektchef, Kristoffer Hecquet, og jeg sat i spidsen for projektet. Som en afgørende brik blev Christopher Bjerre, der er udvikler med speciale i maskinlæring, ansat og dedikeret til projektet.

I perioder forskansede holdet sig i Altingets lavloftede kælder under kontorerne i Ny Kongensgade, hvor undertegnede monterede to store glasplader til tuschstreger og post-its. Arbejdet i kælderen var en smule udfordret af, at alle tre medarbejdere er over 190 centimeter, og at lokalernes primære funktion var opbevaring af rengøringsartikler. Men takket være Christopher Bjerrers koder og grundige arbejde bliver alle de samråds-, udvalgs- og § 20-spørgsmål, som Folketingets medlemmer stiller til ministrene, nu automatisk oprettet som artikler på Altinget.

Som Altinget-læser er det dermed blevet nemmere at følge det parlamentariske arbejde, ligesom Altingets journalister har fået et avanceret værktøj, der også frigiver ressourcer på redaktionen. Endelig har vi gennem den systemiserede databehandling fået kendskab og ejerskab til data, som har gjort det muligt at lave overbygningen 'Følg lovforslaget'. Her organiserer vi dokumenter efter det lovforslag, de knytter sig til. Resultatet er en tidslinje for hvert forslag, som også indeholder de artikler og videoklip, som Altingets journalister producerer om et givent lovforslag. Analysebureauet Analyse og Tal var projektpartner og hjalp med sparring undervejs. De havde også en selvstændig

del, som mandede ud i platformen Kend dit Folketing. Her findes en lang række flotte visualiseringer af data fra Folketinget og folketingsmedlemmerne, og man kan blandt meget andet søge på, hvor ofte et ord er blevet sagt fra talerstolen.

Projektet, som var støttet af Googles Digital News Initiative Fund, var afgørende for at skabe den ånd og det mod, der skal til for at udnytte teknologiens muligheder.

Af andre nævneværdige robotter kan nævnes et par forsøg med at bygge såkaldte chatbots. I forbindelse med Folkemødet 2017 kunne Altingets læsere således modtage nyheder om politik og Folkemødet som beskeder på telefonen. I en lang periode var det også en hjørnesten for vores ungemedie, Spektrum, at de unge fik deres daglige nyhedsopdatering gennem Messenger.

Senest ved folketingsvalget 2019 var endnu en nyhedsrobot i spil på Altinget. På samme måde som § 20-spørgsmål og lovforslag er valg og folkeafstemninger helt i kernen af, hvad der er relevant for Altinget og Altingets læsere. Derfor var det oplagt at vælge et folketingsvalg som omdrejningspunkt for det næste store robotprojekt. Drømmen var, at robotten på baggrund af valgresultatet skrev en artikel om hver enkelt kandidats resultat uden nævneværdig menneskelig indblanding.

Igen fik vi hjælp udefra. Denne gang fra Niels Erik Kaaber Rasmussen, som har lavet lignende projekter før. Han står blandt andet bag hjemmesiden hvemstemmerhva.dk, som i en årrække monitorerede, hvordan folketingsmedlemmerne stemte. Han fik til opgave at programmere og forberede en lang række scenarier med tilhørende tekster, som robotten kunne vælge imellem, når det endelige resultat af folketingsvalget var klar.

Resultatet blev omkring 900 artikler, der hver især fortæller historien om kulminationen på en lang valgkamp. Der var overraskelser, bundpropper, valgmatematikens uretfærdigheder og overskrifter som "Dan Jørgensen største stemmesluger på Fyn", som landede i mailboksen på de opstillede kandidater lige til at dele på sociale medier, hvis budskabet ellers var værd at dele. Artiklerne supplerer også Altingets populære kandidatstest, som dermed får nyt liv efter valget.

De robotartikler, der kom ud af folketingsvalget i 2019, viser, hvilken værdi robotjournalistik kan tilføre. Størstedelen af dem er relevante for meget få mennesker, men fordi de kan produceres i stort omfang uden særlige omkostninger, kan lige netop de mennesker alligevel få mulighed for at læse om deres kandidat eller se svaret på et meget nichepræget udvalgs spørgsmål. På Altinget kommer vi helt givet til at se mere af den slags. **A**

Presseklip

Vi er meget begejstrede over at have fået muligheden for at udvikle og anvende nye metoder til at arbejde med offentlig data. Formålet er at styrke journalister og samfundsborgeres mulighed for at undersøge og forstå, hvordan den nationale lovgivningsproces udspiller sig.

Mette Vindfeldt Rosendahl
6. juli 2017, MediaWatch

Hvem læser Altinget – og hvad synes de om os?

Læsersammensætningen har løbende udviklet sig siden Altingets begyndelse omkring årtusindskiftet. I de spæde år henvendte de første nicheportaler sig til beslutningstagerne i toppen af organisationen hos primært ministerier, styrelser, regioner, kommuner og interesseorganisationer. I takt med at politisk interessevaretagelse er blevet en mere udbredt disciplin på flere niveauer end tidligere, er Altingets læserskare også blevet udvidet. Nu er det ikke længere kun departementscheferne og forvaltningscheferne, der læser med. Det er også afdelingsledere og fuldmægtige, der orienterer sig i de fagspecifikke nyheder fra Altinget. Politisk interessevaretagelse er blevet aktuelt for flere aktører, end det var for 20 år siden. Stadig flere virksomheder anerkender værdien af at orientere sig politisk og holde sig opdateret på beslutningsprocesserne. Denne udvikling har sørget for, at fordelingen mellem offentlige myndigheder og private virksomheder blandt Altingets læsere nu er næsten lige.

Den generelle udvikling i mediebranchen imod flere nicheprodukter har indtil nu været positiv for Altinget. Man kunne forestille sig, at den øgede konkurrence ville have begrænset potentialet. Virkeligheden ser dog markant anderledes ud. De mange gode produkter og tilbud på B2B-markedet for nichenyheder har været medvirkende til, at stadigt flere er blevet opmærksomme på og interesserede i den værdi, det skaber at være ordentligt orienteret og på forkant med udviklingen. Den stigende konkurrence har været med til at holde os på tærerne. Den har også været med til at opdyrke og udvide et marked, der ikke fandtes i samme grad for 20 år siden.

Altinget har fra begyndelsen spurgt læserne, hvad de synes om os. I de tidlige år blev brugere spurgt mere sporadisk, mens vi de senere år via det digitale bureau Peytz & Co hvert år har foretaget en grundig brugerundersøgelse blandt både betalende abonnenter og de læsere, som modtager det gratis nyhedsbrev. Et par år efter Altinget så dagens lys, spurgte analyseinstituttet Jureka.com første gang brugerne om, hvad de mente om Altinget, og hvordan de brugte det. Rasmus Nielsen opsummerede dengang resultatet: "I al beskedenhed: Svarene var positive."

Undersøgelsen viste, at læserne fandt indholdet på Altinget relevant og spændende, ligesom de stoled på den information, de fandt. Samme positive svar har brugerne givet, hver gang vi siden har spurgt.

En grundlæggende del af Altingets dna er den politiske neutralitet og objektive dækning af dansk og europæisk politik. Derfor har vi også løbende spurgt, om læserne ser os som politisk neutrale – og det gør de. "Altinget er sygeligt neutralt," kunne Rasmus Nielsen ligefrem anføre i en klumme i november 2016.

87 procent af abonnenterne havde nemlig svaret ja til, at de mente, Altinget var politisk neutralt. Derudover fordelte de, som mente, Altinget var højredrejet, og de, som mente, Altinget var venstredrejet, sig i to lige store andele. Siden har vi hvert år gentaget spørgsmålet. Og hvor man måske kunne frygte, at den politiske neutralitet ville lide under den markante vækst i trafik og brugertal, Altinget de senere år har oplevet, så er det heldigvis ikke gået sådan. Altinget står stadig for brugerne som et partipolitisk neutralt medie, de synes godt om. **A**

Modtager af Ting-Prisen 2007 & 2014

Pia Kjærsgaard

Det er selvfølgelig en ære at få Altingets pris. Den betyder, at jeg har sagt noget, som man har lagt mærke til. Det ville være krukket at sige andet. Jeg er politiker, fordi jeg vil præge samfundsudviklingen i den retning, som jeg mener, er den rigtige. Det kræver, at man løfter stemmen og stikker næsen frem. Det kan godt give nogle skrammer, men jeg putter ikke med mine meninger. Jeg går ind for klar tale, så vælgerne ved, hvad de får, når de sætter kryds ud for mit navn. Jeg er kun glad for, at min kommunikation giver genlyd. Der kan let gå inflation i priser, og nogle gange er det en lidt tvivlsom ære at modtage en pris. Altinget er et medie, som jeg har stor respekt for. I tager det politiske arbejde seriøst og giver jer tid til at gå i dybden med emner, som andre medier finder for tunge eller for kedelige. Derfor har jeg også en særlig veneration for de to statuetter, Altinget har givet mig som modtager af Ting-Prisen i henholdsvis 2007 og 2014. En af statuetterne hedder "Blå Himmelruller Gumozo" – et sært fugleagtigt væsen lavet af gammelt skrot. Det er en krabat på fem kilo med et næb, der fylder lige så meget som kroppen. Den symbolik kan jeg godt identificere mig med.



↑
Ny undersøgelse viser, at 91 procent af studenterhuerne fra 2008 er i uddannelse eller beskæftigelse fire år efter.

Altingets bedste bøffer

Ingen er fuldkommen. End ikke Altinget-journalister. Det har Morten Okkels gennem mange år som en af virksomhedens skrappeste korrekturlæsere belyst og belært os om. Ved Altingets julefrokoster har det vakt både glæde, begejstring og skræk, når han har gengivet de bommerter, korrekturen nåede at redde lige på målstregen.

ILLUSTRATION JENS HAGE

→ Vi kulturpolitikere skal ikke bare være nogen, der uddeler penge til kulden en gang om året, men som så ellers ikke må blande os.

→ Men den danske regering tøver fortsat med at sige ja til sin egen målsætning fra regeringsgrundlaget. Det gør et flertal af vælgerne på 48 procent derimod ikke.

→ Det tværeuropæiske konsortium InnoLife modtager flere milliarder fra EIT. InnoLife skal bekæmpe stigende gennemsnitsalder.

→ Den nye taxachef, Astrid Donnerborg, kommer senest fra en direktørstilling i Fionia Bank, hvor hun tiltrådte, efter banken gik ned.

→ Sundhedsminister Nick Hækkerups partifælle

og Socialdemokraternes sundhedsforfører Flemming Møller Mortensen, affejer kritikken fra oppositionen.

→ Dan Quitzau stopper som chefredaktør på Bornholms Tidende og skal aflyses af en ny chef.

→ Jørgen Poulsen afleverer i dag 9400 underskrifter til fordel for dobbelt statsborgerskab til integrationsministeren.

→ Sådan lyder nogle af ønskerne og tilbuddene fra Danske Regioners formand, Bent Hansen (S). Han lufter her lidt af sløret for tal og temaer til forårets økonomiforhandlinger.

→ I Danmark kræver det en ret stor indsats at få adgang til arbejdsløshedsdagpenge.

→ Det vil i så fald skyldes, at Venstre over hele landet står til fremgang, lyder kommanulforskerens analyse.

→ "Derudover er det ikke altid ens værdier, der kommer til udtryk, når man står en sen eftermiddag nede i supermarkedet og skal købe ind til aftensmanden. Her skal det være nemt, hurtigt og billigt, og derfor er der andre ting, der spiller ind," siger han.

→ Flemming Nør-Pedersen, direktør i Landbrug & Fødevarer, bekræfter, at arbejdet er i gang, men understreger, at det ikke er sikkert, at foreningerne kan blive enige. "Det kunne være spændende, hvis det kunne lade sig gøre. Men det er ikke sikkert, at enden kan nå sammen," siger han.



→ Social- og integrationsminister Karen Hækkerup (S) præsenterede mandag et udspil, der skal sætte en stopper for hærværk begået af nydanske drenge med hjælp fra forældre og civilsamfund.

→ "Derfor er det undergravende for samfundet, hvis der stadig er en gruppe hovedsageligt indvandrerkvinder, der holder dig hjemme på kontanthjælp," siger Peter Skaarup til Altinget.dk.

←
Benzinen er rørende billig, i forhold til brug af kollektiv trafik. Det er derfor, at folk køber så store biler.

→ Mere fokus på evidens i de sociale indsatser er vand på social- og integrationsminister Karen Hækkerup (S).

→ Uganda tilbagebetaler 10 millioner kroner til Danmark, der var forsvundet.

→ Morten Marinus er født 10. november 1977 i Aalborg som søn af muremester Bent Jørgensen og social- og serviceassistent Inger M. Jørgensen. Inden da har han været medlem af byrådet i Pandrup Kommune.

→ Lige nu ligger anbefalingen på Lars Løkke Rasmussens bord, der inden længe skal forhandle med de andre politikere om den endelige løsning.



↑
Der bliver danset tæt på den varme grød i Boligministeriet i disse dage.

→ "Der er sket en bemærkelsesværdig tilslutning til Dansk Folkeparti fra de studerende gennem 2014, som i høj grad signalerer en ændret social profil for partiet," noterer mangeårige Altingets valgforsker, professor Søren Risbjerg Thomsen.

→ "Derfor er det undergravende for samfundet, hvis der stadig er en gruppe hovedsageligt indvandrerkvinder, der holder dig hjemme på kontanthjælp," siger Peter Skaarup til Altinget.dk.

→ Den radikale spidskandidat til Europa-Parlamentsvalget til maj vil koncentrere sig om sin valgkam.

→ Erhvervslivet skal sikres, at der fra politisk side ikke bliver lagt nye byrder på virksomhederne i resten af valgperioden. Brydestop skal derfor være en del af vækstplanen, skriver Ulla Tørnæs, Venstres arbejdsmarkedsordfører.

→ Vi må ikke glemme det personlige ansvar for egen sundhed. Grundlæggende skal folk have lov til at spise brugere og ryge. Vi ønsker bare, at man gør det på et oplyst grundlag, siger Jane Heitmann.

→ Jakob Kjellberg er enig i, at Kræftens Bekæmpelse har en størrelse og vægt, hvor foreningen i høj grad kan være med til at svinge den sundhedspolitiske takststok.

→ Under gravearbejdet opdagede vi også, at man havde installeret et sandt spionprogram i vores computere, som automatisk støvede vores computere for fortrolige oplysninger.

→ Statsminister Helle Thorning-Schmidt (S) gennemfører torsdag en mindre ministerrokade. Det sker for at erstatte udenrigsminister Villy Sørensen (SF)

→ Finansloven for 2015 faldt i dag på plads efter forhandlinger mellem regeringen, SF og Enhedslisten. Her er aktørernes kommentarer til aftalen med den nye kontantydelse og afskaffelsen af den gensidige forsørgelsespligt.

→ Ligger der en udfordring i, at meget at det, Nato gør sig i, er hemmelighedstemplet.

→ Langt mere godmodig var stemningen, da fødevarerministeren kort forinden var på talerstolen. Dan Jørgensen (S) lagde ud med en historie om mødet med en pige fra 2. A, hvis far er landmænd.

→ Vi er ikke enige med Hegelund og Mose i, at valget for danskerne står mellem et land med relativ pæn miljø-, forbruger- og

arbejdstagerbeskyttelse – eller et land, der ruller kravene tilbage, lyder det fra Landbrug & Fødevarer og Dansk Erhverv.

→ Marianne Mørk Mathiesen skriver i sit indlæg, at lægerne risikerer, at patienterne skrifter læge, hvis de får et nej. Dermed mister lægen penge på sigt.

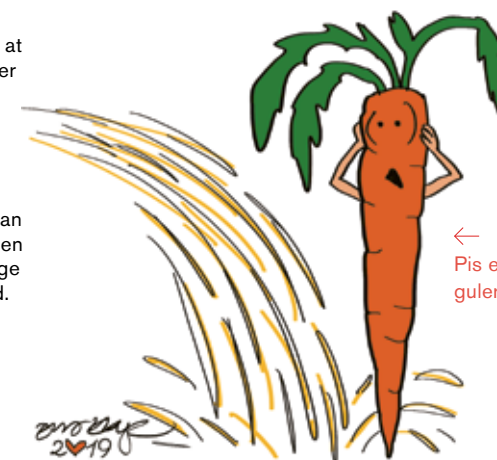
→ Hvor økonomi- og ingeniørminister Margrethe Vestager ligger nummer 1, er Nick Hækkerup nede på en 12. plads blandt de 20 ministre.

→ Derfor er vi også meget udfordret som økologer. Vi har ikke de vise sten.

→ Men det er uomtvisteligt, at de danske tv-distributører er den primære bidragyder til den danske-tv-industri – og at vi derudover lægger betragtelige beløb til skatter, moms og afgifter i Danmark. Og så generer vi masser af danske arbejdspladser.

→ Det er ifølge Jobcenter Rebild endnu for tidligt at vurdere, om efterspørgelsestiltanken er en succes.

→ Hvor meget Facebook-protesterne rykker, er Enhedslistens forskningsordfører Johanne Schmidt-Nielsen dog i tvivl om, selv om også hun har meldt sig under fanerne. "Jeg blev opfordret til det og synes, det er et godt initiativ, som jeg gerne vil støtte."



←
Pis eller gulerod?



↑
49-årige Ejnar Schultz er gift med to børn, uddannet agronom og bestrider stillingen som direktør for Videncentret for Landbrug i Århus.

→ Forening sætter gang i ny uddannelse, der skal opspore unge med spiseforstyrrelse.

→ Hun understreger, at hun synes, at kritikken af hans seneste kronik har taget overhånd, fordi Peter Gøtzsche i kronikken også skriver om det vigtige i at få indført aftapningsplaner, når folk får medicin.

→ I nogle kommuner underviser lærerne i forvejen en stor andel af deres arbejdstid, mens elverne samtidig modtager relativt få undervisningstimer. -

→ Jørgen Dirksen ser nu frem til, at regeringen fremlægger vækstplanen i sin heltid.

→ EU's klimakommissær Connie Hedegaard oplever, at der er fremskridt omkring klimafinansieringen bag kulisserne. A

Kap. 03

Koncernen

*Af Rasmus Nielsen
Lisbeth Knudsen,
Iza Havelund Krøyer,
Line Ronn Tofte og
Maja Hagedorn Hansen*

Blev det, som du troede og håbede, bliver stifteren gerne spurgt. Efter 20 år kan han sige, at ja – Altinget blev uovertruffet det, han kun havde drømt om, så respekteret er virksomheden på tværs af alle partier, ja, i hele samfundet, som med tak abonnerer og annoncerer, medvirker i spalter, lyd og billeder.

Fra idé til koncern

Virksomheden, formelt Rasmus Nielsen Holding ApS i København, har naturligvis undergået en betydelig udvikling fra starten i januar 2000 til i dag. Økonomisk, forretningsmæssigt, organisatorisk og personalemæssigt.

Altinget.dk blev stiftet som aktieselskab med en kapital på 500.000 kroner, dels 200.000 i lån fra min mor, dels et realkreditlån i mit hus i Gudhjem samt lidt opsparing fra årene som tv-producent. Aktier i Museumsbygningen Kunstauktioner A/S blev snart også lagt ind som sikkerhed. Alt måtte sættes på ét bræt.

Da kassen var tom, og den seneste medinvestor, Teknologisk Innovation, med 14 procents ejerskab ikke ville være med mere, lod jeg aktieselskabet gå i frivillig likvidation, et skatteaktiv blev mistet, og jeg købte – for egne midler – mit gamle firmas aktiver over i privatejet regi.

Altinget.dk kørte så nogle år som personligt ejet virksomhed, hvor det langsomt voksede med pæne omsætningsfremgange og små overskud til følge.

På årets lyseste dag i 2006 var Altinget så tilbage i selskabsform, nu som ApS Altinget.dk, som det har været siden med Rasmus Nielsen Holding som ejer. Især fra 2014 tog væksten fart, og ApS Altinget.dk er femdobbelvinder af Gazelleprisen i årene 2014-2019 for vedholdende vækst.

I 2014 tog selskabet fat på sin systemeksport med Altinget.se og selskabet Altinget AB, der fra starten blev ejet 87 procent af Rasmus Nielsen Holding og resten af tre redaktionelle medarbejdere i Stockholm. I dag ejes selskabet 100 procent af Rasmus Nielsen Holding.

Samme år købtes på tvangsauktion Grønbechs Hotel i folkemødebyen Allinge, der ligger i det selvstændige ejendomsselskab Stedets Ånd ApS.

I 2016 købtes Ugebrevet og Tænk tanken Mandag Morgen, og det førte til dannelsen af Mandag Morgen ApS.

I 2019 blev Rasmus Nielsen Holding hovedaktionær med 60 procent i dataovervågnings-tjenesten Monitor ApS.

Sideløbende er organisationen bag forretningen blevet professionaliseret. Først med et advisory board, der snart blev omdannet til en mindre bestyrelse, som besluttede at styrke organisationen med først en salgschef og siden også en økonomichef. Før måtte man som ansat lave lidt af hvert, men i dag har organisationen medarbejdere på højt specialiseret niveau.

I 2017 valgte jeg at overgå fra det daglige driftsansvar til at være formand for en tremandsbestyrelse med ansvar for den strategiske og overordnede kreative udvikling, og i den anledning blev en koncernchef ansat.

Gennem de forløbne 20 år er al indtjening, på nær symbolsk udbytte år tilbage, blevet anvendt på ny jobskabelse og omsætningsvækst. Ved jubilæet er egenkapitalen fortsat negativ med et mindre antal millioner, men i de kommende år satses på en markant forbedring af lønsomheden, hvorved overskudsgraden rammer 15 procent. Det kan så igen føre til fortsat internationalisering af det egenudviklede nichekoncept for politiske fagnyheder mod betaling samt andre former for vækst. **A**

Presseklip

At starte en politisk portal er 60 procent business og 40 procent idealisme. Der er noget public service i politik. Du kommer altså ikke udenom det. Så det er ikke kun pengene, der trækker i mig. Jeg blev dybt forarget for nylig, da jeg læste om alle de unge iværksættere, der kun startede nye virksomheder på nettet for pengenes skyld. De var ligeglade med kunderne. For mig er læserne, eller dem, som køber politisk stof af mig, det vigtigste. Læserne er i fokus. Hvis jeg kan gøre virksomheden så kendt og attraktiv for nogen, at de så vil købe den af mig. Ja, det vil være en sejr. Men det er ikke med det formål, jeg har startet virksomheden.

Rasmus Nielsen
26. september 2000, Børsen

KONCERNOVERSIGT

Moderselskab

Rasmus Nielsen Holding ApS
København

Konsoliderede dattervirksomheder 100 %

ApS Altinget.dk
København

100 %

Mandag Morgen ApS
København

100 %

Ejendomsselskabet
Stedets Ånd ApS, København

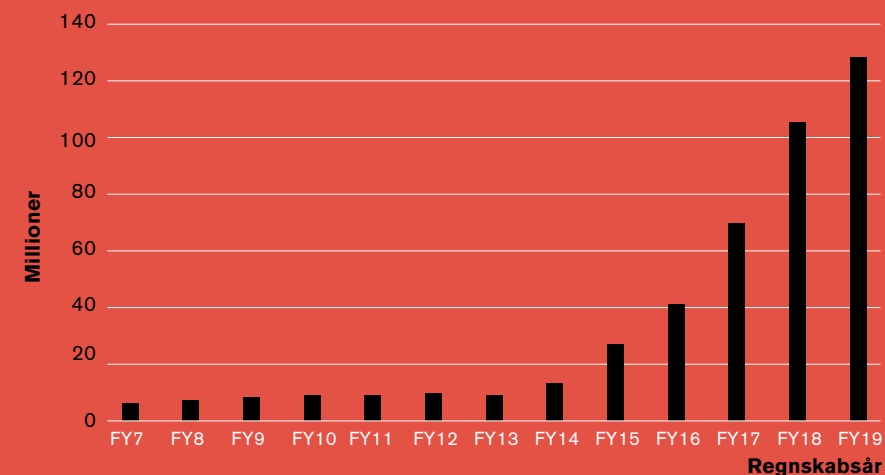
100 %

Altinget AB
Stockholm, Sverige

Ikke-konsoliderede dattervirksomheder 60 %

Monitor ApS
København

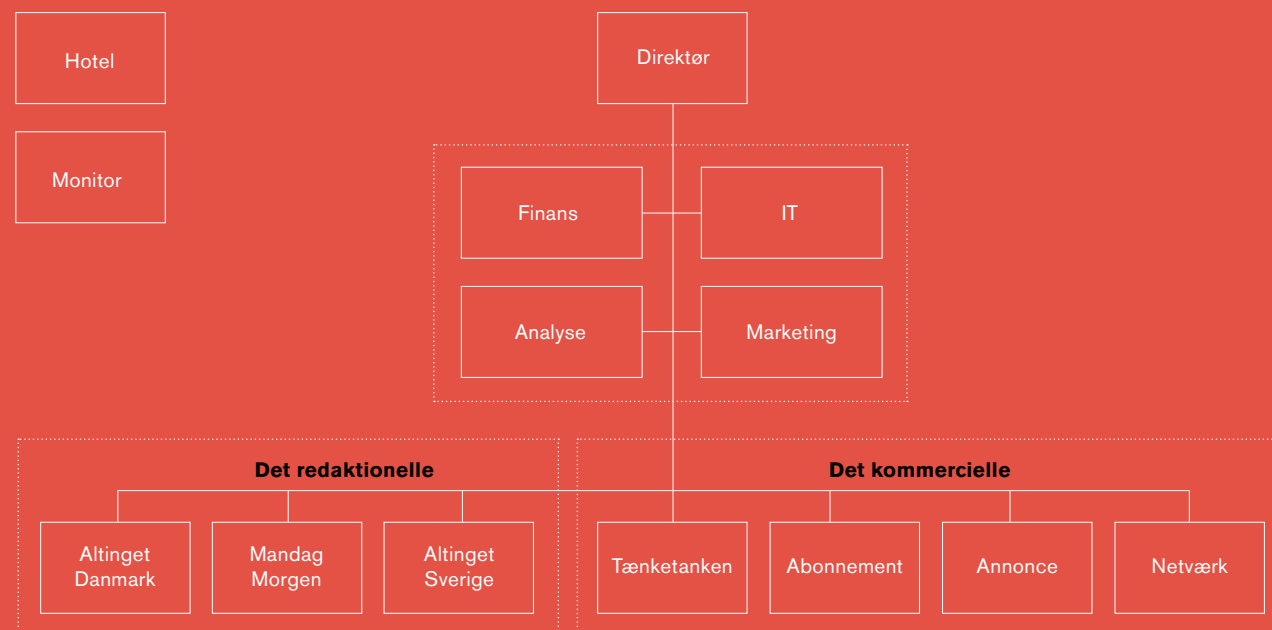
OMSÆTNING



* TAL ER UDEN EVENTUEL STATSLIG MEDIESTØTTE (OPNÅET FRA 2014).

alting ['al ten'] efter norrønt og islandsk Alþingi, Islands parlament. Det første Alting trådte sammen cirka 930 på Þingvellir, Tingsletterne, hvorved Island blev et samlet lovområde, et land.

ORGANISATIONEN



ALTINGET SVERIGE

Svært at starte over grænsen

Internettet er – som klimaet – grænseoverskridende af natur. Og med Altingets eget-udviklede koncept for nicheportaler til betalingsvillige, afgrænsede målgrupper måtte vi over grænsen. Prøve det, som få danske medier er lykkedes med i nyere tid: at skalere internationalt.

Det skortede ikke på advarsler. Medier er sprog, kultur, mennesker, national egenart, konstaterede en indsigtfuld civilsamfundsforsker og dengang medieforsker som Anker Brink Lund. Og sprog er ikke grænseoverskridende som teknik.

Men vi skelede alligevel til den fantastiske succes, de nu såkaldte techgiganter har. De spreder sig jo over alverdens grænser på ingen tid. Hvad kunne vi nå hvor hurtigt for hvilken investering?

Med 2010'erne var vi klar til at gå over en grænse – men hvilken? Kun demokratiske lande med høj grad af regulering tilsat en vis eller stor offentlig sektor var relevante, og den protestantiske breddegrad var også mest oplagt til en begyndelse.

Den daværende vicedirektør, Mette Rosendahl, og jeg var godt i gang med forberedelserne i et andet land, da en mail tikkede ind fra Stockholm 27. maj 2014 klokken 17.31:

“Jag heter Mattias Croneborg och var till förra veckan chefredaktör för tidningen Riksdag & Departement. Ägaren till Riksdag & Departement var Sveriges riksdag. Men riksdagen har beslutat att upphöra med tidningen.”

Mattias ville gerne fortsætte med den politiske journalistik, og en af hans gamle medarbejdere miljøjournalisten Johanna Alskog havde fundet og fattet interesse for Altinget Miljø. Kunne det laves *hinsidan*?

Vi fandt hurtigt sammen og kom i gang. Konceptmæssigt var det let: Lav en tro kopi af Altinget.dk på Altinget.se. Men politisk – i forhold til vores rammevilkår – og ledelsesmæssigt var det sværere. Vores svenske kolleger forventede, at vi kunne få mediestøtte fra starten, præcis som vi det år havde fået det i Danmark.

Vi justerede konceptet en del mod et billigt prissat forbrugerkoncept – men støtten udeblev efter megen diskussion med de svenske myndigheder, som svigtede os. Læren er: Lav aldrig dit produkt om for at komme på støtten. Klar dig selv.

Godt fem år senere kan vi se tilbage på en tocifret millioninvestering, hvor det danske overskud groft sagt er brugt på den anden side af Øresund. Omsætningen stiger ubønhørligt, og i det seneste regnskab havde vi den glæde for første gang at få overskud, et

ganske lille af slagsen, men dog sorte tal. Vi har på den hårde måde lært, at moderskibet skal holde øje med, at konceptet overholdes og ikke viderefølkes af alle godsindede sjæle med bedste hensigt.

Læren er også, at det – uanset hvor god koncernledelsen af denne systemeksport er – tager tid at opbygge kendskab til og navnlig troværdighed omkring nichejournalistik på nye markeder. Når man siger, at internettet kan gøre os alle til publicisten, er det en begrænset sandhed. Det koster store penge og lang tid – uden sikkerhed for, hvor det ender.

Det første år er sjovt. Det andet år holder man på. Det tredje år begynder man at blive bekymret – og kan blive træt. Det fjerde år med underskud gør direkte ondt. Tro mig, jeg kender følelsen. Men: Klag ikke, klar mosten. Derfor tror jeg også, at de mange nichemedier, vi ser skyde op i disse år, ender på få ejerhænder i den sidste ende, mens nogle desværre vil dø før bæredygtigheden. På den anden side: I vores SWOT-analyse betyder det så også, at risikoen for indtrængning på vores markeder er begrænset. Det koster rigtig mange penge over år at løbe en betalingsportal i gang.

Altinget.se bor smukt i et gammelt pakhús fra 1650 i Stockholms Gamla Stan, og vi har rummelige kontorer i Riksdagen.

Vi udgiver mod abonnement syv portaler om nøgleområderne rikspolitik, EU, miljø og energi, uddannelse, sundhed, arbejdsmarked og sikkerhed. Dertil – efter dansk forbillede – en gratis, annoncefiancieret forside, der skal ud til langt flere af de alment interesserede svenskere.

Vi har fået nogle dyrekøbte internationale erfaringer, som forhåbentlig kan give mere tryk og held i sprøjten i fremtiden. Vi skal ganske enkelt hurtigere frem til *break-even* og senere lønsomhed i vores nye lande. Det vil kræve dygtige lokale nøglemedarbejdere og vedholdende kvalitets- og konceptsikring fra koncernledelsen.

Hvad bliver det næste land, bliver jeg gerne spurgt. Det undersøger vi. Et sådant valg er en blanding af markedsdata og sund mavefornemmelse. I den takt, vi øger koncernens samlede lønsomhed, som nu har førstefokus, kan vi styrke internationaliseringen. Det er planen. Demokratiet er ikke en selvfølge, og ordentlige, uvildige medier uden politisk slagside er en modgift til de træk i tiden, der vil vores styreform til livs. Det forpligter. **A**

Presseklip

Det er oplagt for os at fortsætte væksten ved at udbrede vores koncept til det store, veldrevne og gennemregulerede naboland. Med Riksdagens beslutning om at lukke sin journalistiske printavis er der et hul i markedet, vi kan støtte vores bestræbelser på. Jeg er lykkelig for, at det er lykkedes at tiltrække Mattias Croneborg og hans erfarne stab af indsigtfulde, politiske journalister. Med fokus, slid og snilde skal vi nok lykkes, så vi på få år kan udbrede Altinget.se til hele det professionelle politiske Sverige.

Rasmus Nielsen
28. august 2014, MediaWatch

MANDAG MORGENS STIFTER, ERIK RASMUSSEN:

Forelsk dig ikke i dit medie. Forelsk dig i dine kunder og deres behov

Ugbrevet Mandag Morgen blev egentlig født som Politisk Ugebrev. En stabel A4-ark af vekslende højde med en uprætentiøs hæfteklamme i øverste venstre hjørne udgjorde formatet. Det grafiske snit var overskueligt og enkelt. Teksten gerne suppleret med grafer. Det var ikke den lækre indpakning, det handlede om. Det var det journalistiske indhold, der skulle udstråle hele ambitionen om at være et veltimet, analyserende, journalistisk korrektiv til resten af medieverdenen. Og kunderne skulle føle sig som medlemmer af en helt særlig eksklusiv, velorienteret klub.

Stifteren af Mandag Morgen, journalisten, redaktøren, udgiveren, idemanden og iværksætteren Erik Rasmussen, har altid lavet medier efter det princip, at journalistik skal kunne bidrage til at skabe forandringer i samfundet. Uanset hvilket årti på aldersskalaen han har befundet sig i, så udvikler hans hjerne konstant nye koncepter og journalistiske punchlines på samleband, og hans smittende engagement i livet og verden rækker ud efter de store dagsordener, det lange perspektiv, den dybere samfundsforståelse, den nødvendige handling og de udfordrende ledelsesopgaver lige foran os.

Således også i dag, hvor han som 78-årig er stifter af tænketanken Sustainia og dybt engageret i den globale klimadagsorden, blandt andet i et samarbejde med UN Global Compact. Han elsker rollen som den fremsynede revser og den, der puffer, skubber og udfordrer holdninger. Ikke ud fra en pessimistisk solnedgangsteori, men ud fra betragtningen om, at enhver trussel og krise rummer nye muligheder, hvis man handler i tide.

Selv står han ikke længere i spidsen for Mandag Morgen, men Ugebrevets 30-årige usædvanlige historie kan ikke skrives uden Erik Rasmussen. Fra 1989 til december 2016 var han kaptajnen på skuden – først i smult vande og siden af årsager, vi kommer nærmere ind på, i høj søgang – og altid sammen med hustruen Sidsel som den uundværlige støtte. I december

2016 købte Rasmus Nielsen så Erik Rasmussens livsværk, og Mandag Morgen blev en del af noget større. En handel fra en iværksætter til en anden, kan man sige. Fra en publicist af hjertet til en anden publicist af hjertet.

Fra Børsen til Gutenberghus

Erik Rasmussen har været med til at forandre erhvervsjournalistikken flere gange, blandt andet for Berlingske Aftenavis i 1960'erne, for Børsen i 1970'erne og med Børsens Nyhedsmagasin i 1980'erne. Han startede karrieren med erhvervsjournalistikken, i øvrigt sammen med Uffe Ellemann-Jensen, på Berlingske Aftenavis som erhvervsredaktør. I de år blev forholdene mellem erhvervslivet og samfundet mere betændt. Økonomisk demokrati kom på dagsordenen. I en alder af kun 27 år blev Erik Rasmussen chefredaktør på Dagbladet Børsen – et blad, der på det tidspunkt med Rasmussens egne ord var ”et hensygnende blad for grosserere”.

”Da jeg overtog ansvaret for Børsen, var det vigtigt for mig, at avisen blev en katalysator for en ny dialog mellem samfundet og erhvervslivet. Erhvervslivet skulle være en del af samfundsdebatten og ikke sådan noget helt for sig selv. Børsen var ikke et genialt produkt i starten, men hvis du har timingen med dig, så får du en del forærende. Udfordringen for mig var at sige, at erhvervslivet ikke bare skulle have en mikrofon. De skulle også udfordres. Vi blev kaldt Erhvervslivets Ekstrablade og erhvervslivets røde lejesvende. Du må aldrig gå ind og være en mikrofon for nogen. Du skal udfordre mere end bekræfte.”

”Erhvervslivet havde nok regnet med, at de fik et medie, der kunne bekræfte dem og ikke udfordre dem. Jeg ville have erhvervslivet til at forstå, at hvis de skulle være en del af samfundsdebatten, så måtte de også kommunikere på en anden måde med samfundet. Det skabte Børsen, og vi havde da et oplag på knap 30.000, da jeg forlod det. Der var blevet en katalysator. Min holdning var ikke, at jeg skulle have en lang karriere der,” siger Erik Rasmussen.

Han forlod Børsen efter fem år for at blive direktør for Egmont i Danmark. Hos Egmont ville man gerne have Rasmussen til at konceptudvikle et moderne *consumer magazine*, men det lykkedes ikke rigtig. Selv noterer Erik Rasmussen, at han trods alt bidrog til at få lanceret Jumbobøgerne i Danmark.

”På min første arbejdsdag kom min forgænger hen til mig. Han ville give mig sit bedste råd til min nye karriere, og det lød: Du skal sætte gang i en Fedtmulebølge i Danmark. De fire år på Gutenberghus var nok de kedeligste i min karriere. Jeg lærte meget administrativt, men flyttede mig ikke fagligt,” lyder dommen. Det var på tide, at iværksætteren sprang ud af skabet og startede sin første nichevirksomhed. Det blev forlaget Management.

Fra Politisk Ugebrev til Børsen igen

På det tidspunkt var internationaliseringen lige startet, og dansk erhvervsliv gik fra at være eksportorienteret til at være egentlig internationalt orienteret. Erik Rasmussen ville fange det nye globaliseringsparadigme. Han etablerede forlaget Managements Erhvervs-politisk Forum. 200 topledere i Danmark flokkedes om det nye forum og en masse arrangementer. Og så fandt Rasmussen ud af, at de stod og manglede et medie. Det blev hurtigt til Politisk Ugebrev.

”På det tidspunkt var jeg medlem af Københavns Rotary, og de havde et medlemsblad, der kom en gang om ugen. Det var sådan noget undseeligt noget med en hæfteklamme i venstre hjørne. Så jeg lancerede Politisk Ugebrev efter samme beskedne format,” siger Rasmussen. Ugebrevet var gratis for medlemmerne af Erhvervs-politisk Forum, som betalte 15.000 kroner om året for medlemskabet. Ikke-medlemmer betalte 3.600 kroner, og Ugebrevet kom op på et oplag på 2.000. Det udviklede sig på en fornuftig forretning. Fokus var at få erhvervslivet til at forstå de nye internationale vilkår. Stærke historier fra Ugebrevet

Presseklip

Altinget har som få – om nogen medier i Danmark overhovedet – forstået at levere unikt indhold til en meget kræsen, nysgerrig og vidende målgruppe. Den del kan vi yderligere styrke med opkøbet af Mandag Morgen, og vi glæder os til både at drive Mandag Morgen videre som selvstændig virksomhed samt til at høste frugten af de gode samarbejds muligheder, som er oplagte.

Per Mikael Jensen
14. december 2016, MediaWatch

blev dryppet til udvalgte medier som solohistorier, og Ugebrevet fik på den måde særlig opmærksomhed, for det kunne ikke bare lige købes i kiosken. Som perler på en snor kom der analyser og historier, som de øvrige medier ganske enkelt måtte citere.

På et tidspunkt vakte Ugebrevet Børsens interesse, og Rasmussen valgte at sælge til sin gamle arbejdsgiver, bevidst om, at hans egne sparepenge ikke rakte til den store ekspansion. Men Børsens nu svenske ejer, Bonnier, ville have noget andet og mere end et ugebrev. De ville have Rasmussen til at lave et erhvervsmagasin, det senere Børsens Nyhedsmagasin. 35 millioner kroner blev bevilget til projektet, der skulle fusionere tre målgrupper med forskellige behov og forskellige udgivelser – blandt andet Politisk Ugebrev – ind i det nye magasin. Rasmussen mente, at Børsen var blevet for erhvervsvenlig, så det nye magasin skulle udfordre erhvervslivet.

”Jeg satte Danmarks bedste hold. Vi ville revolutionere erhvervsjournalistikken. Problemet var, at vi havde opfundet et behov, der ikke var der. Uanset hvor dygtige folk var, så endte det med at være endnu et godt magasin i fire farver. Det var ikke en revolution, vi lavede. Det gik ikke ret godt med det koncept,” erkender Erik Rasmussen, der selv oprindeligt havde frarådet magasin-modellen. Ejerne ville have et mere erhvervsvenligt koncept, og Rasmussen fratrådte efter gensidig overenskomst, som det ville hedde i dag. I en periode herefter slog han sig på bogskrivning. Det blev til bogen ‘Magt uden ansvar: Superfos syndromet’, som minutløst kortlagde Superfos’ skæbne.

Tænketaank og Mandag Morgen

Erik Rasmussen var nu igen på egen boldgade og vejrede nye tendenser, som skulle opfanges og omsættes til koncepter. Han etablerede en tænketank: Forum for industriel udvikling. En tænketank, der skulle beskæftige sig med omstillingen i erhvervslivet til nye vilkår med større samfundsansvar. Der blev udarbejdet lange rapporter og holdt et utal af møder med 20 af landets topfolk som referencegruppe. Erhvervslivets nye rolle i det internationale samfund skulle kortlægges. Temaer som globalisering og forholdet mellem offentlig og privat sektor, og hvordan de to sektorer ledelsesmæssigt kunne mødes omkring en fælles platform, var omdrejningspunkt for tænketankens arbejde.

Men Erik Rasmussen stod jo nu igen og manglede et medie, og hans konkurrenceklausul med Børsen var udløbet. Med hustruen Sidsel som første medarbejder og ansvarlig for salget blev der i juni 1989 gennemført de første test af konceptet for Mandag Morgen. Det skulle starte rigtigt med at definere et behov hos kunderne. Han havde fået lov til at få adresserne på kunderne fra Politisk Ugebrev med. Testen blev bestået, og Mandag Morgen så dagens lys. Og hvorfor nu navnet Mandag Morgen? Ganske enkelt: fordi Ugebrevet udkom mandag morgen.

Det første nummer af Ugebrevet blev sendt til trykkeriet ugen før Muren faldt, fredag den 10. november 1989. ”Der var noget symptomatisk i det, for med Murens fald udfoldedes hele det nye globale vakuum,” siger Rasmussen. Hurtigt var abonnementsstallet på 500. Fra starten blev Ugebrevet et af Danmarks mest citerede medier, og i mange år kunne man stort set ikke tænde for en radioavis eller tv-avis, uden at der blev refereret til en artikel fra Ugebrevet. Erik Rasmussen og redaktionen udviklede en formidabel sans for timing. For at ramme det, der lå lige præcis to eller fem skridt foran de øvrige mediers dagsordener, mens han undlod at konkurrere på nyhedsfronten. Hertil kommer, at hans kone Sidsel havde skabt en meget effektiv salgsorganisation og en tæt kontakt til målgruppen. Det skabte en stabil oplagsfremgang. Men der skulle mere til for at konsolidere økonomien.

Erik Rasmussen siger: ”Når du ejer nogle kunder til et nichemedie, så er markedet begrænset. Kan du ikke bevæge abonnementskredsen til større udbredelse, så må du bevæge communityet og bruge ejerskabet til at skabe større kundeloyalitet. Derfor startede vi Strategisk Forum. Der var en enorm interesse.”

“Med Ugebrevet nåede vi 3.000 i oplag. Men så kom konkurrencen fra store interesseorganisationer. De begyndte at lave deres egne medier. I de første ti år havde vi det for os selv. Vi var i smult vande. Men så havde vi vakt interessen for dokumentarisk viden. Konkurrencen kom ikke så meget fra andre medier, men fra institutionerne, fagbevægelsen og organisationerne.”

Undervejs forsøgte Mandag Morgen sig med en norsk aflægger i 2002. Det gik meget godt, men efter tre år forlod den norske samarbejdspartner projektet, og det norske eventyr om ekspansion måtte opgives igen.

Sygdom kom på tværs

Erik Rasmussen har to gange overlevet alvorlig sygdom. Han har været ramt af halskræft og senere en alvorlig blodforgiftning, som sendte ham i respirator. Faktisk var han under det sygdomsforløb erklæret klinisk død i en periode, fortæller han.

Kræften kom på et uheldigt tidspunkt, hvor han netop havde lagt en stor plan for Mandag Morgen frem i 1999. Han ville udvikle tænketanken internationalt. Men fra den ene dag til den anden var han væk. Han havde lige ansat en ny direktør, som skulle tiltræde tre dage senere. Sygdommen tvang Erik Rasmussen væk fra kontoret i næsten et år og et år på halv kraft. Hele investeringen i den nye plan gik tabt, og ny kapital måtte ind. Men den løsning viste sig ikke at være bæredygtig, da investoren selv kom i økonomiske vanskeligheder.

”Da jeg kom tilbage, kunne jeg mærke, at noget måtte ske. Konkurrencen på mediemarkedet var spidset til. Et af svarene var at styrke nærheden til kunderne ved at engagere dem stærkere i den tænketank, som var blevet en stadig vigtigere del af Mandag Morgen. Det skete blandt andet igennem projekter som Kompetencerådet og Innovationsrådet. Mediet kunne ikke stå alene, men da det endelig lykkedes os at få mediestøtte på linje med konkurrenterne, blev økonomien stabiliseret for en stund. Den store udfordring blev digitaliseringen. Vi skulle overveje, om vi beholdt printproduktet eller skulle gå digitalt. Den daværende chefredaktør for bladet, Bjarke Møller, var opslugt af, at vi skulle være digitale. Vi lukkede printproduktet og udkom så med noget hver dag på nettet og en opsamling om mandagen. Det gik helt galt. Folk troede, bladet var lukket.”

”Jeg tænkte: Det her går ikke. Det gik fornuftigt, indtil vi droppede printproduktet. 13. december 2012 blev jeg syg og vågnede op i en respirator. Det tog hårdt på mig, fysisk som psykisk. Seks måneder ramt af bakterier og sat mere eller mindre ud af drift. Da jeg kom tilbage, var abonnementskurven helt knækket, og jeg besluttede at genetablere printudgivelsen. Vi gik for hurtigt ind i digitalisering. Det var ikke velforberedt. Vi var ikke helt klar på kundernes behov og respekterede ikke det ståsted, som kunderne havde. ‘*The message is the media*’. Det var for tidligt. Vi tabte branding, synlighed, gennemslagskraft og abonnenter. Lad dig aldrig forelske i dit medie. Forelsk dig i dine kunder og dit budskab. Kunderne er progressive traditionalister,” lyder den bitre erfaring.

”Med en patientjournal, der på 450 sider beskriver to dødelige sygdomme, og en del fra vær kombineret med en fejlslagen digitalisering var kapitalgrundlaget slidt ned. Så ideen med at bringe dig, Lisbeth, ind var, at nu måtte du få et projekt ud af det her. Fejlen var nok, at du kom for sent ind. Jeg skulle have gjort det et år før. Vi har taget mange skift undervejs – måske for mange. Måske skulle vi have beholdt hæfteklammen,” siger Rasmussen.

Salget til Altinget

I december 2016 solgte Erik Rasmussen sit livsværk til Altinget og Rasmus Nielsen. Set i bakspejlet, hvad har så været den refleksion, som han gør sig om den svære periode for Mandag Morgen:

”Forenklet vil jeg kalde den første refleksion for ‘kvalitetsfælden’. Måske ikke helt dækkende, men den refererer til, at Ugebrevets eksistens og koncept bygger på et højt journalistisk

Presseklip

Erik Rasmussen har altid stået som et iværksætterforbillede for mig. Det er et stort ansvar – men giver også julelys i øjnene – nu så at sige at adoptere hans barn Mandag Morgen. Handlen bygger på gensidig tillid og respekt. Der er perfekt synergi mellem vores to medier. Mandag Morgen har godt fat i erhvervslivet, den offentlige sektor og det økonomiske stof, og gennem Tænketanken Mandag Morgen kan vi samarbejde med andre om væsentlige rapporter og udgivelser. Mediernes egenart skal opretholdes, men vi opnår redaktionel synergi til gavn for alle vores koncerns abonnenter.

Rasmus Nielsen
14. december 2016, MediaWatch

kvalitetsniveau, der i et lille marked skal finansieres af en høj abonnementspris, minimum 5.000 kroner. I takt med en hastigt stigende konkurrence og stadig flere gratis ydelser, blev det stadig sværere at berettige prisen og dermed finansiere den fortsatte udvikling. Besparelser på redaktionen ville omvendt underminere den kvalitet, der er Ugebrevets stærkeste konkurrenceparameter.”

“Det problem blev især forstærket og udstillet, da Ugebrevet gik i ‘den digitale fælde’. Nemlig at tro på, at en hurtig overgang til et fuldt digitaliseret produkt ville give en højere nytteværdi og lavere omkostninger, blandt andet fordi printudgaven blev sparet væk. Den beslutning skulle vise sig at være forkert. Med digitaliseringen og tabet af printudgaven mistede Ugebrevet sin kvalitetsdyd og den synlighed, som var forbundet med printudgaven Mandag Morgen. Det mærkedes hurtigt på oplaget – og økonomien. Det er ikke et fravalg af en digitalisering, men er bevis på, at den skal ske i et tempo og med en respekt for de særlige behov og kvaliteter, som Ugebrevet bygger på.”

Han har også en opskrift på, hvordan fælderne kunne være undgået. Det kommer her:

- at få tilført knowhow og kompetencer til en målrettet og afbalanceret digitalisering
- at indgå i partnerskaber, der kan udløse omkostningsbesparende synergier
- at skabe et stærkere kapitalgrundlag, der kan sikre en fortsat vækst.

Den mulighed opstod i sommeren 2016 med en aftale med et stort nordisk medieforetagende. I sidste øjeblik glippede aftalen og efterlod Mandag Morgen i en presset situation.

Igennem de seneste år stod det klart, at Mandag Morgen havde behov for kapital for at ruste sig til den accelererende konkurrence, herunder udnyttelsen af digitale værktøjer. Den akkumulerede kapitalmangel satte Erik Rasmussen under pres. Derfor var et salg til Altinget en optimal løsning, såvel ud fra et virksomhedsstrategisk som et finansielt synspunkt.

”En løsning med Altinget ville udløse en række synergier virksomhederne imellem og især tilføre Mandag Morgen de ekstra muskler, især igennem udnyttelsen af Altingets stærke salgskapacitet. Den antagelse føler jeg bekræftet siden salget, og jeg føler mig overbevist om, at Mandag Morgen i den nye struktur kan se frem til en række flere jubilæer end de 30 år. Det vigtigste for mig er, at operationen lykkedes, og at Mandag Morgen nu har en god udviklingsmulighed,” siger Erik Rasmussen.

Udfordringer og muligheder

Selvom virksomheden er solgt, så er publicisten Erik Rasmussen selvfølgelig stadig optaget af sit ”barns” fremtid. Her kommer hans gode ønsker til det medie, som han skabte i 1989, i en helt anden tid med helt andre konkurrencevilkår:

”Mandag Morgens berettigelse er at være et begavet korrektiv til en mainstream nyhedsstrøm og samfundsdebat – det medie, der konstant overrasker og udfordrer sine kunder igennem evnen til at finde de vigtige, men overraskende vinklinger og derigennem forbereder sine kunder bedst på nye vilkår. Men netop denne berettigelse er alvorligt udfordret i en tid med en eksponentiel vækst i antallet af nye medie- og informationsplatforme – mange af dem gratis. Det skærper kampen om opmærksomheden og tiden og stiller ekstraordinære krav til små, men dyre nichemedier, der ofte ikke har de nødvendige ressourcer til at levere de banebrydende analyser og artikler.”

“Mandag Morgens muligheder afhænger netop af evnen til yderligere at befæste sin berettigelse i en tid, hvor der kan forudses øget efterspørgsel efter medier, der kan skære igennem og sikre, at man kan læse mindre og forstå mere og således skabe en oplevelse af begavet indsigt. Her kan relationen til Altinget være en stor styrke. Det forudsætter, at de to virksomheder mere supplerer end overlapper hinanden for dermed at kunne demonstrere, at de tilsammen skaber det community eller det univers, som giver kunderne én samlet indgang til en verden af nødvendig strategisk og praktisk viden. Det vil sige optimerer graden af relevans og uundværlighed.” **A**

Presseklip

Jeg har kendt Altingets ejer, Rasmus Nielsen, i rigtigt mange år og har stor respekt for det, han har opnået. Derfor glæder jeg mig til samarbejdet. Når man kigger på Altingets udvikling, så repræsenterer den noget af det mest spændende, der er sket på nichemarkedet for seriøse medier de sidste mange år. Vi har klart det tilfælles på Altinget og Mandag Morgen, at vores eksistensberettigelse er troværdig information til en meget krævende målgruppe af beslutningstagere og meningsdannere i det danske samfund.

Lisbeth Knudsen
14. december 2016, MediaWatch

Sagt af Erik Rasmussen

→ Fra medie til budskaber

Budskabet bestemmer anvendelsen af medier – en kombination af de for budskabet optimale medier. Det er ikke et spørgsmål om digital versus print, men både-og. Alt afhængig af og hvordan målgruppen rammes mest præcist.

→ Fra abonnenter til kunder

Ugebrevet har ingen abonnenter, men udelukkende kunder. Det er vigtigere at have 2.000 kendte kunder end 10.000 ukendte abonnenter. Ugebrevets svaghed har også været dets styrke: Med relativt få kunder skabes tilsvarende større mulighed for at kende dem og ramme deres behov mere præcist.

→ Fra abonnementer til “sikkerhedsgaranti”

Pris er en relativ størrelse. Afgørende for Ugebrevet er ikke at sammenligne prisen med andre medieabonnementer, men at sælge en samlet værdiskabelse. Hvad er det for en værdi, man opnår ved at modtage omkring 250 højt kvalificerede analyser hvert år? En konference kan hurtigt koste 6.000 kroner årligt, men værdien af Mandag Morgens *intelligence service* er mange gange større. Men det er den værdi, der skal synliggøres og berettige en umiddelbart høj pris.

→ Fra bredde til niche

Ugebrevet bygger på at kunne betjene smalle målgrupper med klart definerede interessefællesskaber og behov, der ikke dækkes af andre medier. Det var i starten ledere i erhvervslivet. Derefter er fokus rettet mod offentlige ledere og politikere. Men i realiteten er interessefællesskabet udøvelse af lederskab, det være sig i både offentlige og private institutioner.

→ Fra udbud til efterspørgsel

Ugebrevets succes bestemmes af redaktionens evne til at aflæse kundernes aktuelle behov. Enhver artikel skal besvare, hvorfor den netop i den uge er vigtig for hvilke kunder, i forhold til hvad de kan læse i andre medier til en lavere pris – eller helt gratis. Graden af aktuel relevans og uundværlighed afgør loyalitetsgraden og dermed den for økonomien så fundamentale gentegningsgrad.

→ Fra information til navigation

Ugebrevet skal for kunden være lige så vigtigt, som en GPS er for enhver trafikant, der befinder sig i ukendt territorium. Det er et spørgsmål om at kunne læse mindre, forstå mere – og dermed handle hurtigere og sikrere. Derfor skal Ugebrevet fokusere på at formidle løsninger, der lever op til de tre ny'er: nye, nytænkende og nyttige.

→ Fra vertikale markeder til horisontale communities

Mandag Morgen skal “eje” sine kunder, være den troværdige og uundværlige partner i alle forhold, der drejer sig om hurtigt og præcist at kunne omstille sig til konstant foranderlige vilkår. Derfor har det været vigtigt for Mandag Morgen at udbygge relationerne igennem etablering af netværk og andre aktiviteter, der imødekommer en flerhed af behov og således knytte kunderne endnu tættere til Mandag Morgen.

→ Fra vækst i antal nye kunder til vækst i omsætning per kunde

Fordi Mandag Morgens marked er begrænset, skal væksten ikke alene måles i antal nye kunder, men vækstomsætning per kunde – og derfor er community-strategien vigtig.



GRØNBECHS HOTEL



Folkemødet gjorde os til hotelejer

Vi var naturligvis med fra det første Folkemøde på Bornholm i 2011. Vi var længe forinden blevet spurgt af den dansk-svenske Øresundskomiteé, om ikke det var noget for os at opbygge en pendant til Almedalsugen på den svenske ø Gotland, men vi havde meget andet at gøre og kunne ikke rigtig se forretningen. Det var måske, måske ikke en fejl, at vi ikke tog ejerskabet til et dansk folkemøde, da chancen bød sig i slutningen af nullerne.

Da Bornholms nye borgmester, Winni Grosbøll (S), i 2010 lokkede daværende indenrigsminister, Bertel Haarder (V), til Bornholm for at komme i gang, foreslog jeg i et brev Bertel at lægge en politikfestival i smukke Gudhjem by og omgivelser – men hørte aldrig fra ham. Medierne var ikke og har aldrig været særligt velkomne som aktør og stemme bag Folkemødet. Vi har ikke engang plads i Folkemødeforeningen. Modsat i Sverige, hvor medier er en central drivkraft under de i grunden mere professionelt anlagte politikuger. I den sidste ende dør demokratiet uden medier, så vi skal nok få plads hen ad vejen.

Bertel gav lidt statsstilskud til at komme i gang, og den politiske nestor lader sig i dag hjertens gerne kalde Folkemødets far. Man under gerne Bertel den titel, omend han har gjort så meget andet i sin lange karriere. Meget af æren tilfalder bornholmerne for den lykkelige og omsiggribende demokratifestival i Allinge. Winni er Folkemødets mor. De andre borgmestre var for sent ude.

Jeg var kommet årligt på Bornholm siden 1991, arbejdede for blandt andet TV 2/Bornholm 1994-99 fra Christiansborg, har haft hus i Gudhjem siden 1995 og lavede Oluf Høst Museet i byen fra 1996, så familien kender ligesom Bornholm og var klar til at indtage Folkemødet. Det er lige os og ånden i Altinget.

Jeg sagde til min årvågne søn Oskar, der altid har blik for en god butik:

“Kan du ikke finde en lille kiosk nede på havnen, vi kan købe og få som brohoved til at dele materiale ud, møde kilder, annoncører, abonnenter – kort sagt være synlige?”

Han vendte kort efter i foråret 2014 tilbage med oplysningen om, at der var et helt hotel på tvangsauktion. Grønbechs Hotel fra 1901, hvor nordøens turisme slog an, lå lige i smørhullet mellem den legendariske og velbesøgte Gæstgivergård og Allinge Havn. En succes anedes i horisonten.

Dér havde vi aldrig boet eller spist. Ja, jeg havde aldrig kastet et blik på den bygning. Kendte ikke dens eksistens. Og hvor var den dog også grim og nedslidt. Tre sammenbyggede huse med det ene vinduesparti uden sprosser grimere end det andet. Uha. Hvis Louisiana er 100 på en skala fra 0 til 100, var dette 0 eller højst 1.

Men iværksættertrangen satte ind og dulmede tvivlens nådegave. Sengepladser midt på Folkemødet? Yes. Bespise sine gode kilder og gæster? Yes. Altinget gjort synligt? Yes.

Det blev hvisket, at ejendommen, der havde stået forladt to-tre år efter konkurs og var frostskaadet, måske kunne erhverves for en krone. Alene grunden var anslået halvanden

million værd, så hvad pokker: Man kunne altid rive ejendommen ned og bygge sommerhuse, tænkte man.

Familien troppede op på Tinghuset i Rønne, men uha. Der var fyldt med mænd i blå kedeldragter, der nok vidste, hvordan man skifter frostsprængte rør i fritiden. Nogle var gået sammen om at lave oldekolle. Buddene virkede uendeligt mange og langtrukne, men vi trak os ud som hotelejer. Jeg havde glemt id på selskabet og fik en bøde på 10.000 kroner. Ret er ret, og ret skal holdes. Især på Tinghuset. Dårlig start. Men pyt, vi fik øjebænen til godt halvdelen af grundens værdi. Speciel følelse. Nu forestod renoveringen, så vi kunne åbne til Folkemødet 2015.

Min anden søn, William, fik til opgave sammen med vennerne at smide alt indbo på porten. Alt med den mindste værdi blev samlet inde i en krog. Og stjålet over natten. Der var mange med adgang til sådan en forladt bygning. Men noget kom diskret tilbage, da vi snerrede i Tidende. Lokalt kan være rigtig godt. Alle kender hinanden på Bornholm. Kriminaliteten er i bund.

Rådgivere og håndværkere skulle være stedlige. Det mangler bare. Selvom øens håndværkere midt i Østersøen nærmest har monopol og langtfra er EU's billigste. Sean Claxton, Svaneke, valgtes som arkitekt, han gik til opgaven med iver, god æstetisk og byggeteknisk sans og med en altid venlig og optimistisk tilgang. Hovedentreprenør blev tømrermester Ejvind Nielsen, Rønne, ligeledes en mand med nærvær og lune.

Vi arbejdede med vinduespartier og facadeforløb. Sean foreslog, at hver af de tre bygninger fik sin farve: bornholmsk rød, skagensgul og så den klassiske grå. Det blev vi glade for. Og byens borgere med os. De troppede glade op til åbningen, som de siden er kommet til de ugentlige folkekøkkener, hvor vi ligeværdigt og folkeligt bænker os ved langborde og nyder tre retter til en flad dobbelthund.

Inde er en nybygget lobby med baren Øltinget, vores version af Snapstinget. Oppe ad trappen til alle værelser findes i hjørnet et lyst Samtaleværelse, hvor der kan holdes lukkede arrangementer under Folkemødet, mens sommergæsterne ellers kan se Tour de France og fodboldmesterskaber.

Min daværende kone, Iben, drengenes mor, ville gerne med i projektet og blev hotelbestyrer. Hun har rod i madbranchen og er fantastisk til mad, service, sprog og mennesker. Husker alle. Hun blev det nye Grønbechs Hotel en god første hotelchef. Vi fik sammen ideen til at opkalde de 23 værelser efter udvalgte danske statsministre gennem tiden. Hun insisterede på, at der var én rød i flertal. Hvad gør man ikke for husfreden? En sjov idé, de fleste tager imod, selvom vi en sjælden gang bestemt får at vide, at en gæst ikke vil bo på “Fogh” eller “Stauning”. Så flytter vi lidt rundt. Og så valgte Iben også en stribe af de legendariske Roald Als-tegninger, som er så relevante og sjove – for de blå såvel som de røde.

Sammen fik vi lidt af et chok, da hotellets lobby tidligt i byggesagen var helt gravet op, så klippefremspring kom til syne. Skal de sprænges væk, eller er der plads til isolering under de nye gulvbrædder? Sådanne spørgsmål hørte vi mange af de måneder. I muren fandt håndværkerne en Bornholms Tidende fra 1901. Millionerne sprang, og nu var vi så langt oppe i omkostninger, at kun en god drift med flere års overskud kunne give os investeringen retur. Erhvervsjendomme sælges ikke specielt på stand eller kvadratmeter, men på driftoverskud.

Det var onsdagen før Folkemødet 2015. Jeg ankom til synet af flere VVS-biler langs hotellet. Hvad var nu det, vandskade? Nej, håndværkerne arbejdede bare frem til deadline. Købmændenes talsmand, John Wagner, som var den første, der satsede på Folkemøde på Grønbechs, var mælløs. Men vi nåede det. Og John kommer glad tilbage år efter år.

Grønbechs Hotel drives på indtægter fra først og fremmest det fortsat voksende Folkemøde. Vi bygger ud hvert år, senest med Folkescenen foran hotellet mod havnen, og vi kan omtrent melde udsolgt, længe før året bliver til juni. Dertil almindeligt turiståbent

Presseklip

Der sker noget med folk, når de kommer væk fra de vante rammer. Man tænker nogle andre tanker. Det giver et enormt godt rygstød til en netværksgruppe, at de tager væk i et døgn eller to og lærer hinanden at kende på en anden måde.

Rasmus Nielsen
4. september 2018, Børsen

Presseklip

Politik er noget, alle har et forhold til som demokrater. Hotellet er politisk neutralt, og politik er heller ikke hele essensen af os. Det er ikke et landsmøde for et parti – det er et hyggeligt og dejligt sted.
Rasmus Nielsen
4. september 2018, Børsen

i skolernes sommerferie og ekstra uger for tyskerne, svenskere og nordmændene. Og så ikke at forglemme vores egne mange netværksgrupper, der fylder hotellet i de såkaldte skuldersonmåneder april-maj og september-oktober. Vi kan varme hele hotellet op med fjernvarme året rundt, om det skal være.

De underjordiske ved det nærliggende Hammershus skal vide, at Grønbechs Hotel har givet bekymringer, men også glæder. Det absolutte lavpunkt var den aften, vi fire i familien åbnede Øltinget efter en kostbar ombygning, der gik millioner over budget, og sparsom adgang til kapital. Provinshotel og bare 40 procents belåning? Glem det. Jeg havde lagt friske aviser rundt i vindueskarmene og tændt stearinlys, som den blå time indfandt sig. Der kom bare ikke et øje. Men der gik ild i aviserne, og den fancy, følsomme og dyre ABB-alarm gik. Nedtur og skænderier. Min svigerinde, Hannah, advarede fra sine californiske veninder mod at inddrage ægtefællen i forretningen. Hun fik ret.

Gennem tre år var Simon Nordtorp *hotelier*, hans ord for hotelbestyrer. Simon var vellidt blandt gæsterne og blev hurtigt ansigtet på Grønbechs.

Som Iben i 2016 havde peget på Simon, foreslog Simon i 2019 som sin afløser den yngre kok Mathias Sejer Sørensen, lægesønnen fra Roskilde, med fortid på blandt andet selveste Kong Hans. Han havde slået sig ned med kone, børn og hunde i Østermarie på Bornholm, hvor råvildtet er let at plaffe, og råvarerne nemme at plukke. Mathias har både blik for den sublime gastronomi på lokale råvarer og med tilhørende vine, for god stemning og betjening ... og for at få det til at vokse økonomisk. Den nye hotel- og køkkenchef venter vi os meget af. Sammen har vi store ambitioner for fremtiden.

Men først og sidst er Grønbechs Hotel for Altinget et midtpunkt på Folkemødet. Vi starter den årlige festival med en kæmpe reception med stemning af fætter-kusine-fest torsdag aften, og så er alle i gang. Fine og relevante debatter inde i restaurant Vilhelm og ofte meget velbesøgte optrin ude i Haveteatret, hvor gæsterne sætter sig i det næsten amfiteateragtige anlæg. Foran hotellet slentrer folk ned ad Vinkelstræde og stopper op ved Folkescenen, hvor de kan møde TV 2-regionerne, vagabonder, friske Nyrup på sin 75-årsdag, Bjørn Lomborg til klimadebat, så himlen deler sig. Hvem samler folket om det næste folkemødetilbud?

Det er sjovt at drive hotel og have med kokke og tjenere at gøre. Det minder mig sådan om tiden som studievært. Et køkken og et tv-studie drives af kollektivt nærvær hér og nu – med tiden som konstant mangelvare. Man ved aldrig, hvor travlt man får. Kommer der 20 eller 50 til a la carte? 10 eller 20 nyheder? Ryger kedlen, ryger ministeren? Det er ikke et job i fast mål.

Alle er glade for at komme hjem til deres Grønbechs. Og vi har gavn af statsstøtten, der sikrer lavere færgespriser med tilhørende solid fremgang for Bornholms turisme. Tilbagegang vendt til fremtidstro. Det går økonomisk op for os nu, og der er råd til de små, lækre forbedringer, som gør det hele lidt sjovere for gæsterne, såvel som for os.

Grønbechs Hotel skal både være et hotel og en restaurant. Den store religionshistoriker Vilhelm Grønbech (1873-1948) er fra Allinge, og selvom hans familie så vidt vides ikke har ejet hotellet, valgte vi at opkalde restauranten efter ham. Billedhuggeren Hans Pauli Olsen lavede et relief af store Grønbech, og barnebarnet Anne Grønbech Pram Kjølbye åbnede restauranten – det hele hænger sammen. Hotellet samler god bornholmsk kunst, som nu det værk af Paul Høm, der har malet sin datter Julie med nyfødte Louise. Hendes datter igen, Alma, er ansat hos os i København. Ringen sluttet igen.

Når man ejer en historisk erhvervsjendom som nu et hotel, så er det noget ganske andet end at eje sin bolig, hvor man længes hjem. Man er selv gæst på "sit" hotel, på linje med de ansatte og de overnattende og de spisende. Vi har dig kun til låns, Grønbechs! Vi er alle led i en cirkel, der startede i 1901 og forhåbentlig aldrig helt slutter. Vi passer på Grønbechs Hotel i en lang årrække, indtil andre en dag måske påtager sig at være Grønbechs værge. Men den fremtid er så fjern som Østersøens kyster. [A](#)

Morten Østergaard

Politisk leder af Radikale, medlem af Folketinget.
Forhenværende minister.

Modtager af Ting-Prisen 2008

Morten Østergaard

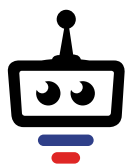
Tillykke til Altinget, som er gået fra at være et nichemedie til nu at være en faktor i dansk politisk journalistik og formidling. Det er imponerende og slet og ret uundværligt. Jeg modtog Ting-Prisen i 2008 efter et hæsblesende agurketidsridt på udlændingepolitikken og EU. Godt hjulpet af en i sommervarmen noget vranten integrationsminister Birthe Rønn Hornbech og Metoc-dommen fra EU-Domstolen. Jeg var på mit tredje år som folketingsmedlem og oplevede derfor Ting-Prisen som en anerkendelse af Nobel-agtige dimensioner, fordi den især var gået til koryfæer i dansk politik. Diplomet har hæderspladsen på kontoret. Skulpturen i vindueskarmen i stuen i mangel på en kaminhylde. For mig viser Ting-Prisen lidt om, hvorfor Altinget er blevet en succes og en del af inventaret i dansk politik. Som mediehus vil man noget større end sig selv. Hylde debatten og formidlingen af svære politiske emner. Gøre også hverdagspolitik tilgængeligt for verden udenfor. Give plads til substansen og de reelle politiske forskelle, uanset om det er udstillet i § 20-spørgsmål, som bearbejdes journalistisk, i magasininform med langtidsholdbar journalistik eller via analyser. Kipper med flaget, ikke bare for Altinget, men for ambitionen om at ville formidle politik i alle dens afkroge, al dens dybde og al fascinationen.

Presseklip

Der kommer mere og mere fokus på Bornholm i internationale aviser, og der er alt fra amerikanske til tyske eller norske turister. Men også for Danmark er det blevet moderne at tage herover. Alt tyder på, at det er en trend, vi er kommet ind i, der vil vare ved. Men den skal også vare længe, før det batter.

Rasmus Nielsen
4. september 2018, Børsen

Monitor overvåger alt, så man altid er med



Koncernen bag Altinget bevægede sig i 2018 ind på det voksende marked for data-overvågning. Under produktnavnet Monitor får abonnenter mulighed for at få konstant overvågning af deres søgeord fra EU til Folketing til danske kommuner.

Vi præsenterer det sådan:

“Altinget Monitor er dit politiske overblik. Døgnet rundt. Monitor er software til gavn for lobbyister, jurister og generelt fagfolk, som ønsker at følge den politiske dagsorden. Monitor sikrer, at kunden ikke længere kommer for sent ind i en politisk proces, og hjælper alle med at komme foran ved hjælp af systematisk overvågning af Folketinget, EU, regeringen, kommuner, regioner, sociale medier og på sigt mange flere kilder.”

Ideen opstod allerede fra begyndelsen i 2000 med arbejdstitlen ‘Lovvogter’. Men med den svære fødsel for de journalistiske medier og på grund af begrænset programmeringskraft satte vi ideen på et langvarigt hold.

Lige indtil en dag i 2017, hvor underdirektør i Finans Danmark, forhenværende folketingsmedlem Mads Rørvig kom til os med samme idé. Mads er selv i målgruppen fra sin tværgående, finansielle udkigspost og har dermed de bedste forudsætninger for at præge udviklingen af Monitor.

Nu virkede timingen rigtig. Mængden af data, også i offentlige registre, er eksploderet op gennem de første to årtier af det 21. århundrede. Hvem kan følge med selv uden brug af overvågning?

Mads så ret i, at der var brug for et godt brand bagved som salgskanal og så en teknisk leverandør. Sådan blev det. Vi er hovedanpartshavere med Mads og Peytz & Co. som partnere. Christians Peytz kender vi både som person – et mangeårigt, centralt bestyrelsesmedlem indtil dette partnerskab – og som firmaet Peytz & Co., der leverer solide it- og designløsninger, ikke mindst til mediebranchen.

Den erfarne bankmand, direktør for Langkjaer Cyber Defence Torben Laustsen fra holding-bestyrelsen har stillet sig til rådighed som formand. Vi har selv det første år investeret et millionbeløb, og salget tegner lovende. Vi er *up and running*. Monitor har allerede nogle af Danmarks allertungeste virksomheder, organisationer og myndigheder som kunder.

Monitor kompletterer Altingets journalistik. Der er behov for begge dele, hvis man skal følge med den politiske sagsbehandling og påvirke den i tide.

Monitor har potentiale til at vokse sig stor i lobbyismens hovedstad Bruxelles og skabe et marked i Norden. **A**

Modtager af Ting-Prisen 2009

Bertel Haarder

Jeg har diplommet for Ting-Prisen hængende på mit kontor i mit hjem. Begrundelsen lyder: "...for særlig evne til at kommunikere sin politik, så Christiansborg kommer tættere på vælgerne". Jeg tror, jeg fik den, fordi jeg som indenrigs- og sundhedsminister var god til at håndtere de tilbagevendende "skandaler", især i børne- og ældresektoren, hvor ledelserne, inklusive borgmestrene, havde en tendens til at gå i skjul, når det brændte på. Min metode var at orientere mig ved at ringe til de implicerede og derefter være hudløst åben og ærlig over for medierne. Jeg så det som folkeoplysning at forklare, hvorfor noget kan gå galt, og hvorfor vi ikke af den grund skal tage ansvaret fra de lokale ledelser, men i stedet holde dem fast på ansvaret og forstå deres vilkår. Det er min erfaring, at de rigtige skandaler ikke så meget handler om de fejl, der er begået, men om manglende villighed til at stå ved og tage ansvaret for det, der er sket. Problemet er altid the cover-up!

Fire svar om Spektrum og et spørgsmål, der stadig står tilbage



Line Rønn Tofte

Født i 1988 og journalist og redaktør på Spektrum. Jeg skriver og laver videoer om alt, men jeg er særlig interesseret i udland, uddannelse og sundhed. Jeg er uddannet journalist og cand. public. på Syddansk Universitet. Jeg har tidligere været ansat på DR Nyheder og DR Ultra Nyt, og så har jeg lavet masser af tv og sociale medier blandt andet hos Kræftens Bekæmpelse og Metronome Productions.



Maja Hagedorn Hansen

Født i 1991 og journalist og redaktør på Spektrum. Egentlig kan jeg nørde det meste, men international politik og klima interesserer mig særligt. Og så kan jeg godt lide at lave historier om personer, der gør en forskel. Jeg er uddannet journalist fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole og har tidligere været på blandt andet Berlingske og børneavisen Kids' News samt nyhedsbureauet Ritzau.

Altinget kastede sig i 2018 ud i at skabe et politisk og samfundsorienteret medie til unge. Halvvejs inde i projektperioden har Spektrum dækket to valg, er gået viralt og har fået hul på en svær målgruppe. Men vi ved endnu ikke, hvor pengene skal komme fra i fremtiden.

Hvorfor ville Altinget lave et medie til unge?

Hvorfor ikke, kunne man fristes til at spørge tilbage. Men lad os alligevel kigge på nogle af de væsentligste grunde.

Da Altinget i 2016 afleverede en ansøgning til Innovationspuljen om en større pose penge, som skulle bruges på at skabe et medie om politik og samfund til unge, stod der, at projektet skulle:

- Udbrede og øge forståelsen for dansk og europæisk politik og samfund hos danske unge
- Styrke forudsætningerne for, at de vil engagere sig i demokratiet og blive fornuftige mediebrugere i en tid, som er præget af disruption i mediebranchen og postfaktuelle strømninger
- Udforske og opdyrke en ny målgruppe på et område, der er underprioriteret i det danske medielandskab.

Med andre ord privat public service i Altingets ånd med et potentiale til at omdanne nutidens teenagere til fremtidens betalende mediebrugere.

Ansøgningen blev vel modtaget, og i midten af februar 2018 tog vi for alvor hul på at realisere de mange løfter.

Spørgsmålene (og beslutningerne) var mange: Hvad skulle mediet hedde? Hvor skulle det udkomme? Og ikke mindst: Hvilket indhold ville bedst ramme målgruppen?

Med afsæt i en grundig forundersøgelse gik vores hold bestående af to journalister og to designere i gang med at prøve at besvare dem. Både med hjælp fra tyske og danske ungdomsmedier, fokusgrupper og alverdens rapporter.

Svarene blev: Mediet skal hedde Spektrum, have sin egen hjemmeside, men også udkomme på sociale medier med både tekst og video med unge cases om det, der optager dem og kan bidrage til andre unges forståelse, nysgerrighed og interesse. Med et særligt fokus på politik.



“Cunt!” råber han ofte ud i det blå. Spektrum har interviewet 20-årige Nicolai og sat fokus på sygdommen tourette syndrom, der medfører ufrivillige lyde og bevægelser. Noget, Nicolai har lært at grine af, for på den måde kan han leve med det.



Så hvad laver Spektrum?

I lang tid var svaret: eksperimenter.

For selvom vi hurtigt blev klar over, at videoer virkede, skulle vi igennem en del koncepter, før vi fandt formen.

Men efter et års tid med forundersøgelser, konceptudvikling og produktion er det i dag mere konkret og afgrænset. Spektrum går nu på to ben. Et online redaktionelt univers og et *oldschool* analogt univers, hvor det fysiske møde er i højsædet.

Kernen er dog den samme. Det handler om at bringe unge i øjenhøjde med hinanden og gøre dem klogere på samfundet, så de er godt klædt på til at deltage i demokratiet.

Redaktionelt forsøger vi derfor hver uge at tage et politisk emne og fortælle om det i en video – allerhelst set gennem målgruppens egne øjne. Det er langtfra let, og der findes både eksempler, hvor vi selv synes, vi ramte plet, og hvor vi var lidt længere fra skiven.

Men når det fungerer, rammer vi titusindvis af brugere på sociale medier. Eller, indtil videre få gange, hundredtusindvis. Den største succes til dato, en video med 20-årige Nicolai Jespersen, der har Tourettes, er blevet set flere end én million gange på Facebook og YouTube og satte efterfølgende diagnosen højt på dagsordenen hos andre medier som TV 2 og DR.

Videoer fylder mest. Men vi har også publiceret utallige debatindlæg skrevet af unge, prøvet kræfter med et magasin om Europa, der blev uddelt på skoler i hele landet, masser af quizzes, chatbot-beskeder (en slags nyhedsbrev i Messenger til generation Z) og ikke mindst partitest lavet særligt til førstegangsvælgere i anledning af folketings- og europaparlamentsvalgene.

Vi ved, at vi fortsætter med quizzes. Og det er bestemt heller ikke udelukket, at vi laver endnu et magasin i fremtiden.

Det analoge ben har både sat sine fodspor i Altingets nye gård, på skoler og gymnasier landet over og ikke mindst i Allinge til Folkemødet.

Her har vi holdt foredrag, lavet workshops og afholdt debatter om alt fra falske nyheder og fremtidens manipulation, mentalt helbred til en ønskeliste til de nyvalgte europaparlamentarikere fra ungdommen.

Særligt (debat)events er noget, vi vil satse mere på at lave i fremtiden, fordi der opstår noget ret unikt, når unge kan mødes et fysisk sted og blive klogere på andre og sig selv. Specielt når man, som vi gør, involverer publikum direkte i debatten ved at lade dem stemme, quizze og komme med direkte forslag til de inviterede magthavere.

Hvordan går det med at nå målet?

Rent indholdsmæssigt går det bedre end nogensinde. Vi bliver dygtigere til at finde de rigtige unge, og vi bliver dygtigere til at fortælle deres historier både fængende og på forskellige platforme. Også det grafiske er blevet skarpere, og vi producerer mere end nogensinde.

Vores events bliver også federe. For vores eksperimenter med form og koncepter betyder, at vi er blevet skarpere på, hvad der skal til for at skabe et event, som unge rent faktisk har lyst til at deltage aktivt i.

Vi tror på – og har også vist – at vi kan vokse i størrelse og følgerskare, i takt med at vi bliver mere fokuserede.

Hvordan ser Spektrums fremtid ud?

Det er spørgsmål, som vi hele tiden taler om – vores ambition har fra begyndelsen været at eksperimentere med form og indhold, men også at finde en model, så Altingets ungedemedie kan blive økonomisk selvberende og fortsætte som en del af koncernens medietilbud. Vi arbejder med forskellige forretningsmodeller, og vi har stor tiltro til, at Spektrum i mange år fremover vil producere relevant og vedkommende indhold til unge om politik. **A**

Tre korte om Spektrum

- Projektperiode fra februar 2018 til februar 2021.
- Målgruppe er unge mellem 13 og 18 år. Kernemålgruppe 15-17 år.
- Redaktionen består af to journalister.

Tre største succeser

- Vores liveevents i gården fik god og konstruktiv feedback fra målgruppen
- Vores casevideoer med blandt andet Nicolai med tourette, Lou, der er non-binær, og Aki-Mathilda, der er folketingsmedlem fra Grønland.
- Vores dækning af folketingsvalget og europaparlamentsvalget, der var velplanlagt og -udført og skød vores følgertal i vejret.

Johanne Schmidt-Nielsen

Generalsekretær for Red Barnet. Forhenværende medlem af Folketinget og politisk ordfører for Enhedslisten.

Modtager af Ting-Prisen 2011

Johanne Schmidt-Nielsen

Jeg er så glad for min Ting-Pris. Den talende bjørn står mellem planterne i mit stuevindue og smiler til mig. Politik er vigtigt, fordi det jo handler om, hvordan vores alle sammens samfund skal skrues sammen. Og fordi det er så vigtigt, er det også en pligt at gøre sig umage med, hvordan vi taler om det. Alt for mange har gennem tiden sagt til mig, at politik ikke er noget for dem. Eller at de ikke forstår det. Men hvis folk har en opfattelse af, at politik ikke er for dem, så er det, fordi politikerne ikke er dygtige nok. Vi skal gøre os umage! Det minder bjørnen mig om. Og så er det jo i øvrigt en venlig bjørn. I en tid, hvor trusler og tilsvininger er blevet hverdag på nettet, er netop venligheden vigtig at tage med sig. Vi kan være uenige, men vi skal være ordentlige ved hinanden.

Af Erik Holstein

Efter årtusindskiftet er det en sjældenhed, at den økonomiske politik afgør folketingsvalgene. I stedet har områder som udlændingepolitik og klima erobret den politiske dagsorden.

Kap. 04

Dansk politik 2000-2020

Nye dagsordener afgør valgene

Regeringen stod med sikkerhed til at falde, selvom der var næsten to år til valget. Det var det deprimerende udgangspunkt for statsminister Poul Nyrup Rasmussens SR-regering, da rådhusklokkerne bimlede det nye årtusind ind. Ud fra normale præmisser skulle regeringen ellers stå godt. Poul Nyrup havde sammen med Mogens Lykketoft (S) som finansminister og Marianne Jelved (R) som økonomiminister succesfuldt bekæmpet den arbejdsløshed, der havde enorme dimensioner, da regeringen trådte til i 1993.

Men nye emner var begyndt at overtrumfe økonomien.

Vigtigst var værdipolitikken, rets- og udlændingepolitikken, hvor der i mange år havde været en enorm kløft mellem et flertal i befolkningen og et flertal i Folketinget. En potentielt sprængfarlig situation, der nu var på nippet til at eksplodere.

Meningsmålinger viste entydigt, at der i befolkningen var et kæmpe flertal for at stramme op på udlændingepolitikken. Det gjaldt ikke mindst indvandrernes familiesammenføringer, der fortsatte i generation efter generation, ofte som følge af arrangerede ægteskaber.

Samme mønster så man i retspolitikken. Her var straffene for personfarlige forbrydelser som vold og voldtægt blevet mindre gennem en årrække, og man så nu strafudmålinger på få måneders fængsel for selv grove voldtægter eller alvorlig vold.

I Folketinget dominerede den bløde linje i retspolitikken, og det havde altid været tabu at føre valgkamp på udlændingepolitikken. Således havde det største oppositionsparti Venstre holdt meget igen under Uffe Ellemann-Jensens lederskab.

Men i 1998 var Anders Fogh Rasmussen kommet til som ny Venstre-leder, og sammen med partisekretær Claus Hjort Frederiksen blev der lagt en helt ny strategi. Venstre skærpede nu kraftigt tonen i værdipolitikken og gjorde det område til den afgørende flanke mod Nyrups SR-regering.

Samtidig foretog Venstre et andet afgørende skridt. Partiet bevægede sig mod midten i velfærdspolitikken, efter Uffe Ellemann på et mulehår havde tabt til Nyrup i 1998 på grund af en for liberalistisk profil. Venstres ændrede strategi viste sig hurtigt populær blandt de socialdemokratiske arbejdervælgere.

En anden trussel mod Nyrups vælgerbase kom fra Pia Kjaersgaards nye parti, Dansk Folkeparti, der fik stadig større tilslutning i en rendyrket protest mod udlændingepolitikken.

Officielt ville ingen kendes ved Dansk Folkeparti, som Ellemann beskrev som ”rædselsfulde”, og Nyrup – med en nærmest ikonisk bemærkning – beskrev som nogle, der ”aldrig blev stuerene”. Men DF kunne spille på den folkelige utilfredshed og dermed være i stand til at sætte dagsordenen.

Presset fik efterhånden både Socialdemokratiet og regeringen til at slå revner.

En fløj med indenrigsminister Karen Jespersen og det nyvalgte folketingsmedlem Henrik Sass Larsen i spidsen lå tæt på Venstre og Dansk Folkeparti og arbejdede for kraftige opstramninger.

Den tidligere formand Svend Auken og hans støtter stod på den anden fløj, og på et socialdemokratisk regeringsseminar i Havnsø truede Auken ligefrem med at splitte Socialdemokratiet med ordene: ”Der er grænser for, hvad dette parti kan rumme.”

Det Radikale Venstre lå helt på linje med Aukens holdninger, og op til valget i 2001 foregik der intriger på kryds og tværs i SR-regeringen. Nyrup forsøgte at balancere, men fandt aldrig et fast anker i den diskussion.

I forvejen var der frustration i dele af det socialdemokratiske vælgerkorps efter Nyrups efterlønsindgreb et par år før. I sammenligning med senere indgreb var der tale om et meget mildt indgreb, men ved valget i 1998 havde Nyrup ligefrem garanteret for efterlønnen. Det sikrede sejren, men ramte ham efterfølgende som en boomerang.

Efterlønsindgrebet var en understregning af, at velfærdsordningerne nu ikke længere blev mere og mere generøse. Det gik snarere den anden vej. Det samme var sket med længden af dagpengeperioden, som ved regeringens tiltræden reelt havde været ubegrænset. Tendensen til barbering af velfærdsordninger på arbejdsmarkedet skulle blive et gennemgående tema i årene frem.

Euroafstemningen i år 2000 blev endnu en pind til SR-regeringens ligkiste. Både Nyrup og Jelved havde kastet masser af prestige ind for at sikre en dansk tilslutning til euroen, men vælgerne var uenige: Over 53 procent stemte nej og demonstrerede dermed igen, at godt nok er der et stort flertal for dansk EU-medlemskab, men de færreste ønsker at afgive mere suverænitæt til Bruxelles.

Valget i 2001 blev et banebrydende valg, et af de valg, der med rette kaldes et jordskredsvalg.

Den socialdemokratiske tilbagegang blev katastrofalt stor. Partiet mistede næsten syv procentpoint, og for første gang i 77 år overhalede Venstre Socialdemokratiet som landets største parti.

Ikke alene Venstre triumferede, det samme gjorde Dansk Folkeparti, mens Konservative gik et par promiller frem. Da Centrumdemokraterne landede lige under spærregrensen, var der pludseligt rent VKO-flertal. Et vildt overraskende resultat, men det passede Fogh og Hjort fint, at de nu kunne afhandle sagerne med Pia Kjaersgaard uden at skulle tage hensyn til CD's leder, Mimi Jakobsen.

Der var på forhånd tvivl om, hvor meget man kunne regne med Pia Kjaersgaards folk som et stabilt parlamentarisk grundlag. Alle huskede de kaotiske tilstande i Fremskridtspartiet, som Pia Kjaersgaard var brudt ud af, og den konservative leder, Bendt Bendtsen, havde før valget lagt op til, at DF blot skulle bruges som stemmekvæg, men ikke skulle regne med nogen som helst indflydelse.

Alligevel opstod der hurtigt et effektivt og stabilt samarbejde mellem den nye VK-regering og Dansk Folkeparti. Lakmusprøven blev de udlændingestrømninger, VKO forhandlede på plads i foråret i 2002 – og som først og fremmest førte til en markant stramning af reglerne for familiesammenføring.

Det såkaldte tilknytningskrav blev indført, det samme gjorde reglen om, at begge ægtefæller skal være 24 år, hvis der skal gives tilladelse til familiesammenføring. Hensigten var ikke alene at begrænse de kædesammenføringer, som var blevet almindelige for muslimske

indvandrere fra lande som Tyrkiet, Pakistan og Marokko. Hensigten var også at forhindre, at unge piger med anden etnisk baggrund blev giftet væk som 18-årige, uden de havde nået at få en uddannelse.

Den nye udlændingelov blev lavet meget firkantet. Af frygt for at blive beskyldt for diskriminering og komme i konflikt med de internationale konventioner blev 24-årsreglen også gjort til en stopklods i tilfælde, hvor der ikke ville være problemer med integrationen. Som hvis en dansk student mødte en pige på et amerikansk universitet og ville sammenføres.

Hos socialdemokraterne førte det ødelæggende nederlag og den fortsatte uenighed om udlændingepolitikken til en dyb splittelse af partiet.

Dagen efter valgnederlaget rettede det unge, nyvalgte folketingsmedlem Mette Frederiksen et frontalangreb mod Karen Jespersens strammerlinje: ”Nu må det være helt slut med Karen Jespersens politik,” lød det fra Mette Frederiksen, der så Jespersens forsøg på opstramninger som helt forfejlede.

I toppen af partiet kom Poul Nyrup Rasmussen under pres. Hans gamle makker og allierede Mogens Lykketoft gik i alliance med Svend Auken og Ritt Bjerregaard for at presse Nyrup væk fra formandsposten. Det lykkedes i et ublodigt kup et år efter valget. Derefter tog Lykketoft over som formand, men det fik ikke fløjkampene til at forstumme.

På den borgerlige side af hegnet kørte det derimod helt efter Anders Fogh Rasmussens masterplan. Den tidligere tilhænger af minimalstaten fik succes med sin halvsocialdemokratiske økonomiske politik kombineret med en stram værdipolitik.

Samarbejdet med Dansk Folkeparti blev hurtigt til en egentlig blokpolitik, hvor finanslov på finanslov blev klappet af mellem Venstres finansminister, Thor Pedersen, og DF's finansordfører, Kristian Thulesen Dahl. Ofte over en flæskesteg for ligesom at understrege den gode stemning.

Den stil passede perfekt til den ekstremt kontrollerede Foghs temperament. Og det gav ham mulighed for at effektuere sin kontraktspolitik. Den nye stil, hvor man som politiker gav nogle meget håndfaste løfter inden valget, som man efterfølgende var bundet til at opfylde.

Kontraktpolitikken blev hurtigt populær, ikke mindst i kølvandet på miseren med Nyrups efterlønsgaranti, hvor mange vælgere følte sig ført bag lyset.

Udenrigspolitik blev kursen også lagt om efter VK-regeringens tiltræden. I SR-regeringens allersidste år havde Mogens Lykketoft været udenrigsminister, og Lykketoft gjorde sig bemærket med en skarp kritik af både USA og Israel. Noget ret uset fra en dansk udenrigsminister, men en kurs med en pæn klangbund i befolkningen.

Men Anders Fogh Rasmussen og den nye konservative udenrigsminister, Per Stig Møller, lagde sig i stedet tæt op ad USA. Det kom mest dramatisk til udtryk med den danske deltagelse i Irakkrigen.

Det amerikanske angreb mod Saddam Husseins Irak blev begrundet med, at Saddam Hussein havde masseødelæggelsesvåben, og det blev tilmed påstået, at Irak havde forbindelse til terrororganisationen al-Qaeda, der i 2001 havde udført sit ødelæggende angreb på World Trade Center.

Fogh var ivrig efter at vise sig som en 110 procent loyal allieret med USA, og han presede på, for at danske tropper skulle deltage i koalitionen mod Irak. Samme linje fulgte Tony Blair i England

Men i det danske Folketing var en samlet opposition imod. Man følte sig overhovedet ikke overbevist om, at de amerikanske argumenter om al-Qaeda-forbindelser og masseødelæggelsesvåben holdt vand.

Fogh trumfede sin vilje igennem. VK-regeringen havde støtte fra Dansk Folkeparti, og i foråret 2003 blev det besluttet, at danske soldater skulle deltage i koalitionen mod Irak.

Det var helt usædvanligt, at et så snævert flertal trumfede en dansk krigsdeltagelse igennem. Det blev ikke bedre, da det viste sig, at skeptikerne havde haft ret: Saddam Hussein var en klassisk mellemøstlig despot, men havde hverken masseødelæggelsesvåben eller al-Qaeda-forbindelser.

Anders Fogh Rasmussen argumenterede siden med, at folketingsbeslutningen blot havde begrundet dansk krigsdeltagelse med, at Saddam Hussein ikke ville samarbejde med FN's våbeninspektører. Det var formelt set rigtigt nok. Men det var kun formelt. Hele regeringens politiske argumentation var bygget om truslen fra Saddam Husseins påståede masseødelæggelsesvåben. Og på en pressebriefing havde Fogh selv udtalt:

”Irak har masseødelæggelsesvåben. Det er ikke noget, vi blot tror. Vi ved det.”

Grundlaget for den danske krigsdeltagelse i Irak holdt ganske enkelt ikke vand.

Et andet politikområde, der blev vendt *upside down* med den nye regering, var miljøpolitikken. I starten af nullerne stod kampen på det grønne område primært om miljø; klima var endnu ikke et folkeligt tema.

Som miljøminister i 1990'erne havde Svend Auken kraftigt opprioriteret området, men Fogh stod de første år for en klassisk Venstre-linje, hvor hensynet til landbrugets interesser overtrumfede miljøhensyn.

Aukens grønne ”miljøimperium” blev afmonteret med Venstremanden Hans Christian Schmidt som ny miljøminister. Det vakte særlig opsigt, at den kontroversielle Bjørn Lomborg blev udnævnt til leder af Institut for Miljøvurdering. Lomborgs forskning var stærkt omstridt, og hans holdning til både miljø og klima var en rød klud for hele oppositionen. Således placerede Lomborg klimaudfordringerne langt nede på prioriteringslisten.

Senere ændrede Fogh dog holdning til miljø og klima, og i 2004 blev den konservative Connie Hedegaard hentet ind som først miljøminister og siden klimaminister for at give VK-regeringen en mere grøn profil.

Fogh udskrev valg til afholdelse i februar 2005 og stod denne gang over for Mogens Lykketoft, men på forhånd var al spænding piftet.

Lykketoft havde været en fremragende finansminister og en markant udenrigsminister, men som statsministerkandidat var han en misforståelse. Lykketoft var en dårlig *campaigner* og blev mere og mere sur og vrissen, som valgkampen skred frem.

Men der var frem for alt politiske grunde til socialdemokraternes problemer. Partiet havde slet ikke fundet sine ben i udlændingepolitikken, Karen Jespersen havde smækket med døren og meldt sig ud i 2004, og tilmed var Lykketoft sommeren før røget i et hidsigt slagsmål med den radikale leder, Marianne Jelved, der var langt mere krigerisk over for den nye udlændingelov.

Jelveds skarpe retorik skaffede Radikale Venstre det bedste valg i mere end 30 år: 9,2 procent af stemmerne blev det til. Men Socialdemokratiet kom i klemme og fik et endnu voldsommere nederlag med nu kun 25,8 procent af stemmerne. Et niveau, partiet har ligget på siden.

VKO genvandt et sikkert flertal, Fogh kunne fortsætte, og Lykketoft trak sig som formand på valgaftenen.

Efter valget stod både Socialdemokratiet og SF til at skulle vælge ny formand.

I Socialdemokratiet var der lagt til et fløjopgør, hvor den gamle Nyrup-fløj stod over for Auken-fløjen. Opdelingen fulgte nogenlunde skillelinjerne mellem strammere og slappere i udlændingepolitikken.

Aukens kronprins var Frank Jensen, der havde en tung politisk erfaring og havde været justitsminister i fem år i SR-regeringen. Nyrup-fløjen havde sværere ved at finde en kandidat. Henrik Dam Kristensen ville ikke, og Henrik Sass Larsen vurderede, at han ikke kunne blive valgt. Til sidst faldt valget på et totalt wildcard, den nyvalgte Helle Thorning-Schmidt, der kun havde erfaring fra Europa-Parlamentet. Hvad Thorning egentlig ville politisk, var

ikke lysende klart, men hun signalerede fornyelse efter de to grumme nederlag. De to skulle op mod hinanden i en egentlig urafstemning blandt partiets medlemmer. Det var en nyskabelse i Socialdemokratiet, hvor det tidligere var de delegerede på partiets kongres, der foretog valget. Men Henrik Sass Larsen havde indset, at hans fløj ville have bedre chancer for at slå Frank Jensen ved en urafstemning, og Sass havde fået ændret vedtægterne i tide.

Henrik Sass Larsen og Morten Bødskov var drivende i Thornings kampagne – med støtte fra Dansk Metal, der ofte har spillet en central rolle i partiets magtspil. Kampagnen var meget effektiv og blev kronet med Thornings løfte til partikammeraterne: ”Jeg kan slå Anders Fogh.”

Det kunne hun ikke. Men det var nok til at få hende valgt i en overraskende sejr over Frank Jensen.

Et tilsvarende opgør fandt sted i SF. Men med et helt andet udfald.

Her var hele tre formandskandidater, men reelt stod opgøret mellem veteranen Villy Søvnal og den tidligere SFU-formand Pia Olsen Dyhr.

Villy Søvnal blev støttet af partiets venstrefløj, herunder den afgående formand, Holger K. Nielsen, mens Pia Olsen fik opbakning fra SF's grønne EU-begejstrede højrefløj med Steen Gade og Margrete Auken i spidsen.

Villy Søvnal vandt en klar sejr – og blev straks hældt ned ad brættet i nogle af medierne. ”Søvnals begravelsesforretning” hed det således i Information. Den beskrivelse skulle vise sig at være meget upræcis.

Den største udfordring for Fogh-regeringerne kom med Muhammedkrisen i 2005-2006, der udviklede sig til den største krise for Danmark siden Anden Verdenskrig.

Forhistorien var, at den socialistiske historiker og forfatter Kåre Bluitgen havde problemer med at få illustreret en børnebog om profeten Muhammeds liv, fordi flere tegnere efter sigende var bange for at tegne Muhammed.

På Jyllands-Posten besluttede kulturredaktør Flemming Rose sig for at teste problemets omfang. Han bad 12 danske tegnere om at lave hver deres tegning af Muhammed og slog på, at der i et demokrati også skal være plads til religiøs satire. ”Man må kunne tåle hån, spot og latterliggørelse,” skrev Rose i en tekst, der snart blev central i sagen. Tekst og tegninger blev offentliggjort 30. september 2005.

Det blev til en meget principiel diskussion, om man skulle acceptere en begrænsning af ytringsfriheden, fordi Danmark havde udviklet sig til et multietnisk samfund.

Tegningerne førte til vrede muslimske protester, først i Danmark, men hurtigt også internationalt. 12. oktober bad 11 ambassadører fra muslimske lande om et møde om sagen med Anders Fogh Rasmussen. Det afviste Fogh og gav i stedet følgende skriftlige svar til ambassadørerne:

”Ytringsfriheden er selve det danske demokratis fundament. Ytringsfriheden er meget vidtrækkende, og den danske regering har ingen mulighed for at påvirke pressen.”

Det er siden blevet diskuteret heftigt, om Fogh begik en fejl ved ikke at tage mødet, for afvisningen blev set som en fornærmelse i de muslimske lande.

På den anden side står det klart, at den danske statsminister ikke ville kunne give ambassadørerne indrømmelser på et sådant møde. Religiøs satire havde været tilladt i Danmark i mere end et århundrede, og Fogh hverken kunne eller ville undskylde for tegningerne.

I november rejste en delegation af danske imamer til Mellemosten, hvor de opfordrede til international fordømmelse af tegningerne. De fremviste ikke alene Kurt Westergaards tegning af Muhammed med en bombe i turbanen. De viste også et billede af en fransk klovn fra en grisefest, der absolut intet havde med de danske tegninger at gøre. Men det satte gryden yderligere i kog.

Snart begynder kritikken at hagle ned over Danmark fra den muslimske verden, og efter nytår kom det helt ud af kontrol. I Saudi-Arabien blev der opfordret til boykot af danske

varer, en opfordring, der siden blev gentaget af en større samling muslimske lærde. Det fik dele af erhvervslivet, herunder DI-direktør Hans Skov Christensen, til at lægge afstand til Jyllands-Posten.

30. januar blev presset for meget for Jyllands-Posten, der beklagede utilsigtet at have fornærmet muslimer. Avisen undskyldte dog ikke for at have bragt tegningerne. Et lignende budskab kom få dage efter fra Anders Fogh Rasmussen, der optrådte på en arabisk tv-kanal. Men konflikten blev ikke dæmpet af den grund.

Få dage efter blev den danske ambassade i Damaskus stormet og sat i brand, og dagen efter skete det samme i Beirut. I de efterfølgende uger udviklede protesterne sig voldsomt i en række muslimske lande med tab af menneskeliv. På det tidspunkt fik Danmark en længe eftertragtet opbakning fra en bred vifte af vestlige lande.

Krisen døde langsomt ud i løbet af foråret, men den kastede lange skygger i dansk politik. I Alttinget viste professor Søren Risbjerg Thomsens analyse af vælgervandringer, at der som følge af krisen blev skiftet parti i rekordfart. Især mange socialdemokratiske vælgere skiftede til Dansk Folkeparti, der havde profileret sig stærkt på sagen.

I et interview kom Anders Fogh Rasmussen med et angreb på dele af erhvervslivet, medieverdenen og kulturlivet, som efter Foghs mening havde svigtet i kampen mod ytringsfriheden. ”Fårene er blevet skilt fra bukkene,” udtalte Fogh.

Det fik straks den radikale leder, Marianne Jelved, på banen. Hun beskyldte statsministeren for at skabe skel i befolkningen: ”Fogh er en farlig mand, når han bruger sine evner til at splitte Danmark,” lød det fra Jelved. Værdikampen havde nået et nyt og endnu mere indædt niveau.

Hos Det Radikale Venstre blev efterdønningerne af Muhammedkrisen særlig mærkbare. Mens Marianne Jelved konsekvent havde haft front mod Foghs håndtering af krisen, havde partifællen Naser Khader konsekvent front mod islamisterne. Under krisen dannede han foreningen Demokratiske Muslimer for at demonstrere modstand mod islamisterne.

Naser Khaders frustrationer med den radikale værdipolitik voksede, og i Europa-Parlamentet sad to andre dissidenter, der heller ikke var tilfredse med deres partier.

Den ene var Khaders partifælle Anders Samuelsen, der især var optaget af at få en mere liberalistisk skattepolitik. Den anden var den konservative Gitte Seeberg, der var endt på et sidespor efter partiets hidsige interne magtkampe i 1990'erne. Seeberg var primært interesseret i at få sat en stopper for Dansk Folkepartis stigende indflydelse.

7. maj 2007 sprang bomben så: Khader, Samuelsen og Seeberg indkaldte til pressemøde og erklærede partiet Ny Alliance for dannet.

Navnet Ny Alliance skulle vise sig uhyggelig præcis. For med den meget forskellige indfaldsvinkel fra stifterne var det reelt tale om en alliance af tre rebeller, der ville noget helt forskelligt.

Gitte Seeberg satte dagsordenen på pressemødet med sit ”Nok er nok” møntet på Dansk Folkeparti. Men den vinkel var hverken Khaders eller Samuelsens prioritet.

Det blev dog ikke noget problem i første omgang. Ny Alliance fik en flyvende start. Med Naser Khader i front som det store trækplaster strømmede medlemmerne til, og i en enkelt måling scorede partiet 12 procent af stemmerne.

Hos Det Radikale Venstre fik bruddet omgående konsekvenser. Partiet havde siden kanonvalget i 2005 haft en meget høj haleføring og på det sidste ligefrem kørt med Marianne Jelved som partiets egen statsministerkandidat.

Men godt en måned efter dannelsen af NA trådte Jelved tilbage som formand og overlod posten til Margrethe Vestager. Snart bakkede Radikale igen op om Socialdemokratiets formand som statsministerkandidat.

Anders Fogh Rasmussen valgte at satse og udskrev valg mere end et år før tiden til afholdelse i november 2007.

På det tidspunkt var Ny Alliance begyndt at dale i meningsmålingerne. Alligevel tydede alt på, at partiet ville komme til at sidde med de afgørende mandater mellem blokkene.

Valgkampen gik elendig for partiet. Naser Khader var en karismatisk skikkelse og havde haft stor gennemslagskraft i udlændingebatten. Men som partileder skal man kunne mestre hele klaviaturet, og det kunne Khader ikke. Mest fatalt blev det, at det for mange vælgere var uklart, om Ny Alliance ville bakke op om en borgerlig regering eller ej.

Ved valget landede Ny Alliance på skuffende 2,8 procent – uden at få de afgørende mandater. Mod alle odds lykkedes det VKO at bevare flertallet, og Fogh kunne igen sætte sig i statsministerstolen.

Trods fiaskoen ved valget skulle Ny Alliance vise sig at være kimen til en strømning, der flere år senere fik det så stilsikre VKO-samarbejde til at slå revner.

Endnu en gang fik socialdemokraterne et dårligt valg, mens Radikale blev halveret og mistede hele gevinsten fra 2005. Til gengæld gjorde SF's nye formand, Villy Søvndal, alle dommedagsscenerier til skamme: Søvndal mere end fordoblede SF's stemmetal og scorede det næstbedste resultat for partiet nogensinde.

Valgresultat i 2007 fik flere langsigtede konsekvenser.

I Ny Alliance fik skuffelsen de interne modsætninger til at blusse op, og snart begyndte den lille folketingsgruppe at skrumpes: Gitte Seeberg og Malou Aamund forlod partiet, mens Jørgen Poulsen senere blev ekskluderet. Nu var kun to af de fem medlemmer tilbage.

I august 2008 foretog partiet så en metamorfose fra et borgerligt midterparti til et liberalistisk fløjparti med fokus på sænkning af skatter og afgifter. Som en konsekvens blev navnet ændret fra Ny Alliance til Liberal Alliance. Anders Samuelsen blev nu den stærke mand i partiet, og i januar 2009 forlod Naser Khader det parti, han selv havde været primus motor i.

LA lignede et dødsdømt parti og fik på et tidspunkt historiske 0,0 procent i meningsmålingerne. Samuelsen fik dog hurtigt samlet endnu en radikal afhopper op. Det var Simon Emil Ammitzbøll, der uden succes havde dannet partiet Borgerligt Centrum. Men det ændrede ikke meget ved LA's håbløse situation.

I oppositionen drog man flere konsekvenser af valgnederlaget.

På den yderste venstrefløj havde Enhedslisten været tæt på at blive udraderet ved valget og havde med 2,2 procent af stemmerne kun lige knebet sig over spærregrænsen.

Partiet var i valgkampen blevet udsat for hård kritik, fordi det marxistisk funderede parti havde opstillet en strengt ortodoks muslim, Asmaa Abdol-Hamid, der især gjorde sig bemærket ved ikke at ville give hånd til mænd. Asmaas syn på religion og forholdet mellem kønnene lå milevidt fra det, der ellers var fremherskende i Enhedslisten.

Efter valget startede et større selvpørgør mellem flere strømninger i Enhedslisten. Der var dem, der ønskede, at partiet skulle være et slags minoritetsparti, hvor det var et selvstændigt mål at fremme etniske minoriteters interesser. Andre mente, at partiet skulle stå på en klassisk marxistisk linje. Og atter andre ønskede at gøre Enhedslisten til et langt bredere parti, der også appellerede til socialdemokratiske vælgere.

Den sidste linje trak det længste strå. Med Johanne Schmidt-Nielsen som frontfigur og pressechef Pelle Dragsted som strateg begyndte Enhedslisten en bemærkelsesværdig udvikling.

Man gik bort fra den kollektive ledelse, man begyndte at anvende meningsmålinger som systematisk redskab – og man identificerede et vælgerpotentiale på omkring ti procent. Det lød på det tidspunkt som det rene luftkastel, men det skulle vise sig, at Dragsted havde set rigtigt.

Det tredje nederlag i træk til SR-aksen fik også socialdemokraterne til at reagere. Henrik Sass Larsen havde været partiets stærke mand siden valget af Thorning i 2005, og nu foretog han en overraskende strategisk manøvre.

Uffe Elbæk

Partistifter, medlem af Folketinget og politisk leder for Alternativet. Forhenværende kulturminister for Radikale.

Modtager af Ting-Prisen 2015

Uffe Elbæk

Stort tillykke med de 20 år. I forhold til Alternativet er I jo gamle i gårde – selvom I stadig ikke går efter at indtage Statsministeriet. Til gengæld har I om nogen gennem lang tid været en vigtig platform for den dybe og seriøse politiske samtale. Det er et væsentligt demokratisk bidrag, som I kan være stolte af, og som jeg håber, I bliver ved med at løfte. Selvom I nu runder 20 år, håber jeg, at I vil fastholde teenagerens nysgerrighed og mod. For også for mediebranchen gælder det, at vi lever i tider, hvor der skal tænkes nyt, og hvor det ikke er nok at bevare, men hvor ambitionen må være at forny, forandre og forbedre. Da jeg i 2015 fik Ting-Prisen, fik jeg den for ”at sprænge rammerne og udfordre etablerementet”. Det er jeg stolt over, for det er derfor, vi har skabt Alternativet. Og det minder Ting-Prisen, der står på mit kontor, mig om hver dag.

Sass afskrev Radikale, som han anså for hovedansvarlige for nederlaget. Radikale havde simpelthen en for eksotisk og verdensfjern udlændingepolitik, mente Sass, så derfor måtte hans parti finde andre partnere.

Her faldt valget på SF med den succesbruste Villy Søvndal i spidsen. Snart begyndte diskrete drøftelser mellem Sass og den unge Thor Möger Pedersen, der var strategisk rådgiver for Søvndal. Snart udvidedes drøftelserne med Thorning og Søvndal. Det førte senere i 2008 til dannelse af S-SF-alliancen.

Alliancen blev mulig, fordi Søvndal havde rykket sit parti politisk. SF havde ligget nær Radikale Venstre i værdipolitikken, for eksempel havde partiet vendt sig mod Muhammedtegningerne. Men nu vendte SF tilbage til en klassisk socialistisk linje, og Søvndal gik konsekvent i flasket på religiøs fundamentalisme.

I starten af 2008 opfordrede Søvndal den ekstreme, islamistiske organisation Hizb-ut-Tahrir til at "gå ad helvede til", og kort efter fulgte han op med at erklære Muhammedtegningerne for "nødvendige".

Alliancen blev naturligt nok ikke velvilligt modtaget af den vragede radikale partner. Og Thorning spændte buen alt for hårdt, da hun ved fremlæggelsen af det fælles S-SF-skatteudspil Fair Forandring udtalte, at De Radikale "ikke ville få ændret et komma".

Budskabet var klart: S og SF gik til valg på en fælles regering. Radikale kunne godt få lov at komme med, men kun på det grundlag, S og SF havde lagt. Det var en ydmygelse, som den radikale leder, Margrethe Vestager, ikke glemte.

Efter sin tredje valgsejr i 2007 var Fogh ved at være mæt af dansk politik, og kort efter valget startede han systematisk jagten på et nyt job. Der blev foretaget usædvanlig mange udlandsrejser, og i slutningen af 2008 blev det åbenlyst for de fleste, at statsministeren var på vej væk.

Det er en meget tricky situation, når landets statsminister har øjnene stift rettet mod sit næste job. Fogh var som altid flittig og fuldt funktionsdygtig, men på Christiansborg blev der spekuleret i, om Foghs personlige ambitioner også påvirkede politikken.

Således blev Dansk Folkeparti rystet, da Fogh reagerede meget afdæmpet på EU-Domstolens såkaldte Metock-dom. Det var en dom, der anfægtede et hjørne af dansk udlændingepolitik, et område, EU som udgangspunkt ikke har indflydelse på. Fogh havde i mange år været en skarp kritiker over for domstole, der politiserede, men nu var stilen pludselig en anden.

Selv afviste Fogh til det sidste, at han var på vej væk, men det er efter bogen i den slags situationer, og det accepteres på Borgen. Som politisk ordfører havde Inger Støjberg den tvivlsomme fornøjelse at messe sætningen "Anders Fogh er ikke kandidat til et internationalt topjob". Til sidst havde hun selv svært ved at holde masken.

I starten af april 2005 var mummespillet så slut, Anders Fogh Rasmussen blev udnævnt til generalsekretær i Nato, og 5. april gik han officielt af som statsminister. Han blev afløst af en meget anderledes type.

Den nye statsminister, Lars Løkke Rasmussen, havde fra starten været med i Foghs regeringer på en central position. Som sundheds- og indenrigsminister havde han været med til at sikre en forbedring af hjerte- og kræftbehandlingen, en bedrift, han bliver husket for. Men Løkke havde også stået i spidsen for kommunalreformen, der førte til en massiv centralisering på bekostning af landområderne.

Lars Løkke Rasmussen havde ikke været entydigt begejstret for Foghs drejning mod midten i den økonomiske politik, men Løkke var taktisk nok til ikke at anfægte den succesrige kurs. Derimod røg flere af Løkkes meningsfæller ud i kulden under Fogh, det gjaldt eksempelvis Søren Pind, der fik bøllebanc af Claus Hjort Frederiksen.

Finanskrisen begyndte for alvor at presse på, efter Løkke havde overtaget stafetten, og snart kom der markante opstramninger. I 2010 blev dagpengeperioden halveret fra fire til to år.

Det skete i et samarbejde mellem VK-regeringen, Liberal Alliance, Radikale og DF. Faktisk var reformen Kristian Thulesen Dahls forslag som et alternativ til regeringens planer om at skære på overførselsindkomsterne.

Og i 2011 kom så den såkaldte tilbagetrækningsreform, der med kort aftræk fremrykkede hævelsen af efterløns- og pensionsalderen. Det styrkede økonomien, men ramte en række årgange meget hårdt.

Løkke brugte reformen til at vise, at han var en ansvarlig politiker, der turde tage upopulære beslutninger, men sandheden var lidt mere kringlet end som så. For i virkeligheden havde den konservative leder, Lene Espersen, et år tidligere foreslået lige præcis et indgreb mod efterlønnen, men på det tidspunkt blev hun hældt ned ad brættet af Løkke, der dengang så det som en tabersag.

Forløbet skulle vise at være typisk for Lars Løkke Rasmussen, der blev kendt som en opportunistisk og taktisk type. Gennem sine ti år som Venstre-formand formåede han gang på gang at tackle de mest umulige situationer. Han var en taktikkens mester, men han udviste stor principløshed.

På helt centrale områder som udlændingepolitik, velfærd, EU samt klima og miljø indtog Løkke snart det ene, snart det andet standpunkt alt efter folkestemningen og de politiske muligheder.

Tilbagetrækningsreformen fra 2011 var en regulær giftpille til Helle Thorning-Schmidt. For da Løkke fik den radikale Margrethe Vestager med i aftalen, bandt han sin efterfølger på hænder og fødder. Løkke kunne ikke vinde valget, men han kunne bane vejen for, at den nye regering blev så upopulær, at han siden kunne vende tilbage.

Da Lars Løkke Rasmussen udskrev valg til 15. september 2011, stod oppositionen til en sikker sejr. Men SF var begyndt at dale fra tinderne. Partiet havde i valgperioden haft meningsmålinger helt op til 20 procent og lå længe på 17-18 procent. Ved valgets udskrivelse var opbakningen omkring 13 procent.

Det skulle vise sig, at det kun var begyndelsen på SF's nedtur. Både S og SF førte alt for defensive valgkampe, og den ellers så slagkraftige Villy Søvndal afviste i valgkampens start at definere forskellen på S og SF. Det var en overforsigtighed, der blev meget dyr.

For i mellemtiden tordnede Radikale Venstre frem. Margrethe Vestager havde alt at vinde, hun spillede frigjort og satte fra start dagsordenen ved at give hånd til et samarbejde over midten til den konservative leder, Lars Barfoed.

Resultatet førte til en afgørende magtforskydning i oppositionen. Socialdemokraterne gik endnu et nøk tilbage, SF smed hele fire procentpoint under valgkampen, mens Radikale fordoblede støtrelsen og blev en smule større end SF. Valget blev også et gennembrud for Enhedslisten, der med Johanne Schmidt-Nielsen i spidsen tredoblede stemmetallet.

Samtidig fik Venstre et kanonvalg med over 26 procent af stemmerne. Løkke var dermed meget tæt på at genvinde magten, og Venstre kunne fra dag ét gå i en stærk opposition.

Det dårlige resultat til S-SF-alliancen sendte de to partier i defensiven, da de skulle forhandle regeringsgrundlag med den selvbevidste og hævngrigige Margrethe Vestager. I det siden så berømte sorte tårn på Amager pressede Vestager citronen til det yderste.

Hun krævede ikke alene, at den nye regering skulle implementere tilbagetrækningsreformen, hun krævede også indføjet et afsnit om, at den nye regering skulle "videreføre den borgerlige regerings økonomiske politik i bred forstand".

Et helt uhørt krav til S og SF, men socialdemokraterne var forhåbende på at komme i regering efter ti år i opposition, og i SF havde man gjort det til et mål i selv at komme i regering. En forveksling af mål og midler, der blev meget dyr. Vestager fik sin vilje og dikterede det meste af den nye regerings økonomiske politik.

Da SRSF-regeringen blev dannet i oktober 2011, blev Thorning statsminister, Vestager økonomi- og indenrigsminister, mens Søvndal tog sig af Udenrigsministeriet. Vestagers

post var ideel til at fremme den radikale politik, mens det var meget svært for Søvndal at få sat SF-fingeraftryk på udenrigspolitikken.

Fra start blev S og SF ramt af beskyldninger om løftebrud. De to partier var slet ikke i stand til at opfylde de forventninger, der var opbygget, og hverken millionærskatten eller den såkaldte betalingsring, der skulle begrænse trafikken i København, blev til noget.

Det gjorde skatten på finansielle transaktioner heller ikke, selvom mange store EU-lande var med på idéen. Men fra dansk side var Margrethe Vestager særdeles aktiv i at forhindre finansskatten.

Margrethe Vestager fik hurtigt en makker i den nye socialdemokratiske finansminister Bjarne Corydon, der havde taget over, efter Henrik Sass Larsen ikke blev sikkerhedsgodkendt. En afgørelse, der siden viste sig at være baseret på et meget tvivlsomt grundlag.

Corydon var egentlig venstrefløjssocialdemokrat, men han var som politiker helt uerfaren i første række, og i løbet af ingen tid havde embedsmændene i Finansministeriet taget styringen. Det styrkede Vestagers dominans.

Dagpengereformen fra 2010 viste sig hurtigt at være en endnu større møllesten om halsen på S og SF, end tilbagetrækningsreformen var. Timingen af dagpengereformen viste sig elendig midt i en lavkonjunktur, og Finansministeriets skøn om, at der kun ville falde 2.000-4.000 dagpengemodtagere ud af systemet, viste sig at være helt i tågerne. Tallet var snarere det tidobbelte.

SRSF-regeringen forsøgte i flere omgange at udbedre lidt på skaderne, og Bjarne Corydon kom på et tidspunkt for skade at kalde et af lapperierne for ”en fuld og dækkende løsning”. Det viste sig at være meget upræcist.

Internt i regeringen var problemet, at Vestager var meget utilbøjelig til at ændre dagpengereformen. Da hun på et pressemøde blev konfronteret med reformens konsekvenser og nonchalant udtalte ”sådan er det jo”, blev vreden rødglødende i SF, dele af Socialdemokratiet og fagbevægelsen. Både S og SF sank som sten i meningsmålingerne.

Det gjorde det kun værre, at Vestager fik kringlet det sådan, at regeringen i sommeren 2012 indgik et skatteforlig med Venstre og Konservative – og ikke med Enhedslisten, som der ellers var forhandlet med. Det belastede forholdet til støttepartiet i en sådan udstrækning, at Johanne Schmidt-Nielsen beskyldte regeringen for at ”pisse på de mange mennesker, der har stemt på en ny regering for at få en ny politik”.

For SF førte den borgerlige økonomiske politik til stadig større frustration og vrede i baglandet, og snart skulle baglandet få sin chance. I september 2012 afslørede Villy Søvndal i et interview med Altinget, at han ville trække sig som formand, og det lå i kortene, at Søvndals favorit, sundhedsminister Astrid Krag, ville blive ny SF-formand.

Men ud af det blå kom det nyvalgte fynske folketingsmedlem Annette Vilhelmsen og erklærede sit kandidatur. Vilhelmsen slog sig op på, at hun ville ”udfordre regeringsgrundlaget”, og den melodi appellerede stærkt til SF-medlemmerne. Til overraskelse for hele pressekorpset vandt den uprøvede Vilhelmsen en klar sejr over Astrid Krag i urafstemningen.

Annette Vilhelmsen kom hurtigt ned på jorden. Det lykkedes hende overhovedet ikke at udfordre regeringsgrundlaget, og snart begyndte Astrid Krags støtter at melde sig ud af partiet. Det gjaldt i første omgang næstformand Mattias Tesfaye, politisk ordfører Jesper Petersen og tidligere skatteminister Thor Möger Pedersen. De blev alle siden socialdemokrater.

Valget af Vilhelmsen gjorde Thorning-regeringen endnu mere dysfunktionel. Enhedslisten lukkede på SF's nedtur, mens Socialdemokratiet også mistede stemmer til Venstre. Uden at foretage sig ret meget kunne Lars Løkke konstatere, at hver tredje dansker nu ville stemme på hans parti.

Men i slutningen af 2013 røg Løkke ind i en pamperagtig sag, fordi han for den private grønne organisation GGGI havde brændt over en million kroner af på 15 flyrejser, luksus-hoteller og limousiner.

Sagen føjede sig til en kedelig bilagssag fra Løkkes tid som amtsborgmester i Frederiksborg Amt, en sag, der ellers var gået i glemmebogen. Effekten kunne snart ses på Venstres opbakning, men i første omgang blev det overskygget af regeringens problemer.

Salget af Dong-aktier til den stærkt omstridte investeringsbank Goldman Sachs blev endestationen for SF's regeringsdeltagelse. Sagen var længe gået under den politiske radar, og i lang tid var det primært Enhedslistens Frank Aaen, der forfulgte den.

Men så gik tidligere statsminister Poul Nyrup Rasmussen for alvor ind i sagen. Nyrup havde i sin tid i Europa-Parlamentet taget kampen op mod kapitalfonde som Goldman Sachs – og Nyrups kritik af salget gjorde hamrende ondt på socialdemokraterne.

Snart blev modstanden mod Goldman Sachs en folkesag, og en meningsmåling viste, at 83 procent af vælgerne var imod et salg. Selv en stor del af Liberal Alliances vælgere var imod. Men folkestemninger anfægtede ikke den teknokratisk anlagte finansminister, Bjarne Corydon, og salgsprocessen fortsatte.

I SF-baglandet var målet efterhånden nået. Og da Karsten Hønge i januar 2014 kom ind som ”Vikaren fra Helvede” i stedet for den sygemeldte Anne Bastrup, begyndte der at ske noget i folketingsgruppen.

Den bramfri Hønge fik effektivt sat ord på frustrationerne med sætninger som:

”Vi har i SF slugt så mange kameler, at vi efterhånden er lidt tørre i halsen.” På et dramatisk aftenmøde i folketingsgruppen, hvor der både blev råbt og grædt, mistede Annette Vilhelmsen kontrollen med partiet.

Dagen efter trak Vilhelmsen SF ud af regeringen og gik af som formand. Herefter forlod Astrid Krag og Ole Sohn SF til fordel for Socialdemokratiet, mens Ida Auken smuttede til Radikale.

SF var nu helt i knæ, men katastrofen var utvivlsomt blevet større, hvis SF endnu en gang havde bøjet nakken. Hverken vælgere eller bagland ville mere. Pia Olsen Dyhr tog over som ny formand og begyndte et møjsommeligt genopbygningsarbejde.

Thorning-regeringen fortsatte, nu som en ren SR-regering. Den engang så stærke S-SF-akse var fortid, men i realiteten havde Thorning og Corydon længe prioriteret forholdet til Radikale.

Der var nu kun godt et år til valget, og Thornings mulighed for at genvinde regeringsmagten virkede helt illusorisk.

Men i foråret 2014 kunne Ekstra Bladet afsløre Lars Løkke Rasmussen i endnu en af de pampersager, der har skæmmet en ellers systematisk opbygget politisk karriere. Denne gang skyldtes balladen, at Venstre som parti havde betalt 152.000 kroner til indkøb af tøj og sko til Løkke. At en højtlønnet toppolitiker ikke selv kunne betale sit tøj, havde de fleste vælgere meget svært ved at forstå – og det samme havde mange Venstre-medlemmer.

Sagen spolerede europaparlamentsvalget for Venstre, og internt rejste der sig nu en storm mod formanden. På et møde i Venstres folketingsgruppe 3. juni rejste flere folketingsmedlemmer sig og trak støtten til Løkke. Oprørerne ville i stedet have næstformand Kristian Jensen som formand.

Senere på aftenen skulle der være hovedbestyrelsesmøde i Venstre, og her forventede de fleste medier, at Løkke ville gå af. Den tanke legede han også med, men hans fightervilje slog endnu en gang igennem.

Løkkes backinggruppe ringede systematisk til baglandet, og den tidligere minister Søren Gade blev smidt ind som en joker, der i givet fald kunne udfordre Kristian Jensen. I et siden berømt møde i kælderen under Odense Kongres Center fik Løkke intimideret Kristian Jensen, der opgav stormløbet. Løkke overlevede som formand, formelt som en del af et ”formandskab” med Kristian Jensen, men det var en ren papirkonstruktion. Efter sin afgang fem år senere bestred Løkke ligefrem, at der lå en aftale om et formandskab. Vælgerne reagerede meget hårdt på Løkkes gentagne sager. Det kunne ses på målinger af Løkke som

statsministerkandidat, men det førte også til en begyndende deroute for Venstre som parti. Dermed blev der skabt spænding før det valg, der senest skulle komme i 2015.

I sommeren 2014 var Helle Thorning-Schmidt på tale til en toppost i EU-Kommissionen, men kabalens faldt anderledes ud, og til alles overraskelse var det i stedet den radikale leder, Margrethe Vestager, der blev udnævnt til EU's konkurrencekommissær.

Dermed var regeringens stærke dame væk fra dansk politik, og det viste sig at være en klar fordel for socialdemokraterne, der fik lettere ved at sætte sig igennem.

For ikke alene havde Vestager tvunget sin vilje igennem på afgørende områder, Thorning havde tilmed overtaget Vestagers argumentation, som om det var hendes egen. Det gjaldt blandt andet i forhold til dagpenge og finansskat, og den stil var med til at skabe en kløft til det socialdemokratiske bagland.

Vestager blev erstattet af Morten Østergaard som radikal leder, og Østergaard blev en noget mere fleksibel samarbejdspartner for socialdemokraterne, der omsider begyndte at få greb om tingene.

I februar 2015 blev Danmark ramt af den første terrorhandling i mange år, da dansk-palæstinenser Omar el-Husseini først skød mod et debatarrangement med Muhammedtegneren Lars Vilks i Krudttønden på Østerbro og siden angreb synagogen i Krystalgade. To mennesker blev dræbt, og flere såret, inden terroristen selv blev dræbt af politiet.

Husseini var en kriminel med islamistiske sympatier, og netop denne eksplosive blanding var kendetegnende for mange af de terrorister, der på vegne af Islamisk Stat eller al-Qaeda myrdede løs i Europa det år.

Rent politisk var det begyndt at køre bedre for statsministeren, der reelt havde indledt valgkampen med nytårstalen. Thorning var efter Vestagers afgang igen begyndt at lyde som en socialdemokratisk leder snarere end som en SR-fællestillidsmand.

Thorning udskrev valget til 18. juni, og selvom hun hele valgperioden havde været håbløst bagud, var resultatet pludselig på vippen. Da alle fire nordatlantiske mandater helt usædvanligt gik til rød blok, manglede Thorning til sidst kun et enkelt mandat for at fortsætte.

Vælgerne havde ikke glemt Lars Løkke Rasmussens sager, og Venstre blev straffet benhardt på valgdagen. Partiet mistede 13 mandater, men Løkke kunne alligevel tage nøglerne tilbage til Statsministeriet, sådan som han havde lovet at gøre fire år tidligere.

Valgresultatet førte i det hele taget til store rystelser. SF fik som ventet bank af vælgerne efter den uheldige regeringsdebut; partiet blev mere end halveret. En lignende skæbne ramte Radikale.

Mange SF-vælgere søgte til Enhedslisten, der med 7,8 procent af stemmerne for første gang overhalede SF som det største venstrefløjsparti. Men alligevel var der en vis skuffelse i Enhedslisten, for man havde sat næsen op efter en endnu større fremgang.

Både Enhedslisten, SF og Radikale måtte afgive stemmer til Uffe Elbæks nye grønne parti, Alternativet, der kom flyvende ind fra sidelinjen med knap fem procent af stemmerne. Partiet havde klima og miljø som mærkesager, men Elbæk repræsenterede også drømme og visioner. Til tider meget luftige, men for mange vælgere forfriskende efter ”nødvendighedens politik”, som Bjarne Corydon sværgede til.

Når Løkke alligevel kunne sætte sig i Statsministeriet, skyldtes det fremgang til Dansk Folkeparti og Liberal Alliance. Efter at have balanceret på gravens rand fem år tidligere kunne LA nu mønstre 7,5 procent af stemmerne. En fantastisk præstation af Anders Samuelsen, der med stort held havde brandet sit parti som et principfast rebelparti, der ikke var til salg for ministerposter.

Men frem for alt kunne Løkke takke Dansk Folkeparti for, at han fik de eftertragtede nøgler tilbage. DF-formand Kristian Thulesen Dahl sprængte alle rammer og scorede godt 21 procent på en blanding af stram udlændingepolitik, blød velfærdspolitik og protester fra store

dele af provinsen, der følte sig ladt i stikken efter det sidste årtis centraliseringer. Derimod lykkedes det ikke den nye konservative formand, Søren Pape Poulsen, at få fat i utilfredse Venstre-vælgere. Pape havde tidligere i valgperioden erstattet Lars Barfoed som formand, der få år før tog over efter Lene Espersen. Både Barfoed og Espersen blev presset væk, og Pape blev den fjerde konservative formand på bare syv år. Det tidligere statsministerparti scorede med 3,4 procent det dårligste valgresultat nogensinde.

Trods nederlaget gav Løkke ikke ved dørene under regeringsforhandlingerne. DF fik mulighed for at komme med i en fælles regering, men det stod hurtigt klart, at en sådan regering ville være på Venstres betingelser. Dansk Folkeparti blev slet ikke imødekommet på en mærkesag som grænsekontrol, og Løkke lagde an til det såkaldte omprioriteringsbidrag, der tvang den offentlige sektor til at finde besparelser.

DF-ledelsen vurderede, at partiet risikerede at lide SF's skæbne, hvis man gik i regering på Løkkes præmisser, og at man ville kunne få mere politik igennem uden for regeringen. Den vurdering var formodentlig rigtig, men det blev ikke formidlet ordentligt ud til de mange vælgere, der havde sat kryds ved partiet. Efter den enorme valgsejr blev mange skuffede over, at Thulesen ikke fik del i regeringsmagten. Det blev en af de sten, der ramte Thulesen i nakken fire år senere.

Lars Løkke Rasmussen dannede i stedet en smal Venstre-regering, som han forventede kunne manøvrere smidigt i de kommende år. Men som Løkke senere konstaterede, krævede det, at de andre partier i blå blok også spillede efter de normale regler. Og det havde den sejrige LA-leder, Anders Samuelsen, ikke tænkt sig at gøre. Fra første færd begyndte der at dukke ultimative krav om topskattelettelse op.

Efter tabet af Statsministeriet trådte Helle Thorning-Schmidt som ventet tilbage som S-formand, og Mette Frederiksen blev valgt uden modkandidat. Men det var en ganske anden udgave af Mette Frederiksen end den, der første gang blev indvalgt i 2001.

Mette Frederiksen havde – som det blev udtrykt – været på en politisk rejse. Især i udlændingepolitikken. Hun havde været både beskæftigelsesminister og justitsminister under Thorning, og hun havde med stor bekymring studeret såvel lave beskæftigelsesfrekvenser som høje kriminalitetsrater blandt ikkevestlige indvandrergupper. Tallene var særlig foruroligende blandt en række muslimske grupper. I udlændingepolitikken stod Mette Frederiksen i 2015 ikke langt fra det sted, Karen Jespersen havde stået i 2001.

Den ændrede profil muliggjorde en alliance med den tidligere modstander Henrik Sass Larsen, der efter at være blevet stoppet på strengen til Finansministeriet siden blev hentet ind i regeringen som erhvervsminister.

Mette Frederiksen og Henrik Sass Larsen havde begge været utilfredse med dele af Thorning-regeringens politik, for eksempel de selskabsskattelettelse der blev givet. Samlet dækkede Frederiksen og Sass meget bredt i partiet, og mod den alliance ville ingen kandidater have en chance. Alliancen blev forstærket af, at Mette Frederiksens nære særlige rådgiver, Martin Rossen, var personlig ven med Sass.

Lars Løkke Rasmussen fik strikket sin første finanslov sammen med hjælp fra resten af blå blok, men der var truende skyer i horisonten. Anders Samuelsen havde stadig et ultimativt krav om topskattelettelse, og det var en bombe, der bare ventede på at detonere.

LA-lederens konstante ultimative krav kom til at forpuste Løkkes sidste periode som statsminister. For Samuelsen krævede noget, Løkke ikke kunne levere. Dansk Folkeparti havde absolut ingen intentioner om at gå med til topskattelettelse, men det indså Samuelsen for sent. Succesraten er lille, når man stiller ultimative krav på et område, hvor man hverken har et flertal i befolkningen eller i Folketinget med sig.

Situationen blev skærpet i august 2016, hvor Venstre-regeringen fremlagde en økonomisk 2025-plan med en kombination af topskattelettelse for indkomster under en million og en hurtigere hævelse af pensionsalderen.

Samuelson var ikke tilfreds, han ville have topskattelettelser hele vejen op. Dansk Folkeparti var fortsat imod. Samuelson prøvede nu at skyde sig igennem: Han truede med at vælte Venstre-regeringen, hvis han ikke fik sin vilje.

Situationen virkede helt fastlåst, men netop her demonstrerede Lars Løkke Rasmussen sine evner som den uovertrufne taktiker. Han gav Liberal Alliance (og Konservative) tilbud om at indtræde i regeringen. Stik imod hele det brand, Anders Samuelson havde opbygget for LA, blev de ultimative krav nu byttet ud mod ministerbiler.

I slutningen af november 2016 kunne Lars Løkke Rasmussen præsentere sin nye VLAK-regering med ham selv som statsminister, Søren Pape som justitsminister og Anders Samuelson som udenrigsminister. Ifølge Samuelson fik VLAK-regeringen ”danmarkshistoriens mest liberale regeringsgrundlag”. Men det var på papiret. For der var stadig ikke flertal for Samuelsons visioner.

Kort efter dannelsen af VLAK-regeringen tog et samarbejde fart mellem to tidligere arvefjender: Socialdemokratiet og Dansk Folkeparti havde fået stadig flere politiske fællesnævner, og det førte i 2017 til et opsigtsvækkende parløb mellem Mette Frederiksen og Kristian Thulesen Dahl.

Den afgørende betingelse for alliancen var, at Socialdemokratiet under Mette Frederiksen og Sass var i gang med markant stramning af partiets udlændingepolitik. Det var en bevægelse, der var begyndt helt tilbage i 2003, men som blev kraftigt accelereret under Mette Frederiksen.

Den socialdemokratiske udlændingepolitik var i mange år domineret af en humanistisk og globalistisk tradition, og partiet støttede helt tilbage i 1983 vedtagelsen af ”verdens mest liberale udlændingelov”.

Men folk som Mette Frederiksen, Henrik Sass og Mattias Tesfaye holdt sig til en anden skole, der også var til stede i partiet. Den byggede på vurderingen af, at der er snævre grænser for, hvor mange ufaglærte fra den tredje verden et velfærdssamfund kan tage imod. Specielt hvis der er tale om indvandrere fra kulturer, der er svære at integrere i et sekulært samfund med lige rettigheder mellem kønnene.

De ledende socialdemokrater så nu et minimum af fælles normer som en betingelse for velfærdssamfundet, mens de så opkomsten af parallelsamfund som en trussel. Derfor skulle politikken være stram.

Udvidelsen af Løkkes regering gjorde det samtidig nærliggende for Thulesen at søge nye venner. Thulesen havde ikke større veneration over for en regering med deltagelse af Liberal Alliance, som DF på skat og velfærd var lodret uenig med. Her flugtede det bedre med Socialdemokratiet.

Første store manifestation på det nye parløb kom, da 3F-formand Per Christensen fik samlet Mette Frederiksen og Kristian Thulesen Dahl til et fælles interview, der lagde Løkkes forslag om at hæve pensionsalderen i graven. Det var et parløb, der konstant satte grænser for VLAK-regeringens handlemuligheder.

Ud over de konkrete politiske fællesnævner havde de to partiledere hver deres hensigt med samarbejdet: Thulesen ville erobre den gamle radikale rolle som et midterparti, der kunne få indflydelse både under en rød og en blå regering, mens Mette Frederiksen håbede at vinde to-tre procent af DF's vælgere for dermed at flytte flertallet.

Op til finansloven for 2018 lykkedes det endnu en gang Anders Samuelson at skabe drama. Endnu en gang var stridspunktet skattelettelser, som LA havde bundet sig til masten for at få igennem. Efter svære forhandlinger med DF blev der landet en aftale om finansloven – uden skattelettelser.

Men Samuelson var blevet bibragt det indtryk af Løkke, at det nok skulle komme på plads i de videre forhandlinger med DF, der på sin side ønskede gang i hjemsendelser af flygtninge, når der var blevet fred i hjemlandene. Det såkaldte paradigmeskifte.

LA-ledelsen følte sig dog ikke tryk. For at sætte trumf på fik LA's finansordfører, Joachim B. Olsen, til opgave at lave en Facebook-opdatering, hvor han gjorde klart, at ”LA kun stemmer for finansloven, hvis den skatteaftale, der ligger på bordet, også falder på plads”.

Det var en fuldstændig uhørt situation, at et regeringsparti truede med ikke at stemme for regeringens egen finanslov – og fordømmelserne haglede ned over LA. Nok en gang måtte Samuelson konstatere, at han havde overspillet sine kort, og LA stemte alligevel for finansloven.

Efter nytår måtte en ydmyget Samuelson konstatere, at hans løfter om ”de største skattelettelser i mands minde” ikke blev til noget. Det flotte brand, Samuelson med stor dygtighed havde opbygget til sit parti, var nu fuldstændig ødelagt.

I efteråret 2018 viste meningsmålingerne en opsigtsvækkende ændring i vælgernes politiske prioriteringer. Hidtil havde klima- og miljøspørgsmål ligget på en midterposition, når man spurgte vælgerne om, hvilke emner der ville være mest afgørende for, hvor de ville sætte krydset ved det kommende folketingsvalg. Emner som sundhed og udlændinge plejede at toppe.

Men efter den steghede sommer i 2018 steg klima helt til tops. Sommeren havde for mange vælgere været en konkret illustration af et abstrakt problem, og den fik en ekstra spand kul, da den svenske pige Greta Thunberg indledte sin skolestrejke i protest mod klimaforandringer. Hun blev snart et ikon for hundredtusinder af børn og unge.

Den nye dagsorden fik ingen virkning på de sidste finanslovsforhandlinger inden valget. LA holdt undtagelsesvis en lav profil, mens DF fik gennemført et paradigmeskifte – uden at betale med skattelettelser. Ved årsskiftet til valgåret 2019 lå DF på 16-17 procent af stemmerne, og alt tydede på, at Thulesens strategi om at erobre positionen som det nye midterparti ville lykkes.

DF havde ganske vist måttet afgive et par procent til Pernille Vermunds Nye Borgerlige, der fra højre flanke gik i kødet på Thulesen for at være for blød i udlændingepolitikken. I modsætning til Thulesen ville Vermund stille ultimative krav på udlændingeområdet, hvis hun skulle støtte en borgerlig regering. Men der var grænser for, hvor meget Vermund kunne snutte fra Thulesen.

Socialdemokraterne lå også godt til, og Mette Frederiksen havde erobret de ønskede par procent af DF-vælgerne. S fik endnu et boost, da det i januar brød de seneste års trend med at hæve pensionsalderen og i stedet foreslog en ret til tidligere pension til særlig nedslidte grupper. Forslaget var meget ukonkret, men det viste sig at have en enorm klangbund.

For Lars Løkke Rasmussen så situationen håbløs ud. Venstre lå dårligere end ved katastrofevalget i 2015, og Løkkes nye sundhedsreform med nedlæggelse af regionerne blev aldrig et hit, men tværtimod en kilde til intern strid i Venstre.

7. maj udskrev Løkke omsider valget. Det blev en maratonvalgkamp på fire uger – med et europaparlamentsvalg midt inde i valgkampen. Igen havde taktikeren Løkke set rigtigt:

Det kaos, der omgav Brexit, gavnede Venstre og skadede Dansk Folkeparti i valget til Europa-Parlamentet. Venstre havde en stærk kandidatliste til europaparlamentsvalget, hvor der med den EU-begejstrede Morten Løkkegaard og skeptikeren Søren Gade var noget for enhver smag. Venstre vandt to mandater og blev ligefrem større end Socialdemokratiet, mens DF mistede tre af sine fire mandater. Dermed havde Venstre pludselig et godt oplæg til folketingsvalget ti dage senere.

Også Radikale og SF gik overbevisende frem ved EP-valget, ikke mindst fordi klima spillede en afgørende rolle her. Dagbladet Politiken havde toppet den ved at invitere Greta Thunberg til Danmark som taler ved en klimamarch dagen før EP-valget. Så vælgerne ligesom havde klima i frisk erindring, når de stod i stemmeboksen. I løbet af få måneder var Dansk Folkeparti derimod kommet i enorme problemer. Partiet gik skævt af

klimadagsordenen, og det gjorde det ikke ligefrem bedre, at Pia Kjærsgaard i frustration over nederlaget ved EP-valget talte om ”klimatosser”.

Men det værste for DF var, at partiets trumfkort gennem mere end 20 år – udlændingepolitikken – blev umuligt at spille i valgkampen. For på grund af et hul i valgloven var det lykkedes YouTube-fænomenet Rasmus Paludan og hans parti, Stram Kurs, at blive opstillet til Folketinget.

Paludans ekstremistiske forslag om deportation af muslimer var en foræring til den bløde side i udlændingebatten, og den radikale leder, Morten Østergaard, brugte da også målbevidst Paludan til at miskreditere en stram udlændingepolitik. For Thulesen var det derimod en katastrofe med en kandidat, der nærmest var en parodi på en stram udlændingepolitik.

Den helt store overraskelse i selve valgkampen stod statsminister Lars Løkke Rasmussen for. 16. maj – på et tidspunkt hvor meningsmålingerne var håbløse for Venstre – udkom Løkke med bogen ‘Befrielsen øjeblik’. Her slog Løkke pludselig til lyd for en regering mellem Venstre og Socialdemokratiet.

Det var en decideret bombe i valgkampen. En bombe for de borgerlige regeringspartnere, Konservative og Liberal Alliance, der med et måtte se sig kasseret til fordel for et frieri til Mette Frederiksen. Og det var ikke mindst en bombe for Løkkes egne partifæller, herunder den anden halvdel af det fiktive formandskab, næstformand Kristian Jensen.

Løkkes argumentation for en SV-regering var, at yderfløjene skulle holdes uden for indflydelse, et argument, der havde særlig klangbund efter Paludans indtræden i valgkampen.

Men som det siden kom frem, havde Venstres reklamebureau målt systematisk på, hvordan en SV-melding ville blive modtaget. Man havde målt sig frem til et vælgersegment på omkring otte procent, der lå mellem Venstre og Socialdemokratiet, vælgere, der næsten alle var positive over for en SV-regering. Det var den egentlige baggrund for meldingen.

Mette Frederiksen afviste helt som ventet et tilbud fra en mand, der var håbløst bagud, og det gav Løkke mulighed for at sige, at han havde åbnet en dør på klem, men at den var blevet smækket i hovedet på ham.

På Christiansborg blev Løkkes dristige træk mere set som et udslag af kynisme end idealisme, men SV-forslaget fik præcis den virkning blandt vælgerne, Løkke havde regnet med. Venstre steg fra elendige 18-19 procent til et valgresultat på 23,4 procent, mens socialdemokraterne med 25,9 procent landede under det forventede resultat.

Venstres gevinst ændrede ikke på, at blå blok som sådan tabte stort. Ganske vist fik Konservative en smuk fremgang efter mange års ydmygelser, men Liberal Alliance nærmede sig udslettelsen med kun 2,3 procent. Anders Samuelsen måtte tilmed lide den tort ikke at blive genvalgt. En forsinket straf fra vælgerne for det dilettantiske forløb med ultimative krav.

Pernille Vermunds Nye Borgerlige sneg sig lige ind med 2,4 procent af stemmerne, mens Rasmus Paludan, der var blevet blæst helt ud af proportioner i valgkampen, ikke engang kom ind. Større var den højreekstreme trussel heller ikke.

Den største tilbagegang ramte Dansk Folkeparti, der mistede over halvdelen af sine mandater. Med kun 8,7 procent blev resultatet endnu dårligere end ved europaparlamentsvalget få dage før. En helt enestående nedtur for Kristian Thulesen Dahl, der måtte se opbakningen til sit parti halveret på få måneder. Fra noget, der lignede en strategisk genistreg, til en fuldstændig nedsmeltning.

Resultatet kom også bag på socialdemokraterne, der havde satset på at kunne samarbejde med et Dansk Folkeparti med måske 15 procent af stemmerne. Det ville give mulighed for det såkaldte AOF-flertal mellem S, DF og SF, der eksempelvis kunne bruges i forhold til arbejdsmarkeds- og socialpolitik. Det var helt væk nu.

Mette Frederiksens masterplan havde været at samarbejde med forskellige grupper af partier på forskellige områder: miljø og klima med Radikale og venstrefløjen, udlændingepolitik med de blå partier og økonomisk politik med skiftende flertal. Men valgresultatet

gjorde Mette Frederiksens manøvemuligheder mere snævre, fordi DF kunne bruges til meget mindre end beregnet.

Til gengæld havde både Radikale og SF fået fremragende valg. Morten Østergaard fik succes med sin skarpe værdipolitiske retorik, og han havde på forhånd varslet svære regeringsforhandlinger. Østergaard havde ligefrem truet med ”svenske tilstande”, hvis han ikke fik tilstrækkeligt med indrømmelser, altså at forhindre både en rød og blå regering i at komme til magten.

Radikale havde på ingen måde opgivet at presse sig med i regeringen, men det stod klart, at den indrømmelse ville Mette Frederiksen ikke give. I det hele taget gik socialdemokraterne til forhandlingerne, som om alt var gået efter planen, og efter godt tre uger kunne der dannes en socialdemokratisk mindretalsregering med støtte fra Radikale, SF og Enhedslisten.

Prisen var et ”forståelsespapir” mellem de fire partier, hvor alle støttepartierne fik nogle indrømmelser. Udlændingepolitikken var det mest tricky: Socialdemokraterne havde lovet at fastholde en stram udlændingepolitik, Radikale havde lovet at få skabt ”en ny retning for Danmark”. SF og Enhedslisten pressede på i samme retning som Radikale.

Resultatet blev en højere integrationsydelse, flere penge til børnefamilier på kontanthjælp, børnefamilierne ud af Sjølsmark, farvel til øen Lindholm som opbevaring for kriminelle asylansøgere, og at Danmark igen skulle modtage kvoteflygtninge. Det var indrømmelser, S på forhånd havde lagt op til at give.

Til gengæld var det ikke efter bogen, at der også blev slået i hul i paradigmeskiftet, som socialdemokraterne ellers bakkede op om. Men her fik Radikale sat sig igennem: Der blev indført en bestemmelse om, at en flygtning kan få lov til at blive i Danmark, hvis vedkommende har haft arbejde samme sted i mindst to år – selvom der er blevet fred i hjemlandet. Det var i strid med princippet om hjemsendelse, når der blev fred i hjemlandet.

Klimapolitikken blev kittet mellem de fire partier. I forståelsespapiret blev der sat et ambitiøst mål om at nå op på 70 procents reduktion af det danske CO2-udslip i 2030. Socialdemokraterne havde ellers sat 60 procent som mål, og de 70 procent kan blive en økonomisk bekestelig øvelse.

Men klima var uden diskussion valgets tale, og uden en meget mere ambitiøs klimapolitik havde der ikke kunnet dannes en ny regering. Det var da også på det område, socialdemokraterne på forhånd var indstillet på at give de største indrømmelser, det var anderledes politisk ufarligt end i udlændingepolitikken.

Som en krølle på valget førte Lars Løkke Rasmussens taktiske finte om en SV-regering til oprør og et lederskifte i Venstre.

Dagen før Venstres sommergruppemøde i starten af august havde næstformand Kristian Jensen i et interview med Berlingske forsøgt at samle den borgerlige blok ved at tage afstand fra SV-projektet. Han kritiserede også, at Løkke ikke havde orienteret ham i tide. Det interview så flere af Venstres folketingsmedlemmer som illoyalt.

Ved sommergruppemødet blev Kristian Jensen som straf kørt igennem vridemaskinen, ikke mindst af Claus Hjort Frederiksen, der krævede næstformandens afgang. Hvorefter Kristian Jensen ligesom i 2014 blæste til tilbagetog og beklagede, at han ikke havde orienteret gruppen først. Det fik imidlertid ikke Hjort til at frafalde kravet om hans afgang.

Så havde Venstres bagland omsider fået nok af det dysfunktionelle formandskab. Der rejste sig krav om både Løkkes og Jensens afgang, så man kunne starte på en frisk. Jakob Ellemann-Jensen blev bragt i spil som ny formand, men Ellemann spillede defensivt og bakkede formelt op om ledelsen.

Uroen blev snart så stor, at der måtte findes en afklaring inden Venstres ordinære landsmøde i november. Løkke tog offensiven ved at gøre et forslag om at fremskynde landsmødet til sit eget, og det så ud til, at han endnu en gang ud ville overleve, fordi baglandet



manglede en modkandidat. Løkke satsede på at vinde landsmødet for sig ved først at holde en overbevisende politisk tale. Men for en gang skyld havde den garvede ræv forregnet sig: Venstres forretningsudvalg var mere end træt af Løkkes kneb og besluttede, at der skulle indkaldes til et ekstraordinært landsmøde med kun et punkt på dagsordenen, valg af formand og næstformand. Dermed fik Løkke ikke mulighed for at erobre dagsordenen med en indledende tale.

Da Kristian Jensen tilbød at gå, hvis Løkke også trak sig – og siden truede med at stille op mod Løkke for at presse Ellemann frem på banen – var det slut. Løkke forlod mødet ad en bagdør og trak sig som formand. En epoke var forbi. 21. september valgtes Jakob Ellemann-Jensen som Venstres nye formand og Inger Støjberg som ny næstformand.

Valget i juni 2019 blev af nogle udlagt som en tilbagerulning af jordskælvet i 2001, det valg, DF's Søren Krarup havde beskrevet som "et systemskifte" på grund af "opgøret med eliten" og den markante stramning af udlændingepolitikken.

Men det er tvivlsomt, om den tolkning holder. Ganske vist var det forbi med Dansk Folkepartis dominerende rolle, men i den mellemliggende periode har de fleste andre partier annekteret store dele af DF's udlændingepolitik.

Den nye regering kom netop til magten på et løfte om en stram udlændingepolitik. Vel at mærke ikke bare som et taktisk stunt, men på basis af en ændret politisk analyse hos de ledende socialdemokrater. Ser man specifikt på meningsmålinger om udlændingepolitik, er der heller ikke ændret væsentligt på vælgernes holdning.

Derimod markerede 2019-valget, at klima var blevet en mindst lige så vigtig politisk faktor som udlændinge. Med interessen for klima i store dele af den unge generation har det emne potentiale til at holde sig i top mange år frem. **A**



Daværende statsminister Lars Løkke Rasmussen og S-formand Mette Frederiksen i en svingom ved duellen under Valgfolkemødet hos TV 2 på Kvægtorvet i Odense, 19. maj 2019.

Kap. 05

Samfundsudviklingen i Danmark 2000-2020

Af Lisbeth Knudsen

Rædsler, utryghed og afmagt har præget århundredets første tyve år. Men når det er sagt, er alt ikke sort i sort. Meget er også gået godt, og overordnet set bevæger verden sig i en mere fredelig og velstående retning.

Hilsen fra det 21. århundredes første femtedel

20 år inde i det 21. århundrede er vi nok stadig i tvivl, om det ender godt eller skidt. Vi synes måske allerede, at vi med dette århundredes 20 år i rigeligt omfang har set alle de rædsler, den utryghed, den afmagt og de udfordringer, som det kunne tilkomme os at opleve på alle 100 år tilsammen.

Terror og ekstremisme. Finanskrise. Migrationskrise. Øget ulighed i verden. Nye krige og konflikter. Dødelige epidemier som ebola dukker op. Frygt for teknologisk disruption, som fjerner job i tusindvis, mens nye job, der kræver andre kompetencer, kommer til verden. En biodiversitet, der er truet. Vores bevidsthed om den globale opvarmning og en forestående klimakrise er øget, og temperaturstigninger mærkbare. Og endelig er tilliden til demokratiet som styringsmodel svigtende, særligt blandt de unge generationer.

Det bliver uomgængeligt nogle af overskrifterne på de første 20 år af århundredet. Også de overskrifter, som angår den danske samfundsudvikling, for vi er ikke alene hjemme. Vi er en del af en global udvikling.

Kampen for ytringsfrihed, mod religiøs fanatisme, for tolerance og personlige frihedsideal er også blevet store emner i århundredets første femtedel. Emner, som splitter og polariserer vores samfund. Ændrede livsformer og livsvilkår, accept af nye samlivsformer og flere personlige valgmuligheder præger udviklingen. Men også større ensomhed, angst, stress og flere psykiatriske sygdomme. Den store gennemgående tendens er, at vi i stigende grad lever vores liv som singler og i enkeltpersonshusstande. Selvom vi danner par, bor vi hver for sig, og vi sætter børn i verden som enlige forældre.

Internettet demokratiserede ytringsfriheden og adgangen til viden, men har samtidig sluppet nogle kræfter løs, som vi ikke kan styre, og det er blevet det mest overvågede sted af alle. Stedet, hvor alle de fantastiske, gratis kommunikationsmuligheder betales med adgangen til vores personlige data og til at anvende dem i kommercielt øjemed. Der er sluppet kræfter løs, som forurener vores offentlige samtale og undergraver vores tillid til hinanden og den information, vi deler. Der tales om en præstationskultur og en forandringsberedthed, som kræver robuste mennesker, og det er vi ikke alle. Teknologierne er med mobilen flyttet helt ind i lommen på os og er vokset sammen med os i både arbejds-

liv og privatliv. Kunstig intelligens, selvtænkende digitale assistenter, digitale hjælpemidler med talegenkendelse, følsomme sensorer og robotter er ikke længere for science fiction-film. Det er en virkelighed, som trænger sig på med stadigt flere spørgsmål til, hvad det er for valg, vi skal træffe, når vi skal forsøge at være i menneskelig kontrol med en rivende teknologisk udvikling. Og med stadigt flere spørgsmål, der udfordrer os på, hvad der er sandt og falsk. Hvad der er realitet og fiktion.

Er der så ikke noget, der er gået godt i de første 20 år af århundredet? Jo, masser. Overordnet set bevæger verden sig i en mere fredelig og velstående retning. Siden 1990 er antallet af ekstremt fattige mere end halveret, og den globale middelklasse er tredoblet. Flere lande integreres i verdensøkonomien, og der sker betydelige fremskridt i blandt andet adgang til sundhed og uddannelse.

Der er et fald på 49 procent i børnedødelighed mellem 2000 og 2017. Knap 90 procent af verdens befolkning har nu fået adgang til elektricitet. Langt flere kvinder går i skole og får en højere uddannelse. Der er fundet vacciner til at bekæmpe flere alvorlige sygdomme. Antallet af mennesker, der mister livet i krig, konflikt og terror, faldt i 2017 for tredje år i træk. Antallet af terrorofre var 24 procent lavere i 2017 end i 2016, og antallet af dødsopfre for krig og konflikt i det hele taget faldt med 14 procent. Listen over teknologiske og videnskabelige fremskridt er alenlang.

Opbrud igen

Med slutningen af det 20. århundrede var vi ved at finde ro med Den Kolde Krigs afslutning, Murens fald og et kendt stormagtsmønster med USA som verdensleder og en international verdensorden nogenlunde sat i system med handelsaftaler og internationale forpligtelser indgået af verdenssamfundet i fællesskab.

Nu 20 år senere har vi fået en ny slags krig: *cyberwarfare*. Vi har fået et Kina med voksende international og økonomisk selvtilid og et mere aggressivt Rusland, som ikke vil overses som international magtfaktor. Et USA, der, siden Donald Trump tiltrådte i 2016, kigger indad og afstår fra sin rolle som verdensleder og international politibetjent i forhold til udbredelsen og forsvaret for menneskerettigheder og demokratiske værdier. Som trækker sig ud af Parisaftalen om klimaet, Iran-atomaftalen og skruer ned for opbakningen til FN og tilslutningen til multilaterale organer, samtidig med at der skrues op for handelskrig med Kina og konflikter med gamle allierede i Nato.

Et EU på vej til at miste Storbritannien som medlem og i indre splid om kursen og løsningerne på blandt andet migrationsspørgsmålet, den økonomiske politik, klimaindsatsen og EU's fremtidige opgaveprioritering, og et Afrika med et stigende befolkningspres og pres for skabelse af millioner af job og fremtidshåb for de nye generationer.

Mellemøsten har som altid en historie for sig. Fra Arabisk Forår i 2010, som meget hurtigt er blevet til Arabisk Efterår eller Vinter. Oprøret førte til regimeskifte i Tunesien, Libyen, Egypten og Yemen og udløste en blodig borgerkrig i Syrien. Og sidst, men ikke mindst, har oprøret medført en opblomstring af ekstreme islamistiske organisationer som den efterhånden berygtede Islamisk Stat.

De første 20 år af det 21. århundrede er blevet kaldt frygtens år. Fordi terroren har spillet en så fremtrædende rolle over hele verden. Over hele kloden og også i Danmark er der kommet en skærpet lovgivning med mere overvågning, flere sikkerhedsforanstaltninger og fremtrædende politikere eller særligt udsatte personer må omgive sig med konstante sikkerhedsvagter. Vores lufthavne og andre centrale steder har fået sikkerhedssluser og mere kontrol. Store amerikanske techgiganter har overtaget kontrollen med en væsentlig del af det offentlige rum og håndteringen af vores data, når vi benytter internettet som kommunikationskanal. Det føler mange i stigende omfang utryghed ved.

De store konflikter på 20 år

→ 2008 – Sygeplejerskekonflikten

Sygeplejersker, pædagoger og sosu-assistenter strejkede i løbet af foråret for 15 procent mere i løn. Samtidig ønskede sygeplejerskerne at sætte fokus på deres arbejdsforhold.

Det var Anders Fogh Rasmussen (V), der var statsminister, og der var hyppige rygter om et regeringsindgreb. Men det kom ikke, og sygeplejerskerne endte derfor med at strejke i næsten to måneder. Konflikten fik en ende, da fagforeningerne Fag og Arbejde (FOA), Sundhedskartellet og Børne- og Ungdomspædagogernes Landsforbund (BUPL) accepterede mindre lønstigninger af arbejdsgiverne – staten, Kommunernes Landsforening og Danske Regioner – end de havde krævet i første omgang. FOA gik med til 13,4 procent. BUPL accepterede 12,8 procent samt bedre forhold på løntrin og øget tillæg for overarbejde, mens Sundhedskartellet til slut accepterede 13,3 procent mere i løn over tre år.

Politisk systemskifte og værdikamp

Den danske del af fortællingen om det 21. århundredes barndom og tid som teenager rummer et politisk systemskifte i 2001 og et borgerligt styret Danmark i 14 ud af de efterfølgende 18 år frem til i 2019. Et styre, der i perioder både har siddet ganske stabilt og været dagsordensættende med Dansk Folkeparti som fast alliancepartner.

En stram udlændingepolitik og en moderat velfærdsdagsorden velegnet til at vinde kampen om de eftertragtede midtervælgere har været redskabet til magten i disse år. Men den metode ser ikke ud til at virke længere efter valget 5. juni 2019, fordi alle er nu enige om, at vi skal have en stram udlændingepolitik.

Et nyt systemskifte tilbage til en socialdemokratisk ledet regering er sket. Hvor længe det magtskifte holder ind i 2020'erne, må nu vise sig. Var perioden med Helle Thorning-Schmidt-regeringen fra 2001 til 2015 ikke noget systemskifte? Nej, for den daværende først SRSF-regering og senere SR-regering videreførte i stor udstrækning den borgerlige regerings økonomiske politik og andet arvegods. Anderledes ser det ud med den nye socialdemokratiske Mette Frederiksen-regering, som med støttepartierne R, SF og Enhedslisten har bebudet en ny politisk retning og et politisk kursskifte.

Store politiske aftaler er blevet til i løbet af århundredets første 20 år. Blandt de meget markante er velfærdsforliget fra 2006 om principperne for fastlæggelsen af danskernes tilbagetrækningsalder fra arbejdsmarkedet i takt med den stigende levealder. En anden og markant reform var kommunalreformen fra 2007, som fastlagde den nuværende struktur med 98 kommuner og fem regioner. Læg dertil et meget stort antal flerårige aftaler som forsvarsforlig, politiforlig, forlig om bankpakkerne og meget andet. Trods den kendsgerning, at vi har et Folketing med et stort antal partier, så vedtages lovgivning i Danmark oftest med brede flertal, og over 100 forlig og politiske aftaler styrer i realiteten meget af den politiske dagsorden på trods af valg og regeringsskifter.

Ni punktnedslag i de første 20 år

I det følgende omtales ni nedslagspunkter i vores historie fra 2000 til 2020. Punkterne er netop nedslagspunkter og ikke udtømmende for alle temaer og områder, som har sat deres præg på den danske samfundsudvikling i de 20 år.

1. Fra et systemskifte til et andet

Foreløbig seks folketingsvalg, fire kommunal- og regionsrådsvalg, fire europaparlamentsvalg og fire folkeafstemninger er det blevet til i Danmark i det 21. århundrede. Demokratiets fundamentale institutioner fungerer med prisværdig stor og engageret folkelig styrke i Danmark, samtidig med at danskerne ifølge meningsmålingerne mere og mere har mistet tilliden til vores politikere og embedsmænd, ligesom tilliden er faldende i forhold til de journalister, der dækker, hvad politikerne og embedsmændene udretter i folkets tjeneste.

Siden jordskredsvalget i 1973 har Danmark været præget af valg med mange og mange små partier opstillet. I det 20. århundrede skete afskalningen mest på venstrefløjen. I det 21. århundrede er det mest sket på højrefløjen. I en lang årrække i dette århundrede kunne Dansk Folkeparti overtage den traditionelle rolle i dansk politik som kongemager og det parti, der sikrede fundamentet for en regering. Ikke underligt, at den seneste valgkamp i 2019 kom til at være et brag af et opgør mellem netop Det Radikale Venstre og Dansk Folkeparti, og efter valget 5. juni 2019 er det så igen De Radikale, der har rollen som kongemager i forhold til den socialdemokratiske mindretalsregering. På højrefløjen blev det midtsøgende borgerlige parti Ny Alliance dannet som et udbrud fra De Radikale og De Konservative i 2007. Det blev omdannet til Liberal Alliance i 2008 og et mere rendyrket liberalt parti. Siden er Nye Borgerlige og partiet Stram Kurs kommet til på den yderste højrefløj, mens Dansk Folkeparti rykkede sig ind mod midten og efterlod en plads på højre flanke.

Udlændingspørgsmålet har afgjort de fleste valg i det 21. århundrede indtil nu. Sundhedsområdet og velfærden har klassisk været nummer to og tre på danskernes prioriteringsliste. Måske med valget i 2019 som en undtagelse, hvor klimaet til nogens overraskelse indtog en førsteplads foran udlændinge og velfærdsløfterne.

Hvis man kigger langsigtet på udviklingen i resultaterne af folketingsvalgene i starten af det 21. århundrede i 2001 og det seneste valg i 2019, så er det mest markante skredet af stemmer og mandater fra de to store partier, Socialdemokratiet og Venstre, til fordel for de øvrige gamle partier og de nye partier. I 2001 fik de to store partier tilsammen 108 mandater. I 2019 fik de tilsammen 91 mandater. De to magtbærende partier er således udfordret.

De øvrige gamle partier – Det Konservative Folkeparti, SF, Det Radikale Venstre – fik i 2001 37 mandater mod en fremgang nu ved seneste valg til 42 mandater. Gruppen af nyere partier med Enhedslisten, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance, Kristendemokraterne, Alternativet og Nye Borgerlige var på 26 mandater i 2001, hvor Liberal Alliance og Nye Borgerlige ikke eksisterede. Ved det seneste valg fik den samme gruppe af partier uden Kristendemokraterne, som ikke kom ind, 36 mandater.

Ved de fire EP-valg er der sket lidt af det samme. Socialdemokratiet og Venstre havde tilsammen otte mandater ved det første EP-valg i dette århundrede i 2004. I 2019 blev det til syv mandater. De øvrige gamle partier, Konservative, SF og Radikale, er gået frem fra tre mandater i 2004 til fem mandater i 2019. Mest markant er det, at både JuniBevægelsen og Folkebevægelsen mod EU er blevet udraderet i Europa-Parlamentet, mens Enhedslisten stillede op for første gang i 2019 og blev repræsenteret.

Folkeafstemninger har altid været svære at vinde i Danmark. To ud af de fire, som er blevet afholdt i dette århundrede, endte med danskernes nej. Det gælder afstemningen om deltagelse i euroen i år 2000, som 53,2 procent sagde nej til, og 46,8 procent sagde ja til. I 2007 gjaldt det en ændring af tronfølgeoven, så den førstefødte af kronprins Frederik og kronprinsesse Marys børn uanset køn ville blive tronfølger. Det sagde 85,4 procent af danskerne ja til, mens 14,6 procent sagde nej. Det blev også et stort ja i 2014 til, at Danmark kunne tiltræde en fælles europæisk patentdomstol med 62,5 procent ja og 37,5 procent nej. Men i 2015 blev det igen et nej til at erstatte det danske retsforbehold med en såkaldt tilvalgsordning. 53,1 procent af danskerne sagde nej, og 46,9 procent sagde ja.

2. Velfærdssamfundet nøglen til danskernes hjerte

Velfærdssamfundet er over tid det mest centrale omdrejningspunkt i dansk politik, og i de seneste 20 år er danskernes forkærlighed for en tryk velfærdsstat ikke blevet mindre. Tidligere statsminister Anders Fogh Rasmussen (V) erkendte, at han ikke kunne vinde systemskiftet i 2001 uden at dreje sit parti ind mod midten og respektere, at danskerne ikke var til minimalstat og nedskæringer på den offentlige sektor, samtidig med at de var for en stram udlændingepolitik.

På samme måde som Mette Frederiksen paradoksalt nok måtte erkende, at vejen tilbage til magten for en længere periode for hendes parti og et nyt systemskifte i 2019 ville være at dreje partiet ind mod en stram udlændingepolitik. Den magiske gruppe af midtervælgere, som skal vindes for at vinde et valg i Danmark, vil have begge dele. Både solide velfærdsløfter og en stram udlændingepolitik.

Et kig ned i skiftende regeringsgrundlag og forståelsespapirer viser en næsten sammenfaldende retorik, uanset om statsministeren er Venstremand eller socialdemokrat.

”Danskerne forventer med rette, at de offentlige velfærdstilbud er i verdensklasse,” sagde Lars Løkke Rasmussen. Og her kommer citatet om velfærdsindsatsen fra juni 2019 fra det såkaldte forståelsespapir mellem Socialdemokratiet, Radikale, SF og Enhedslisten, som danner grundlag for den nuværende regering:

→ 2018 – En løsning for næsten alle

Lønramme, spisepause og arbejdstid var de emner, der forenede Forhandlingsfællesskabet af lønmodtagerorganisationer i staten, regionerne og kommunerne, der ved overenskomstforhandlingerne i 2018 var lige ved at havne i en stor-konflikt. Der var afsendt både strejke- og lockoutvarsler, der var omfattende nok til at sætte Danmark i stå, hvis ikke der i sidste øjeblik var klippet hul på den fastlåste forhandlingssituation med et forlig på det regionale område. Herefter landede også kommuner og staten overenskomstforlig, og det betændte spørgsmål om lærernes arbejdstid og afløseren for det statslige indgreb fra 2013 blev parkeret i et udredningsarbejde mellem KL og lærerne til næste overenskomstforhandling i 2021. Ved OK-forhandlingerne 2018 lykkedes det lønmodtagerne under sloganet ”En løsning for alle” at skabe en ganske betydelig faglig mobilisering ved at koordinere krav og demonstrationer lige til det sidste, hvor LO-forbundene valgte at slå til for at få rimelige lønstigninger, mens lærerne ikke kom hjem med deres hovedkrav på arbejdstiden.

Infrastruktur 2000-2020

→ 1. juli 2000:

Øresundsforbindelsen

Forbindelsen over Øresund bliver indviet. Der er tale om en fast kombineret bro- og tunnelforbindelse mellem Danmark og Sverige (Amager og Skåne). Forbindelsen består af Øresundstunnelen mellem Amager (ved Kastrup syd for København) og den kunstige ø Peberholm (syd for Saltholm) samt Øresundsbroen. Forbindelsen består af en motorvej og et dobbelt jernbanespor. Forbindelsens længde er 15,9 kilometer.

→ 19. oktober 2002-2019:

Den Københavnske Metro

Metroens første etape fra Nørreport til Lergravsparken og Vestamager stationer blev indviet 19. oktober 2002. Etape 2A fra Nørreport til Frederiksberg blev indviet 29. maj 2003.

Det sidste stykke til Vanløse (etape 2B) åbnede 12. oktober 2003. Dog blev Flintholm Station først indviet 24. januar 2004). Fra Lergravsparken er banen forlænget til Københavns Lufthavn i Kastrup (etape 3), der åbnede 28. september 2007. Metroens fjerde etape er i øjeblikket under anlæg og forventes at åbne i 2019.

→ 21. december 2017-2019: Aarhus Letbane

Aarhus Letbane er et letbanesystem i Aarhus og de omkringliggende kommuner. Den første del mellem Aarhus H og Universitetshospitalet i Skejby (en del af linje 2) blev taget i brug 21. december 2017. De næste strækninger i form af →

”Velfærdssamfundet har gjort Danmark til et af verdens rigeste og mest retfærdige lande.”

Det demografiske træk er nu blevet det afgørende i den aktuelle debat om velfærdsudviklingen i Danmark. Det handler om finansieringen af og løsningen på det stigende antal børn og ældre i de kommende år, et stigende antal demente, kronikere og folk med svære lungesygdomme som KOL og det stigende antal børn og unge, der får psykiatriske diagnoser.

Det øger alt sammen presset på et sundheds- og velfærdssystem, som i forvejen er presset af mangel på penge og personale. Samtidig stiger forventninger i befolkningen til serviceniveauet, fremgår det tydeligt af den offentlige debat. Kampen om velfærd og anvendelsen af det såkaldte økonomiske råderum kommer efter alt at dømmes til at indtage en førende plads på samfundets dagsorden også i de kommende årtier af det 21. århundrede.

3. *New public management på aftægt*

I Danmark introducerede Poul Schlüters regering helt tilbage i 1983 indførelsen af nye økonomistyrings-, regnskabs- og budgetstyringsystemer i ’Moderniseringsprogrammet 1983’. Alt sammen med det formål at effektivisere og modernisere den offentlige sektor. Nyrup-regeringen præsenterede i 1993 ’Nyt syn på den offentlige sektor’. Fogh-regeringen relancerede begrebet i 2002 med ’Moderniseringsprogrammet: Med borgeren ved roret’ og fortsatte med ’Kvalitetsreformen’ i 2006. Løkke-regeringen udnævnte en innovationsminister, Sophie Løhde, som skulle skubbe på fornyelsen af den offentlige sektor med ledelseskommision, regelsanering og effektmåling.

New public management (NPM) blev første gang lanceret af den engelske forsker Christopher Hood i 1991. New public management er gennem de senere årtier blevet et skældsord og en syndebuk for alt ondt, der sker med den offentlige sektor. Til dets forsvar taler et fokus på effektivisering og målbarhed. Kritikken går på, at new public management opstiller alt for mange kontrol- og målesystemer, som de offentligt ansatte skal bruge tid på i stedet for at bruge tid på borgerne. At mange af målepunkterne måler aktiviteten, men ikke effekten af den, og dermed ikke giver merværdi for den offentlige service og slet ikke for at finde tværgående, helhedsorienterede løsninger i stedet for suboptimering i de offentlige siloorganisationer. Og meget tyder på, at systemskiftet på regeringsbænkene her i 2019 også vil blive et skifte i offentlig ledelsesprioritering.

Statsminister Mette Frederiksen sagde det præcist i sin 1. maj-tale i 2019:

“Overenskomstforhandlingerne i år (2018) har handlet om meget andet end det, der ligger på bordet. Det, der skulle have været lykkede forhandlinger mellem de offentlige arbejdsgivere og de offentligt ansatte, blev til et drama, hvor frustrationer over nedskæringer, modstand mod effektiviseringer og hård økonomistyring tilsyneladende skabte en stærk front for de offentligt ansatte. Endelig fik de chancen for at stå sammen imod teknokratiet.”

“De vandt sympatien, og de vandt opinionen, som om det var de udbyttedes kamp mod deres profiterorienterede udbyttere. Men de offentlige overenskomster er objektivt set noget andet: Det er en forhandling mellem dem, der forvalter fællesskabets økonomi, og dem, der ansættes i de fælles institutioner. I Socialdemokratiet er vi klar til at tage et opgør med den åndsforladte styring af den offentlige sektor. New public management, evige effektiviseringer, lovgivning og lovgivning og lovgivning og bureaukrati og bureaukrati og bureaukrati,” sagde hun.

Socialdemokratiets formand lovede en “fingrene-væk-reform af den offentlige sektor” og varslede et opgør med Moderniseringsstyrelsen. Det er så effektueret med den nye regering, hvor en række af styrelsens opgaver er flyttet fra Finansministeriet til Skatteministeriet, og Innovationsministeriet blev lagt i mølpose. Nu forestår en meget spæn-

dende proces for, hvordan den socialdemokratiske regering vil levere på alle løfterne om at skrotte new public management, slippe medarbejderne i den offentlige sektor fri for ulidelige målediktaturer, øge decentraliseringen og styrke ressourcerne i kommunerne til mere borgervendt service. Får new public management blot en ny formel, eller kommer der en erstatning med nye målemetoder, nye ledelsesstrategier og nye samarbejdsformer? De næste år vil vise, om den offentlige sektor får en helt ny styringsmodel.

4. *Arbejdsvilkår og pensionsalder*

De første 20 år af det 21. århundrede har ikke alene forandret arbejdspladserne særligt i den industrielle sektor, men også flyttet fokus i overenskomstforhandlingerne og ændret selve spillepladen for arbejdsmarkedets parter.

Mens der på arbejdsgiversiden fortsat kæmpes om medlemsorganiseringen i store magtfulde interesseorganisationer som Dansk Industri, Dansk Erhverv og Dansk Byggeri med Dansk Arbejdsgiverforening som koordinerende overenskomstpart på den private side og Moderniseringsstyrelsen på det offentlige område, så skrev fagbevægelsen historie i 2019 med etableringen af én fælles hovedorganisation. LO’s brud med Socialdemokratiet i 2003 åbnede for tilnærmelser til det partipolitisk uafhængige FTF. Akademikerne blev også inviteret, men meldte hus forbi.

LO er klart størst med sine godt 800.000 medlemmer fordelt hos medlemsforbundene. FTF-organisationerne har knap 350.000 medlemmer. Men det er LO, der kæmper med faldende medlemstal. Antallet af medlemmer i FTF-organisationerne har været stabilt i de senere år. De kommende år vil vise, om det nye fænomen – Lønmodtagernes Hovedorganisation – formår at få øget sin indflydelse i kraft af en større medlemstyrke.

Adskillige af overenskomstfornyelserne både på det private og det offentlige arbejdsmarked i det 21. århundredes første 20 år har været såkaldt vedligeholdelsesoverenskomster. Det vil sige med små eller lidt større justeringer af eksisterende aftaler og ordninger om løn og pension i en kendt overenskomststruktur. Af større spring og ændringer kan nævnes længere ferie, forbedret barsel, bedre fratrædelsesregler, seniorordninger, mere fokus på betalt efteruddannelse og kompetenceudvikling med etableringen af kompetencefonde og på social dumping.

Mens den seneste konflikt på det private arbejdsmarked ligger 20 år tilbage, da forhandlingerne i 1998 endte i storkonflikt, så har det offentlige arbejdsmarked i det 21. århundrede været præget af mere uro. Hvis der skal findes en årsag til det, må man se på, at der er et mindre jævnydydigt styrkeforhold mellem arbejdsgivere og lønmodtagere i den offentlige sektor. De offentlige arbejdsgivere er både arbejdsgivere og lovgivere, der sidder med magten til at gribe ind i en konflikt. Og modsat de private arbejdsgivere bliver offentlige arbejdsgivere ikke ramt på pengepungen af en strejke.

På det offentlige område kom særligt lovindgrebet i lærernes overenskomst i 2013 til at trække dybe spor. Både i forhold til sammenholdet blandt de offentlige lønmodtagere, men også i forhold til OK-forhandlingerne i 2018, der var meget tæt på at ende i en storkonflikt. Løsningen kom i hus i 11. time før en storkonflikt, og kun ved at lærernes arbejdstid endnu en gang blev parkeret. Denne gang i en kommission, der skal finde en løsning til forhandlingerne i 2021.

Tilbagetrækningsalder vil i de kommende år blive det næste store tema både på Christiansborg og hos de faglige organisationer, når det gælder fremtidige arbejdsvilkår. Statsminister Mette Frederiksen har gjort det til en hovedopgave for sin regering at skabe en ret til tidlig tilbagetrækning for nedslidte. Den tidligere regering nåede lige på falderebet at indgå en aftale med DF og De Radikale om en forbedret tilbagetrækningsmodel efter individuelt skøn.



Odderbanen mellem Aarhus og Odder og en forlængelse af den eksisterende strækning fra Universitetshospitalet til Lisbjergskolen åbnede for driften 25. august 2018. De sidste dele af første etape i form af Grenaa-banen mellem Aarhus og Grenaa og en ny strækning mellem Lisbjerg og Lystrup åbnede 30. april 2019. Den færdige letbane består af den nybyggede indre strækning fra Aarhus til Lisbjerg og Lystrup samt de tidligere jernbaner Odderbanen mellem Aarhus og Odder og Grenaa-banen mellem Aarhus og Grenaa.

→ 2028?

Femern Bælt-projektet

Femern Bælt-forbindelsen er en politisk aftalt 18 kilometer lang tunnel under Femern Bælt. Projekteringsloven blev vedtaget i foråret 2009, og anlægsloven blev vedtaget 28. april 2015.

6. februar 2019 har ledelsen i Femern A/S fået overdraget den underskrevne tyske myndighedsgodkendelse fra de tyske myndigheder i Slesvig-Holsten. Femern Bælt-tunnelen forventes at stå færdig i 2028. Til den tid vil det være verdens længste sænketunnel.

I april 2009 blev Femern A/S udpeget af transportministeren til at gennemføre forberedelser, undersøgelser og projektering af en fast forbindelse over Femern Bælt. Oprindeligt var den foretrukne løsning en skråstagsbro til både vej og jernbane, men i 2011 blev det besluttet at etablere forbindelsen som en sænketunnel. Forbindelsen vil blive en del af Fugleflugtslinjen. I dag kan man sejle over Femern Bælt med færge fra Rødbyhavn til Puttgården.

5. Værdikrig, symbolpolitik og migrantkrise

Med systemskiftet i 2001 indledte statsminister Anders Fogh Rasmussen en værdikamp. Han ville ændre den danske folkesjæl, så det 21. århundredes Danmark kunne blive borgerligt. Om han lykkedes med projektet, er der allerede udgivet tykke bøger om, og debatten om konklusionerne har raset blandt projektets nøglepersoner i den borgerlige blok. Men i hvert fald dekreterede Fogh en ny kontraktspolitik, hvor vælgerne skulle kunne hakke af punkt for punkt, om de politiske løfter blev gennemført. Han ville genoprette tilliden til det politiske system og politikerne, som allerede dengang i starten af det 21. århundrede var på deroute.

Fogh indførte et skattestop, gik til angreb på smagsdommere, ekspertvælde, rådgivende nævn og udvalg og bureaukratiske regler. Han ville styrke borgernes frihed og bryde med en berøringsangst over for at stille krav til folk, der lever af offentlige ydelser.

Han fastholdt en stor velfærdsstat og omdefinerede udlændingepolitikken med støtte fra Dansk Folkeparti. Han stod op for ytringsfriheden, da Danmark gennemlevede sin største udenrigspolitiske krise siden Anden Verdenskrig, Muhammedkrisen.

Lars Løkke Rasmussen ser ikke sig selv på samme måde som liberal værdikriger, da han bliver statsminister, og Anders Fogh Rasmussen overtager posten som generalsekretær for Nato. Løkke erstatter hele værdikampsprojektet med et mindre abstrakt velfærdsprojekt og en meget konkret målsætning om, at vækst, uddannelse og job er midlet til at løse problemerne med ghettoerne, integrationen og sociale mønsterbrud. Hans fokus er på at udvikle og reformere velfærdsmodellen, skabe resultater, ikke mindst på sundhedsområdet, på uddannelsesområdet og på erhvervsområdet.

Alligevel bliver det i netop Løkkes tid, at hans regeringer med Dansk Folkepartis støtte får gennemført en række både markante og symbolpolitiske stramninger af udlændingepolitikken, værdipolitiske ændringer af mediepolitikken med en kraftig beskæring af DR og værdipolitiske ændringer af uddannelsespolitikken i både folkeskole, gymnasier og erhvervsskoler.

Da migranterne pludselig strømmede ind over de danske grænser i Rødby, Padborg og København 9. september 2015, og der gik hul på Europa, som Løkke yndede at sige, så blev Løkke Rasmussen tvunget til at tackle udlændinge- og integrationsopgaven på en ny og mere håndfast måde. Vi blev taget på sengen som en nation i vildrede og splittelse. Migranterne ville helst til Sverige og var for de flestes vedkommende på gennemrejse. Men på det tidspunkt kunne ingen se en ende på, hvor mange unge mænd fra Afrika der havde kurs mod det forjættede land i Europa og mod Danmark.

Det blev til gennemførelse af 114 stramninger på udlændingeområdet i Løkkes regeringsperiode. Gennemførelse af ghettoplanen, beskæring af ydelserne til asylsøgere og øget krav om selvforsørgelse, et månedligt loft over antallet af familiesammenføringer, stop for antallet af kvoteflygtninge, striden om børnene på Udrejsescenter Sjælsmark og planerne om ibrugtagning af øen Lindholm i Stege Bugt til forvaring af kriminelle udviste er alt sammen konkret politik, som man kan være enig eller uenig i. Et flertal af Folketinget har været enig i stramningerne. Inklusive Socialdemokratiet for langt størstedelen.

Symbolpolitikken handler om at bestemme, hvilken beklædning det er tilladt at gå med. Det handler om smykkebogen, der skulle konfiskere smykker over en vis værdi fra asylsøgerne med henblik på at finansiere deres ophold. Om det tvungne håndtryk ved udleveringen af statsborgerbreve. Om indgreb over for radikale imams ytringer. Om kønsopdelt svømmeundervisning, frikadellerne i børnehaverne og juletraditioner i folkeskolen.

6. Fra finanskrise og bankkrise til hvidvask

24. august 2008 ramte en stor nyhed i Danmark offentligheden. Nationalbanken meddelte, at den sammen med Det Private Beredskab overtog, hvad der på det tidspunkt var landets

tiendestørste pengeinstitut, Roskilde Bank. Banken var blevet insolvent efter at have lidt omfattende tab på specielt det danske marked for ejendomsprojekter, og det var ikke lykkedes at finde en køber til den kriseramte bank. Dermed var den internationale finanskrise kommet til Danmark.

I de følgende år gennemlevede Danmark en decideret finanskrise, der satte spor i dansk økonomi flere år efter. De gode konjunkturer i dansk økonomi var allerede begyndt at løje af, inden den finansielle krise satte ind. Og da først arbejdsløsheden begyndte at stige, og værdien af folks formuer – herunder værdien af deres boliger – faldt, holdt pessimismen sit indtog i de danske husholdninger og hos virksomhederne. Bankerne fik sværere ved at holde hånden under de virksomheder og private kunder, som blev presset på økonomien.

Bankerne blev usikre på hinandens betalingsevne, og deres indbyrdes lån af penge frøs til, også i forhold til danske banker. For at minimere skaderne greb staten ind og hjalp med at redde de nødlidende banker, der kunne reddes, og i det hele taget skabe ro om den finansielle sektor.

I årene op til finanskrisen var Danmark præget af høj økonomisk vækst og stor optimisme. Optimismen steg i takt med ejendomspriserne og fremgangen på arbejdsmarkedet. Der var fuldt blus på lån til forbrug og investeringer med afsæt i værdistigninger, som viste sig tvivlsomme. De gode tider på boligmarkedet førte til stor låneefterspørgsel. Bankernes udlån steg kraftigt. Mange banker opbyggede i årene op til krisen betydelige indlånsunderskud. Alt i alt steg bankernes risici markant i disse år.

Finanskrisen startede i USA på det såkaldte subprime-lånemarked. Det kulminerede med krakket i USA's fjerdestørste investeringsbank, Lehman Brothers, 15. september 2008, blot 20 dage efter at Roskilde Bank var gået ned.

Hverken i pengeinstitutterne, hos myndighederne eller blandt politikerne var der tilstrækkelig opmærksomhed på de risici, der blev opbygget i den danske finansielle sektor i årene forud. Selvom Nationalbanken påpegede risiciene i den høje udlånsvækst, så vurderede Nationalbanken helt frem til sommeren 2008, at den danske finanssektor var robust. Men da krisen ramte, og finansmarkederne frøs til, lukkede tilstrømningen af penge fra udlandet også til. De danske pengeinstitutters udenlandske forpligtelser kunne nu ikke længere finansieres med korte lån i pengemarkedet, som man hidtil havde benyttet.

Tilliden til bankerne fra de internationale kreditorer havde ramt et nulpunkt, og den blev først delvist genoprettet for de danske banker med den statslige garanti fra 'Bankpakke 1' i oktober 2008, der både lagde et sikkerhedsnet under de private kunders opsparing og dækkede udenlandske kreditorers lån og indskud.

De pengeinstitutter, der kom i de alvorligste problemer, blev overtaget og afviklet i det statslige afviklingsselskab, Finansiell Stabilitet. Andre banker valgte af egen drift at fusionere for at stå stærkere over for krisens udfordringer. 62 pengeinstitutter forsvandt i Danmark i perioden 2008 til august 2013. Efter 'Bankpakke 1' kom yderligere fem bankpakker, der med forskellige initiativer skulle modvirke krisen og gøre den finansielle sektor mere robust.

Finanskrisen kom til at påvirke Danmarks økonomi ganske hårdt. Den økonomiske aktivitet i Danmark faldt kraftigt i forbindelse med finanskrisen. Fra årsskiftet 2007/2008 og frem til 2009 faldt BNP med knap syv procent. Det har taget lang tid at få økonomien genoprettet – også sammenlignet med andre lande. Det er tidligere blevet estimeret af formanden for det ekspertudvalg, som kulegravede finanskrisen i Danmark, Jesper Rangvid, at det samlede BNP-tab for finanskrisen i Danmark løb op i 200 milliarder kroner.

Finanssektoren kom igennem krisen, men ikke uden betydelige skrammer. Reguleringen af banksektoren er strammet til, og den offentlige kontrol og tilsyn skærpet. Med dermed hører sektorens problemer ikke op. Ud af skabet er nu de seneste år kommet kæmpestore tillidssvigt og forretningsetiske problemer med hvidvasksager, hjælp til skat-

13,7 procent af befolkningen har anden oprindelse

1. januar 2019 var der i alt 793.601 indvandrere og efterkommere i Danmark, hvilket svarer til 13,7 procent af den samlede befolkning. 506.570 har oprindelse i ikkevestlige lande. Omkring 6 ud af 10 af alle indvandrere og efterkommere med ikkevestlig oprindelse har oprindelse i 10 lande. Personer med tyrkisk oprindelse udgør den største gruppe af indvandrere og efterkommere i Danmark. 63.819 tilhører denne gruppe. De tre næststørste grupper udgøres af personer, som stammer fra Syrien (42.467), Irak (33.089) og Libanon (27.076).

Indvandrere og efterkommeres andel af den samlede befolkning er steget med 10,7 procentpoint siden 1980, fra 3 procent i 1980 til 13,7 procent i 2019.

Indvandrere og efterkommere med ikkevestlig oprindelse har haft den største stigning siden 1980. Andelen af indvandrere og efterkommere med ikkevestlig baggrund er steget fra 1 procent af hele befolkningen i 1980 til 8,7 procent i 2019.

tespekulanter med at flytte formuer i skattely og dårlig rådgivning af kunderne med investeringskonti. Finanssektoren har stadig meget at indhente på renommeet og tilliden i befolkningen og hos politikerne, der stod bi med bankpakker, da hele sektoren vaklede.

Danske Bank kan have overtrådt hvidvasklovgivningen ved ikke have tilstrækkeligt styr på 15.000 udenlandske kunder og pengestrømme for 1.500 milliarder kroner i bankens filial i Estland i årene 2007 til 2015. Banken risikerer en eller flere milliardbøder. Ledelse og bestyrelse har siddet på udskiftningsbænken, og nye topfolk er sat ind. Bagmandspolitiet har sigtet ti tidligere chefer i banken, og sagerne ruller både i Danmark og i udlandet.

Også den anden store bank i Danmark, Nordea, kæmper med sit image efter afsløringen af mistænkelige pengeoverførsler for flere milliarder kroner til og fra danske Nordea-konti. I 2016 politianmeldte Finanstilsynet Nordea for omfattende brud på hvidvaskreglerne. Nordeas Vesterport-filial havde været en central komponent i omfattende pengestrømme, der sendte penge ud af og ind i skattely-selskaber. Angiveligt var Nordea en del af et større netværk af banker, hvorigennem der i perioden 2006-2013 strømmede mere end 30 milliarder kroner. Over fem milliarder kroner skulle ifølge afdækningen være strømmet gennem Nordea.

7. Kampen om ytringsfriheden: Muhammedkrise

Kampen for ytringsfriheden og diskussionen om gradbøjning eller ej af denne i vores danske øjne helt fundamentale rettighed har stået centralt i den offentlige debat i 15 af de 20 første år af dette århundrede. At ytringsfriheden er en ret, der skal forvaltes med omtanke, og ikke en pligt til at sige alting – også det, der kan fornærme og såre andre – viste sig i begyndelsen af århundredet at kunne tænde en global steppebrand på basis af 12 tegninger i en dansk avis. Kampen om ytringsfriheden kom i århundredets første år til at koste menneskeliv, til at skærpe kulturelle og religiøse forskelligheder og sammenstød mellem nationer og til at udfordre forventningen om, at vestlige frihedsideal og værdier var på fremmarch efter Sovjetunionens sammenbrud og Murens fald.

For altid vil den danske Muhammedkrise fra 2005, de efterfølgende terrortrusler og den ti år senere massakre på det franske satiremagasin Charlie Hebdos redaktion sætte den vestlige debat om ytringsfrihed i et helt særligt perspektiv.

Da krisen var på sit højeste, blev forudsigelserne i Samuel P. Huntingtons bog 'Civilisationernes sammenstød' fra 1996 pludselig meget virkelighedsnære. "Det 21. århundrede bliver en tid med mange og dybe konflikter," skrev han, "og det af en anden art end tidligere."

"Brudlinjerne mellem civilisationerne vil blive fremtidens frontlinjer," skrev han i den artikel fra 1993, hvori han først præsenterede sine ideer.

"Nationalstaterne vil stadig være aktører i den ny verden efter Den Kolde Krig, men ad andre sigtelinjer. De væsentlige konflikter vil nemlig være mellem nationer og grupper fra forskellige civilisationer. Efter at de andre temaer er ryddet af vejen, er det nu modsætninger mellem civilisationerne, der kommer op til overfladen og sætter dagsordenen. Det er modsætninger, der er funderet i de dybereliggende, ofte ubevidste 'medfødte' kulturelle identifikationer, som netop har en tendens til at dukke op, når alt det andet er ryddet af banen, stimuleret af en teknologisk revolution, som bringer civilisationerne meget tættere på hinanden og på kollisionskurs," skrev han.

Under alle omstændigheder fik en enkelt artikel og 12 karikaturtegninger bragt i Jyllands-Posten 30. september 2005 og ment som en test af ytringsfrihedens grænser kolossale konsekvenser for Danmark. Den udløste en historisk udenrigspolitisk krise. Det blev en øjenåbner og et velkommen til en global verden for lille Danmark. En verden, hvor en enkelt artikel kan spredes med lynets hast fra en avis i Viby ved Aarhus til hele verden, hvis nogen finder det interessant nok og betimeligt at udnytte den.

Nok er vi kommet videre nu efter Muhammedkrisen. Og så alligevel ikke. For Jyllands-Postens medarbejdere og ledere må stadig leve med særlige forholdsregler og sikkerhedsforanstaltninger her 15 år efter krisens start. Og ingen danske medier bringer religiøse karikaturtegninger uden en ekstra overvejelse om konsekvenserne. Volden og truslerne har vundet, konstaterede Jyllands-Posten i en leder, da der var roligt nok til at gøre status efter stormen. Selvcensur vil nogen sige. Det ærlige svar er et ja. For Muhammedkrisen vil for altid sætte sit aftryk på ytringsfrihedsdebatten i Danmark.

30. september 2005 publicerede Jyllands-Posten en artikel med titlen "Muhammeds ansigt". Artiklen bestod af 12 satiriske tegninger af Muhammed og en forklarende tekst. Artiklen blev skrevet af JP's daværende kulturredaktør, Flemming Rose. Han giver i artiklen følgende begrundelse for de 12 tegninger:

"Det moderne, sekulære samfund afvises af nogle muslimer. De gør krav på en særstilling, når de insisterer på særlig hensyntagen til egne religiøse følelser. Det er uforenligt med et verdsligt demokrati og ytringsfrihed, hvor man må være rede til at finde sig i hån, spot og latterliggørelse. Det er bestemt ikke altid pænt at se på, og det betyder ikke, at religiøse følelser for enhver pris skal gøres til grin, men det er underordnet i sammenhængen. Det er således ikke tilfældigt, at folk i totalitære samfund ryger i fængsel for at fortælle vittigheder eller afbilde diktatorer kritisk. Det sker som regel med henvisning til, at det krænker folkets følelser. I Danmark er det ikke kommet så vidt, men de anførte eksempler viser, at vi er på vej ind på en glidebane, hvor ingen kan forudsige, hvad selvcensuren vil ende med. [...] Derfor har Morgenavisen Jyllands-Posten opfordret medlemmer af danske bladtegneres forening til at tegne Muhammed, som de ser ham."

Samme dag, som JP bragte tegningerne, modtog avisen flere trusler. Blandt andet blev der fremsat en telefonisk dødstrussel mod en af de 12 tegnere.

19. oktober 2005 sendte 11 ambassadører fra muslimske lande et brev til Danmarks daværende statsminister, Anders Fogh Rasmussen, hvori de bad om et møde med statsministeren, hvor de kunne drøfte tiltag mod Jyllands-Posten. I et svar fra statsministeren 21. oktober 2005 afviste Anders Fogh Rasmussen, at han kunne gribe ind over for Jyllands-Posten, da det ville være at krænke deres grundlovssikrede ytringsfrihed. Han afviste også at mødes med ambassadørerne. Beslutningen er siden blevet kaldt "den mest kontroversielle beslutning i Danmarks største udenrigspolitiske krise siden Anden Verdenskrig".

I december begyndte tegningerne at skabe uro i de arabiske lande. Sagen eskalerede i løbet af januar med afbrændinger af det danske og det norske flag, trusler mod disse landes indbyggere, en boykot af danske varer og en fatwa udstedt mod de danske styrker i Irak.

Nu begyndte også en voldsom hjemlig debat om tegningerne og Jyllands-Postens ansvar for urolighederne. Dansk Industri opfordrede Jyllands-Posten til at komme med en beklagelse over for de mange muslimer, der følte sig krænket af tegningerne. I et debatindlæg i Politiken 20. december 2005 retter 22 tidligere danske topdiplomater en skarp kritik af Anders Fogh Rasmussens afvisning af et møde med de 11 arabiske ambassadører. De 22 diplomater kalder tegningerne en ubegrundet provokation. I et åbent brev til Saudi-Arabien forsøger Jyllands-Postens chefredaktør igen at forklare avisens Muhammedtegninger. Avisen gentager, at det ikke var meningen at krænke nogen.

Krisen eskalerer med en række internationale reaktioner og fordømmelser fra både internationale og arabiske topledere af den danske regerings manglende reaktioner over for Jyllands-Posten. USA's tidligere præsident, Bill Clinton, kalder tegningerne i Jyllands-Posten for "skammelige".

2. januar 2006 kommer det frem, at en række danske imamer har rejst rundt i Mellem-østen for at vise Jyllands-Postens Muhammedtegninger samt nogle falske Muhammed-

Strukturreformer 2000-2020

→ 1. januar 2007: Kommunalreformen.

271 kommuner bliver til 98. 14 amter bliver til 5 regioner.

→ 2007-2010: Politireform.

Politireformen blev vedtaget 4. november 2006. Reformen var en flerårsaftale for politiet og anklagemyndigheden 2007-2010, som blandt andet fastlagde de økonomiske rammer for gennemførelsen af politireformen. Politireformen var den mest omfattende og gennemgribende reform af dansk politi i nyere tid. Med reformen blev 54 politikredse til 12 nye politikredse.

→ 1. januar 2007: Retskredsreformen.

Retskredsreformen trådte i kraft 1. januar 2007 og betød, at 82 byretskredse blev lagt sammen til de nuværende 24 retskredse.

→ 1. januar 2007: Universitetsreform.

1. januar 2007 blev en række universiteter og sektorforskningsinstitutioner lagt sammen. 25 forskningsinstitutioner blev reduceret til 11 institutioner.

billeder frem og få støtte blandt ministre, organisationsledere og religiøse overhoveder til deres protester over for Danmark. Hovedkraften bag initiativet er Islamisk Trossamfund i København.

Protesterne breder sig til Vestbredden og Gaza, hvor der er afbrændinger af dannebrog. Al-Aqsa Martyrernes Brigade uddeler flyveblade, som opfordrer danskere og svenskere til at forlade området inden for 72 timer. I vrede over Muhammedtegningerne stormer en større gruppe svært bevæbnede palæstinensere et EU-kontor i Gaza. I en erklæring truer de igen danskere og nordmænd i området og opfordrer dem til at tage truslerne alvorligt. Danmark får støtte fra EU's udenrigsministre, der udtrykker solidaritet med Danmarks forsvar for ytringsfrihed.

Via et jordansk nyhedsbureau beklagede Jyllands-Postens daværende chefredaktør, Carsten Juste, "utilsigtet" at have krænket muslimer. Chefredaktøren afviste dog at beklage selve tegningerne – af hensyn til den danske ytringsfrihed. "Det er en undskyldning af, at vi har krænket de mange muslimer, som reaktionerne tydeligt har vist. Det har været utilsigtet. Vi anede ikke, at det ville vække så megen forargelse og harme i den muslimske verden. Det er det, vi undskylder," sagde chefredaktør Carsten Juste.

Anders Fogh Rasmussen sagde, at han personligt tager afstand fra Jyllands-Postens Muhammedtegninger. Han understregede dog, at regeringen ikke kunne eller ville sige undskyld: "Jeg har personligt sådan en respekt for menneskers religiøse overbevisning, at jeg personligt aldrig vil fremstille Muhammed, Jesus eller andre religiøse skikkelser på en måde, som kan krænke andre mennesker," udtaler han, men understreger, at "ytringsfriheden er ukrænkelig. Det er uden mening, at vi skal give en undskyldning".

2. februar 2006 optræder Anders Fogh Rasmussen i et interview på den arabiske tv-station Al-Arabia. Han søger at dæmpe konflikten ved at slå fast, at den danske regering og befolkning ikke ønsker at krænke muslimer, men samtidig forklarede han den danske ytringsfrihed. Interviewet bliver i den arabiske verden kritiseret for ikke at indeholde ordet "undskyld".

4. februar 2006 bliver den norske ambassade samt bygningen, der huser den danske, den svenske og den chilenske ambassade i Syriens hovedstad, Damaskus, brændt ned af vrede demonstranter. Dagen efter sættes der ild til det danske konsulat i Libanons hovedstad, Beirut, efter massive demonstrationer. En dag senere bliver en person dræbt under voldsomme protester i Afghanistan, da det kommer til skyderier. Det er det første menneskeliv, der direkte skyldes konflikten om Muhammedtegningerne. Yderligere to personer bliver såret.

Den danske ambassade i Teheran, Iran, bliver angrebet og forsøgt sat i brand. Det lykkes ikke. I Afghanistan koster demonstrationerne 11 dødsfald, blandt andet da norske fredsbevarende Nato-styrker bliver angrebet. I Pakistan bliver fem dræbt under voldsomme demonstrationer med op mod 70.000 deltagere. I Libyen bliver ti dræbt, og Italiens konsulat sat i brand. Urolighederne skyldes, at den italienske reformminister, Roberto Calderoli, har optrådt med en T-shirt med en Muhammedtegning. I Nigeria bliver 15 dræbt under uroligheder.

12. februar 2008 kl. 4.30 anholder dansk politi flere personer, som mistænkes for at have planer om at myrde tegneren Kurt Westergaard. Dagen efter, 13. februar 2008, trykker 17 danske aviser Kurt Westergaards oprindelige Muhammedtegning i solidaritet med tegneren. Genoptrykningen medfører nye demonstrationer i blandt andet Pakistan og Gaza-området og flere dødstrusler mod tegnerne. En forbrugerboykot blev også forsøgt etableret i Mellemosten, men nåede ikke et omfang som i forbindelse med offentliggørelsen af de oprindelige tegninger. Flere analytikere kæder terrorangrebet på den danske ambassade i Pakistan 2. juni 2008 sammen med genoptrykningen af tegningen. Det var

et selvmordsangreb med en bilbombe, som dræbte seks-otte personer og sårede omkring 24. Ifølge Udenrigsministeriet var to ansatte fra ambassaden i Islamabad blandt ofrene for angrebet.

Nytårsdag 2010 var det meget tæt på, at tegneren Kurt Westergaard mistede livet, da en somalisk øksemand trængte ind i hans privatbolig, og tegneren reddede sig ind i et specialdesignet sikkerhedsrum.

26. februar 2010 indgår Politiken et stort opslået forlig med 94.923 efterkommere af profeten Muhammed. Aftalen er forhandlet på plads mellem chefredaktør Tøger Seidenfaden og en saudiarabisk advokat, der i 2007 truede flere danske aviser med et sagsanlæg og hævdede at repræsentere de pågældende efterkommere. Ingen af de andre aviser indgår dog forlig.

10. september 2010 blev den etbenede tjetjenske eksbokser Lørs Doukaiev anholdt i Ørstedsparken i København, efter at en brev bombe, der skulle have været sendt til Jyllands-Posten, utilsigtet sprang i luften på hans hotel.

I december 2010 blev fire personer fra Sverige anholdt, kort før de ifølge politiet ville angribe JP/Politikens Hus på Rådhuspladsen. Alle er siden dømt for terror. Tre af dem boede i Sverige og var netop kommet til Danmark. Samtidig anholdt svensk sikkerhedspoliti en 37-årig svensk-tunesisk mand i Stockholm.

Fem år senere – 7. januar 2015 – kom angrebet i Paris på satiremagasinet Charlie Hebdo, som adskillige gange havde haft satiretegninger af Muhammed både i bladet og på forsiden. Charlie Hebdo havde også åbenlyst solidariseret sig med retten til ytringsfrihed i Danmark og med tegnerne fra Jyllands-Postens artikel. I Paris dræbes 11 personer ved en massakre på Charlie Hebdos redaktion.

14. februar 2015 blev det så Danmarks tur. Angrebet på Krudttønden og ved synagogen i Krystalgade formodes at have haft den svenske Muhammedtegner Lars Vilks som mål. Han havde tegnet Muhammed som en hund og på den måde nedkaldt muslimsk vrede over sig.

Men det blev den 55-årige filminstruktør Finn Nørgaard, der blev dræbt uden for Kulturhuset på Østerbro i København, og ikke Lars Vilks. Senere samme dag ved attentatet ved synagogen i Krystalgade, der formentlig havde danske jøder som mål, blev den 37-årige vagt Dan Uzan dræbt. Han passede på indgangen til synagogen, mens der blev holdt konfirmationsfest i et lokale bag ved selve synagogen. Ved de to attentater blev seks politifolk såret.

Den 22-årige Omar Abdel Hamid El-Hussein blev efterlyst som formodet gerningsmand og jagtet over hele byen. Han blev dræbt af Politiets Aktionsstyrke (AKS) tidligt søndag morgen 15. februar, efter at han åbnede ild mod politiet. Senere blev der fundet beviser på Husseins tilstedeværelse ved Krudttønden i form af dna-spor.

8. Globalisering og disruption

I 2016 blev begrebet 'den fjerde industrielle revolution' for alvor lanceret i en bog af grundlægger og formand for World Economic Forum Klaus Schwab. Revolutionen skal forstås som en dybdegående forandring af samfundet og ikke blot en gradvis udvikling.

Den første industrielle revolution skete med dampmaskinens indtog i 1784 og åbnede for at producere med maskinkraft. Den næste foldede sig ud i 1870, da samlebandet gav mulighed for masseproduktion i hidtil uset skala. Den tredje fra 1969 blev baseret på øget brug af computere, elektronik og automatisering.

Den fjerde industrielle revolution vil ske med en hastighed og en gennemslagskraft uden historisk fortilfælde, når milliarder af mennesker er forbundet via mobile enheder

Befolkning sat på tal

→ I Danmark bor vi 5,8 millioner personer, 1,7 millioner – eller knap 30 procent – bor alene. Mænd bliver i gennemsnit 79 år gamle, mens kvinders gennemsnitlige levealder er 82,9 år.

→ Vi er blevet flere og flere i de seneste år. Det stigende befolkningstal skyldes, at der indvandrer flere, end der udvandrer, men også, at der fødes flere, end der dør. En anden tendens er, at der bliver flere og flere ældre i Danmark. Hver fjerde dansker har nu passeret de 60 år, mens dette kun gjorde sig gældende for hver femte i 2000.

→ En bolig i Danmark er i gennemsnit 112 kvadratmeter, og der er i gennemsnit 52,3 kvadratmeter bolig per person. 57 procent af befolkningen bor i ejerbolig. Ni procent bor i en husstand, hvor det er svært eller meget svært at få pengene til at slå til.

→ Den måde, vi lever sammen på som familie, er under stadig forandring. Tendensen går i retning af, at flere og flere vælger at leve alene eller i et papirløst forhold. Og tilsvarende vælger relativt færre at gifte sig. Dette afspejler sig også i familiemønstrene. 57 procent af de 17-årige bor sammen med både deres mor og far. 31 procent bor hos deres mor, og 7 procent hos far. Resten af de 17-årige (5 procent) har forladt reden.

→ Danskerne lever i gennemsnit mere end syv år længere end i 1970. I dag er den gennemsnitlige levetid 82,9 år for kvinder og 79 år for mænd. Ved begyndelsen af 1900-tallet var middellevetiden 53 år for mænd og 56 år for kvinder. →

med en hidtil uset regnekraft, lagerkapacitet og adgang til viden. Disse muligheder vil blive forstørret af nye teknologiske gennembrud inden for områder som kunstig intelligens, robotteknologi, the *internet of things*, autonome køretøjer, 3D-print, nanoteknologi, bioteknologi, materialevidenskab, nye former for energilagring og kvantecomputere. De nye teknologier vil grundlæggende forandre både produktion, distribution og kundekontakt.

Revolutionen vil påvirke næsten alle brancher. Millioner af job vil forsvinde. Mange nye vil komme til. Top og bund vil blive berørt. Robotter vil tage arbejde fra industri- og landarbejdere, men akademisk trænede fagfolk som læger, jurister og økonomer vil også opleve, at dele af deres kompetencer vil blive overgået af ny teknologi. I mange år er job blevet outsourcet til Asien. Men i den fjerde revolution kan der ske en modbevægelse, fordi innovation og teknologi åbner for lokal produktion i Vesten.

Globalisering og disruption er begreber, der deler folk mellem dem, der ser muligheder, og dem, der frygter at blive hægtet af udviklingen.

Danmark deltager som en lille, åben økonomi i høj grad i den internationale arbejdsdeling og har profiteret af globaliseringen indtil nu. Betydningen af globaliseringen har været stigende over tid. Importen og eksporten har været støt stigende siden 1980'erne – også væsentligt mere, end produktionen er steget. Eksport og import udgjorde samlet cirka 100 procent af BNP i 2016 sammenholdt med 65 procent af BNP for 30 år siden (1986).

Den teknologiske udvikling har medvirket til, at landbruget og industrien har oplevet forholdsvis høj produktivitet fremgang, blandt andet gennem automatisering af jobfunktioner. Teknologisk udvikling og automatisering i landbruget har stået på i lang tid – og har blandt andet bestået i flere og stadigt bedre landbrugsmaskiner, for eksempel anvendelse af gps-teknologi i forbindelse med styring af mejetærskere og traktorer, der på den måde kan gøres semiautonome, og automatiske fodersystemer. I industrien har den teknologiske udvikling muliggjort øget automatisering af manuelle opgaver, herunder gennem et stigende antal industrirobotter.

I takt med den teknologiske udvikling og globaliseringen har mange danskere skiftet branche. Mens den private servicesektor og den offentlige sektor er vokset, så er beskæftigelsen i landbruget og industrien faldet.

Danmark er ifølge EU-Kommissionen det mest digitaliserede land i EU. Det betyder, at danskerne er digitaliseringsparate, og at den danske offentlige sektor og private sektor er langt fremme i forhold til anvendelse af nye teknologier. Den position har skiftende regeringer været optaget af at fokusere på.

I 2017 fik Danmark et disruptionråd, også kaldet 'Partnerskab for Danmarks fremtid'. Partnerskabets hovedformål var at analysere, drøfte og komme med forslag til, hvordan Danmark bedst ville kunne komme med på vognen i forhold til den teknologiske udvikling, og hvordan man ville kunne fastholde et arbejdsmarked som det danske med dynamik og ordentlige forhold.

Af disruptionrådets notater fremgår det ifølge OECD, at for en tredjedel af alle job i Danmark er det mere end halvdelen af arbejdsopgaverne, der kan automatiseres. Potentialet for automatisering kan ikke isoleres til korte uddannelser eller job præget af høj grad af manuelle funktioner. For eksempel kan arbejdsopgaver, der udføres af højtuddannet arbejdskraft som læger, advokater og statistikere, også i en vis udtrækning automatiseres. Hvordan automatisering vil påvirke job og arbejdsopgaver i fremtiden, er dog svært at spå om.

Mange små og mellemstore virksomheder (SMV'er) i Danmark digitaliserer stadig kun i begrænset omfang deres produktion. Succesfulde danske SMV'er har fokus på at skabe værdi set fra kundens synspunkt og på at se værdikæden som et hele, og de arbejder med fortløbende at udvikle og understøtte medarbejdernes kompetencer som en forudsætning for medarbejder- og brugerdriven innovation. For at være relevante i den nye digitale virke-

lighed må virksomheder indgå i en tæt relation til kunden for at kunne håndtere behovsafdækning og servicering, der bygger på en høj grad af viden og datadeling.

Blandt de 100 største virksomheder i Danmark har 43 mindre end 20 år på bagen. De største virksomheder er meget produktive og tegner sig for en meget stor del af dansk eksport. De 500 største virksomheder tegner sig således for næsten to tredjedele af dansk eksport. Målt på værditilvækst tegner top-500-virksomhederne sig for 40 procent, mens de tegner sig for 30 procent af beskæftigelsen i private byerhverv.

Der er ikke voldsom udskiftning blandt de allerstørste virksomheder i Danmark, men ser man bare lidt bredere på de 100 største virksomheder, så er der relativt mange nye virksomheder. I top-100 er der altså 43 virksomheder, der er under 20 år gamle. I top-500 er der 197 virksomheder (knap 40 procent), der er under 20 år gamle. Der er omtrent lige mange ansatte i top-100, som der er mellem 101 og 500 (top-500 fratrukket top-100). Top-100 tegner sig dog for en klart større del af værditilvæksten og især eksporten end virksomhederne på pladserne 101 til 500.

Vækstlaget i erhvervslivet er under forandring, og grundlaget for den fremtidige vækst i Danmark ser ud til at snævre ind. Dette billede bekræftes og nuanceres af, at en forholdsvis lille gruppe af virksomheder, herunder ingeniørtunge virksomheder, bidrager betydeligt til samfundsøkonomien, og at der i de seneste 15 år er etableret meget få virksomheder i Danmark med flere end 1.000 medarbejdere. Globaliseringen og den teknologiske udvikling har ændret adgangen til viden og måden, hvorpå viden omsættes til innovation. Samtidig har erhvervsstrukturen ændret sig markant de seneste ti år, hvor blandt andet brug af ny teknologi har udvisket grænserne for den traditionelle brancheopdeling.

9. Udenrigspolitikken

Det 21. århundrede startede med en chokbølge, som bredte sig fra World Trade Center i New York til resten af verden, da tårnene på få øjeblikke sank i grus for øjnene af hele verden. En terrorhandling af dimensioner, som flyttede opfattelsen af tryghed og bevidstheden om, at terror hørte hjemme i Afghanistan, Pakistan, Mellemøsten.

Terror sætter her 20 år efter århundredets start stadig sit markante præg på den internationale dagsorden. Først handlede det om bekæmpelsen af Taliban, så af al-Qaeda, og dernæst blev det til Isis eller på arabisk Daesh. I Europa og andre steder i verden fremvoksede uforudsete terrorceller og ensomme sympatisører, der trods statsborgerskab og opvækst i europæiske lande viste sig parate til at gå i døden for terrorbevægelser i Mellemøsten. Stort set ingen lande er gået ram forbi. Fra Rusland til Australien, New Zealand, Indien, Pakistan, Kenya og en række andre afrikanske lande, adskillige lande i Europa samt USA.

Med VK-regeringerne fra 2001 til 2011 blev der formuleret en ny international aktivistisk doktrin for dansk udenrigspolitik. Under Anders Fogh Rasmussens politiske lederskab blev den danske udenrigspolitik præget af en tydeligt atlantisk orienteret sikkerhedsstrategi og et nært venskab mellem den danske statsminister og den amerikanske præsident Bush. Doktrinen var kendetegnet ved en snæver alliance med USA i kampen mod terror og en aktiv støtte til etableringen af ad hoc-baserede koalitioner af villige nationer. Samtidig var Fogh-regeringernes udenrigspolitik præget af en voksende skepsis over for FN-systemets effektivitet og evne til at løse verdens udfordringer.

Et integreret element i Fogh Rasmussens nye udenrigspolitik var distanceringen fra og opgøret med det, der blev opfattet som en "fej" og tilpasningsorienteret dansk udenrigspolitik under Anden Verdenskrig og især Den Kolde Krig. Danmark skulle nu i større omfang søge bilateralt samarbejde, samtidig med at det blev prioriteret at deltage i ad hoc-koalitioner, når det blev vurderet at være i dansk interesse at forsvare vores vestlige værdier og idealer.

I 2001 – i kølvandet på terrorangrebet 11. september – sendte Danmark soldater til Afghanistan. I 2003 besluttede Folketinget at sende danske tropper i krig i Irak. Og i 2014



I 2018 har 95 procent af befolkningen (16-74 år) adgang til internet i hjemmet. Danskerne bruger nettet til en lang række formål, heriblandt informationsøgning, handel, underholdning og digital selvbetjening. 88 procent af danskerne kommer på internettet via deres smartphones.

Andelen af personerne mellem 25 og 64 år, som har en lang videregående uddannelse, er vokset fra 6 procent i 2000 til 12 procent i 2018. I samme periode er andelen af befolkningen, som har grundskole som højest fuldførte uddannelse, faldet fra 30 procent til 18 procent.

Erhvervsfrekvensen i Danmark er blandt de højeste i Europa. Ledighedsprocenten lå i 2018 på 5,2 procent for kvinder og 5 procent for mænd. Ledigheden var lavest blandt de 45-54-årige (2,9 procent) og højest blandt de 15-24-årige (11,0 procent).

Danmark har internationalt set et betydeligt overskud på betalingsbalancen på 6,1 procent af BNP i 2018, fordi vi eksporterer for mere, end vi importerer for. Samtidig har vi store indtægter fra vores store nettoformue i forhold til udlandet. Vi har størst samhandel med Tyskland efterfulgt af Sverige.

sendte vi jagerfly til Syrien og Irak i kampen mod Islamisk Stat. Danmark har i mere end et årti været en aktivt krigsførende nation. Det danske forsvar udsendte i årene 1945-1989 personel til 13 internationale operationer, mens Danmark i perioden 1990 til 2018 valgte at bidrage til 76 militære operationer i regi af FN, Nato, OSCE og internationale koalitioner.

Billedet ændrer sig imidlertid, hvis vi ser på både den politiske tyngde af operationerne og antallet af udsendte soldater. FN var den centrale organisation i det internationale samfunds indsats i borgerkrigene i det tidligere Jugoslavien i begyndelsen af 1990'erne og udgjorde udgangspunktet for Danmarks indsats for at bidrage til en stabilisering af Europa efter Den Kolde Krigs afslutning. Danmark bidrog med mere end 8.000 soldater til United Nations Protection Force (UNPROFOR I og II) i Kroatien, Bosnien og Makedonien (FYROM) (1992-1995) og mere end 1.000 soldater til United Nations Confidence Restoration Operation in Croatia (UNCRO) i Kroatien (1995-1996).

I alt har Danmark i perioden 1990-2018 bidraget til 25 Nato-operationer. Typisk er Nato-operationerne enten operationer, der har til hensigt at opretholde Nato-landenes suverænitet, som det er tilfældet med operationerne i det baltiske og islandske luftrum samt det danske troppebidrag til Enhanced Forward Presence (EFP) i Estland siden 2017. Eller det er operationer, som er bemyndiget af FN, mens operationen bliver uddelegeret til eller varetaget af Nato.

I Danmark var spørgsmålet om en amerikansk-ledet invasion af Irak og Danmarks deltagelse genstand for voldsom debat, der resulterede i det ene – og mest voldsomme – af to brud i den brede parlamentariske konsensus om Danmarks militære engagement. Ved vedtagelsen af folketingsbeslutning B 118 af 21. marts 2003 stemte et flertal bestående af Venstre, Dansk Folkeparti og Konservative Folkeparti for dansk deltagelse i den amerikansk ledede koalition i Irak, mens et mindretal bestående af Socialdemokratiet, SF, Radikale Venstre, Enhedslisten og Kristeligt Folkeparti stemte imod. Efter få måneder, hvor spørgsmålet ikke længere handlede om militær intervention eller ej, blev de efterfølgende forlængelser af det danske bidrag (folketingsbeslutning B 165 af 15. maj 2003 og folketingsbeslutning B 1 af 10. oktober 2003) vedtaget med et flertal udvidet med Socialdemokratiet og Kristeligt Folkeparti.

I de efterfølgende forlængelser tilsluttede også De Radikale sig folketingsflertallet. I 2006 blev enigheden om det militære engagement hen over midten dog udfordret endnu en gang, da det kun var regeringspartierne Venstre og Konservative samt Dansk Folkeparti, der stemte for en forlængelse af den danske Irak-styrke frem til juni 2007 (folketingsbeslutning B 139 af 30. maj 2006).

Fra 2004 har Danmarks forsvar gennemgået en grundlæggende omstrukturering med fokus på at sikre Danmarks evne til at bidrage til operationer *out of area*. Med ambassadør Peter Taksø-Jensens udredning om dansk udenrigs- og sikkerhedspolitik fra 2016 og aftalen på forsvarsområdet 2018-2023 rettes fokus igen mod Danmarks nærområde, særligt Østersøen og Arktis, men samtidig fortsætter Danmark et omfattende militært engagement uden for nærområdet.

Hvis danskerne i dag skulle stemme ved en folkeafstemning om dansk EU-medlemskab, så ville det ende med en komfortabel sejr til ja-siden. Ifølge den seneste undersøgelse foretaget af Epinion for DR Nyheder i slutningen af 2018 ville 55 procent af danskerne i dag stemme ja, hvis de skulle til en folkeafstemning om dansk EU-medlemskab. 28 procent af danskerne ville stemme nej til EU-medlemskab. Det betyder, at ja-siden ville have et forspring på 27 procentpoint, hvis der var folkeafstemning om EU-medlemskabet i dag.

Opbakningen til Danmarks medlemskab af EU er dermed vokset markant, siden et flertal af de britiske vælgere bestemte sig for, at Storbritannien skal forlade EU-samarbejdet, og valgdeltagelsen i europaparlamentsvalget i maj 2019 viste også en positiv stigning i interessen for det europæiske.

Omvendt er skiftende danske regeringer i samme periode ved folkeafstemninger stødt på modstand. Med et spinkelt nej ved folkeafstemningen i 1992 om Danmarks ratifikation af Maastrichttraktaten om Den Europæiske Union, et ja året efter til traktaten med fire danske forbehold samt et nej i 2000 til Danmarks deltagelse i Den Økonomiske og Monetære Unions tredje fase tegner der sig et udviklingsforløb, der uanset ratifikationen i 1998 af Amsterdamtraktaten og i 2001 af Nicetraktaten har skabt usikkerhed om Danmarks forankring i kernen af lande, der ønsker at deltage i et stærkere og mere forpligtende europæisk samarbejde.

Trods den øgede sympati for EU synes der stadig at være en splittelse i befolkningen om, hvordan Danmarks suverænitet og velfærd bedst forsvares og udvikles: For nogle er udgangspunktet, at Danmark bør holde igen i den europæiske integrationsproces for så vidt muligt at sikre national selvbestemmelse på flest mulige samfundsområder. Andre mener, at Danmark kun gennem fuldgyldig deltagelse i den europæiske udviklingsproces kan hævde de interesser, der tilsammen udgør landets suverænitet. Splittelsen er under alle omstændigheder nok til, at hverken Lars Løkke Rasmussen eller nu Mette Frederiksen har haft modet til at sende danskerne til en ny folkeafstemning om for eksempel ophævelse af forsvarsforbeholdet.

Den danske EU-kurs synes nu at være at knytte tættere bånd til vores nærmeste naboer – Tyskland i syd og Sverige i nord – med henblik på at sikre alliancepartnere efter Storbritanniens udtræden af Unionen. Den synes også at være, at EU på et stramt nyt syvårigt budget skal være stærkere på de store udfordringer som klima, migration og skatteunddragelse og skrue ned for love og regler på mindre betydningsfulde områder. [A](#)

*Af Lisbeth Knudsen
og Jakob Nielsen*

De nye digitale platforme har totalt ændret mediemarkedet og medieforbruget på 20 år. Mange af disse forandringer har været positive, men siden 2016 har vi med stigende intensitet også set bagsiden af medaljen.

Kap. 06

Medieudviklingen 2000-2020

Techgiganternes årtier

Det 21. århundredes første femtedel er de digitale platformes årtier. Kampen om opmærksomhed og adgangen til de rigtige distributionskanaler er blevet den virkelige hårde valuta for virksomheder, organisationer, politikere, medier og enkeltpersoner. I denne krævende opmærksomhedsarena, som i dag udgør vores offentlige rum, er både vores indbyrdes relationer, formidlingen af informationer, demokrati, politik, medier og journalistik under voldsom forandring. Det samme er vores adfærd som forbrugere, borgere og vælgere, og det er ejerskabet og magten over samfundets digitale infrastruktur.

Der er virkelig vanskeligt at forestille sig, hvis man kigger 20 år tilbage, hvilke enorme forandringer de digitale platforme som særligt Google og Facebook har skabt i vores samfund. Mange af disse forandringer har været positive, har forbedret vores velfærd, vores frihed og vores handlemuligheder som borgere og forbrugere, virksomheder og myndigheder. Vi har fået en hurtigere og bedre adgang til viden fra hele verden og til at skabe relationer både til familie og venner og til individer eller grupper overalt, hvor vi måtte ønske det. De digitale platforme har også givet virksomhederne helt andre og hurtige muligheder for at skabe ny forretning, komme i kontakt med kunderne og udvikle deres produkter og services. De har givet offentlige myndigheder og institutioner bedre adgang til at kommunikere direkte med borgerne.

Men siden 2016 har vi med stigende intensitet også set bagsiden af medaljen. Et offentligt rum forurennet af misinformation og desinformation, digitale troldefabrikker, uigennemskuelige algoritmer, uklare afsendere, internetsvindler og manipuleret indhold. Vi har set misbrug af data, krænkelser af privatlivet, cybermobning, cyberkriminalitet og ustyrlige shitstorme. Vi har set demokratiet udfordret af hadsk tale, fjendtlige troldehære og af et opgør med det faktuelle. Sandhed og troværdighed som etisk værdi i den offentlige debat er kommet på retur. Vi er, som det er blevet beskrevet, ikke alene i en postfaktuel tid, men også i en post-skam-periode, hvor det ikke længere er pinligt selv for toppolitikere at lyve.

Vinden vender

Hvad vi aldrig ville tillade i den fysiske verden, er på århundredets første femtedel sket i den digitale verden. Vores digitale infrastruktur er kommet på fremmede hænder, og vi er ikke længere herrer over den. Den digitale forandring på disse to årtier har skabt nogle gigantiske, globale techvirksomheder med en helt unik markedsposition, som er blevet

en politisk magtfaktor og har fået en helt ufattelig størrelse. De har en enorm indtjening, en teknologisk innovationskraft og millioner af brugere. De befinder sig langt uden for traditionel samfundskontrol, uden for nationale forsøg på regulering, og selv bøder i milliardklassen for overtrædelse af konkurrenceregler og løbsagtig omgang med brugernes data synes blot at være en kalkuleret forretningsrisiko. Opstår der nye succesfulde konkurrenter eller virksomheder på vej frem med interessante add-ons til techgiganternes hovedforretning, så købes der op for milliarder i disse nye virksomheder.

Indsamlingen af data er kernen i de digitale platformsvirksomheders forretningsmodel. De leverer en toptunet gratis service til brugerne, som betaler med deres data. Jo mere målrettet og personaliseret disse data kan anvendes til annoncering, jo højere pris og jo større tilfredshed hos annoncørerne. Her kommer ingen op på siden af, hvad Google, Facebook og de andre platformsoperatører kan tilbyde. Fordi de har så indgående et kendskab til os som brugere.

I størstedelen af århundredets to første årtier har vi mest set fordelene ved det målrettede indhold, de målrettede annoncer og det faktum, at de digitale platforme er kommet til at kende os næsten bedre, end vi kender os selv. Ja, de kan faktisk med stor præcision forudsige vores næste indkøb og handlinger. Skandalen omkring Cambridge Analytica og Facebooks lemfældige omgang med persondata i forbindelse med det amerikanske præsidentvalg i 2016 blev et wake-up call for mange facebookbrugere og også for de politikere, der indtil da havde fundet det bedst at holde sig gode venner med techgiganterne, fordi de var så populære hos vælgerne.

Vi er begyndt så småt som individer og som samfund at opdage, hvilken magt techgiganterne har over vores valg og vores liv. Vi er begyndt i slutningen af århundredets første 20 år at indse, at internettet, der skulle være ytringsfriheden ideal og vartegn, er blevet et af de mest overvågede steder at udtrykke sig. Vi er begyndt at stille spørgsmålstegn ved den globale magt, som techgiganterne repræsenterer, og som er større end noget politisk sammensat organ og uden vilje til via skatten at give en fair del af indtjeningen på milliardforretningen tilbage til samfundet i de lande, hvor pengene er tjent.

Duopol

Google har en næsten monopolsituation som default søgemaskine på verdensplan, ligesom Facebook overgår alle andre som socialt medie. En anden vej til dominans handler om at købe op eller etablere supplerende tjenester, som derefter kædes indirekte sammen med hovedtjenesten. Google ejer YouTube, styresystemet Android, Ad Sense, Ad Words, Google Maps og meget mere, og Facebook ejer WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram og snart også kryptovalutaen libra. For nu blot at nævne en lille del af deres forretninger.

En afgørende faktor i forhold til techgiganterne er den manglende gennemsigtighed både i deres forretning og i de algoritmer og teknologier, som de anvender for at optimere de kommercielle tilbud til betalende annoncører og til at optimere behageligheden for os andre som brugere i forhold til at komme nemt til de forskellige tilbud.

Først nu kommer spørgsmålene i stride strømme, om vi som brugere foretager informerede valg, i forhold til at techgiganterne indsamler vores data. Om vi ved, hvad de rent faktisk bruger vores data til, og til hvem de måtte blive videregivet. Nu kommer spørgsmålene, om denne massive indsamling af personlige data også kan være skadeligt for samfundet i hænderne på virksomheder, der arbejder globalt, og som ingen rigtigt fører tilsyn med.

Først de seneste fire-fem år er techgiganternes popularitetsbølge knækket, og de får nu fra både politikere, annoncører og kunder masser af kritiske spørgsmål. I starten af århundredet rejste politikere og erhvervsfolk i store stimer til Californien for at gå på opdagelse hos techgiganterne og følge deres teknologiske ledestjerne, forretningsmæssige innovationsveje og evne til at tjene store penge.

Historien om sociale medier:

- **12. marts 1989:** Cern-forsker Tim Berners-Lee udsender et cirkulære med titlen 'Information Management: A Proposal'. Projektet får året efter betegnelsen 'World Wide Web'.
- **6. august 1991:** Verdens første internetside, skabt af Tim Berners-Lee og hans team, går live.
- **Maj 1997:** Verdens første store sociale netværk, Six Degrees, ser dagens lys.
- **Juli 1999:** Den første udgave af MSN Messenger lanceres.
- **2001:** Six Degrees lukker og slukker.
- **Marts 2002:** Friendster lanceres og opnår inden for få måneder tre millioner brugere.
- **December 2002:** LinkedIn grundlægges. Lanceres i maj 2003.
- **Maj 2003:** Billeddelingssitet Photobucket lanceres.
- **August 2003:** Myspace bliver grundlagt, og Skype lanceres.
- **Februar 2004:** Facebook går live, og fotodelingssitet Flickr lanceres.
- **April 2004:** Facebook Ads går live.
- **Marts 2005:** Yahoo køber Flickr.
- **Februar 2005:** YouTube med videodeling grundlægges. Første video på sitet i april 2005.
- **Juni 2005:** Websitet Reddit lanceres.
- **Juli 2005:** Myspace når 22 millioner brugere.
- **Marts 2006:** Twitter går live. Åbnes officielt i juli 2006.
- **September 2006:** Facebooks Newsfeed går live. →

Nu er berømmelsen vendt til kritik af dominerende virksomhed, manglende skattebetaling og manglende beskyttelse af indsamlede data. Gentagne gange er techgiganterne og særligt Facebook siden 2018 kommet i politikernes søgelys i USA og i Europa. Europa-Kommissionen har skruet bissen på og uddelt store bøder for dominerende stilling og konkurrenceforvridning. Flere europæiske lande har gennemført lovgivning, hvad angår for eksempel hadtale, og drøfter yderligere initiativer til regulering af de globale giganter med den besværlighed, at de jo har hjemsted i USA. I USA's kongres luftes tanker om en opsplitning af techgiganternes virksomheder og mere kontrol.

Flere techgiganter

I det 21. århundredes første tyve år har fokus hos de digitale platforme været det digitale annoncemarked. Nu vokser den kage ikke med samme hastighed som tidligere, og techgiganterne synes på vej til at kaste sig ind i både indholdsproduktion, streamingtjenester og udvikling af kunstigt intelligente løsninger og services inden for sundhedsområdet.

De næste ti år kommer vi formentlig til at se både Amazon, Apple og Microsoft blande sig i kampen om verdensmarkedet på digitale services og brugere, hvad enten vi taler privatpersoner eller virksomheder. Vi kommer også til at se et øget pres, for at giganterne skal tage et samfundsmæssigt ansvar, der modsvarer deres enorme reelle magt over både samfundsmæssige og politiske strukturer. Vi kommer til at se de kinesiske teknologigiganter blande sig i kampen om kunderne og de innovative løsninger.

Det bliver et kontinenternes kamp med et USA, der dyrker den frie kapitalisme, og et Kina, der vil anvende den teknologiske innovation til at forstærke kontrollen med sine egne borgere og samtidig give dem adgang til teknologiens behagelige services. Og så et Europa i midten, der mangler store techvirksomheder.

Kigger vi ti år frem, og techgiganterne stadig får lov til at være techgiganter, måske disruptet af nye tilsvarende spillere på markedet, så vil vi utvivlsomt komme til at se et meget mere differentieret forretningsområde for de digitale platformsoperatører og et forsøg på at beholde den kreative og innovative førertrøje ved blandt andet at anvende vores data til alle mulige nye services i vores liv. Vi kommer til at se enorme investeringer i teknologi på sundheds- og uddannelsesområdet fra techgiganterne.

Gamle medier sendt til tælling

I rapporten 'Globaliseringen af den danske mediebranche' fra 2017 udarbejdet af Tænketanken Mandag Morgen for Kulturstyrelsen fremgik det, at det danske mediemarked inden for de seneste 20 år er forandret til uigenkendelighed. Det er sket et voldsomt paradigmeskift, som totalt har omkalfatret branchen og over tid reduceret de danske medievirksomheders kommercielle basisindtjening fra annoncer med milliarder af kroner, der i stedet er gået til Google og Facebook.

Samtidig er der sket en markant svækkelse af de danske virksomheders muligheder for selvstændigt at styre egne strategier på indholdsområdet og abonnementsindtjening, fordi de nu er omdannet til digitale mediehuse og afhængige af internettet og de store digitale platformsejere.

Men forandringerne i medieindustrien skyldes ikke alene techgiganternes indtog. De kommer også af et helt ændret forbrugsmønster. De danske husholdninger bruger nemlig mere og mere på medier og underholdning, men de bruger bare ikke pengene på avisabonnementer og på at købe adgang til klassiske, uafhængige nyheder i samme udstrækning som tidligere. Det er streamingtjenester, spil og andet, der har indtaget en stigende plads på budgettet, mens der er blevet skåret ned på andre abonnemeter. Meget af det forbrug til medier og underholdning, som forbrugerne køber i dag, var ganske enkelt ikke til rådighed for 10-15 år siden.

Det handler også om forbrugernes tid. Når noget kommer til, så prioriteres noget andet væk. Fra 2010 til 2018 blev antallet af minutter brugt til den daglige avislæsning halveret fra 25 minutter til 12. Mens tiden brugt på mobilen til alle mulige services er mangedoblet.

Hvad der indtil slutningen af 1980'erne var et nationalt afskærmet marked for danske print-, tv- og radiomedier baseret på velkendte teknologier, hundrede år gamle værdikæder og forretningsmodeller, er i dag et globalt og grænseløst marked. De forretningsmodeller og værdikæder, de danske medievirksomheder hvilede på op gennem det 20. århundrede, er i dag opløst, fordi både mediebrugere og annoncører – i kraft af de nye teknologier – søger andre steder hen end til de danske mediers platforme og indhold.

Gennem de første 15 år af århundredet var det dagbladernes tur til at mærke den nye virkelighed. Nu er turen kommet til tv-markedet, hvor Googles YouTube er de unges foretrukne tv-kanal, og Netflix en markant spiller på det danske streamingmarked sammen med HBO og flere internationale konkurrenter som Amazon Prime og Apple godt på vej.

Disse aktører har på kun godt ti år erobret en så dominerende position i den danske mediebrugers hverdag, at de reelt dikterer både den teknologiske infrastruktur, de kommercielle standarder og de markedsvilkår, danske medievirksomheder som DR og TV 2 må agere ud fra, hvis de vil i kontakt med danskerne via deres foretrukne platforme. Techgiganterne har hver især mange aktiviteter, services og forretningsområder, som konstant udvikles og udvides. Det sker med en hastighed og en kreativitet, som ingen danske medievirksomheder har kapacitet til at konkurrere med. Så ingen har råd til at vælge en anden vej end en vis form for samarbejde med de globale spillere, som "stjæler" annoncekroner, tid og opmærksomhed fra de nationale medievirksomheder.

De traditionelle professionelle medievirksomheder er i en vanskelig transformationsfase, både hvad angår økonomi, produkter, position og autoritet i samfundet. Tidligere var troværdigheden hævdunden, solidt journalistisk håndværk en selvfølge, kundeloyaliteten over for produktet stor, kontrollen over hele værdikæden fra nyhedsindsamling til distributionen til kunden en naturlig forudsætning og økonomien robust i de fleste medievirksomheder. De klassiske medier var desuden tildelt en særlig rolle i demokratiet som borgernes vagthund over for magthaverne.

Internettet har ændret alle disse parametre de sidste 20 år. Det samme har de sociale medier, der nok har demokratiseret ytringsfriheden og gjort enhver til sin egen publicist, men samtidig har de skabt en ny, global ejerskabskoncentration til afløsning af de nationale medie-gatekeepere. De nye platforme har ejere uden publicistiske traditioner, demokratiske formål eller ansvar.

Ven eller fjende

I forhold til mediebranchen er de digitale platforme og de sociale medier både en samarbejdspartner og en konkurrent. Og sagen er bare, at de to – de digitale platforme og mediebranchen – er fuldkommen forskelligt reguleret. De første er næsten ikke reguleret hverken på skatteområdet, det juridiske ansvarsområde eller markedsføringsområdet, mens mediebranchen er underlagt national lovgivning på skatteområdet, medieansvarslovgivning, Pressenævn og markedsføringslov.

Mediebranchen ville i dag ikke kunne undvære de digitale platforme til at etablere relationer og nye kunder til deres forretning og trafik til deres egne websider. De digitale platforme får trafik og søgninger ud af nyheder, som stadigt flere kunder vælger at finde på de sociale medier, og derfor får de digitale platforme mulighed for at kapitalisere på disse kunder annoncemæssigt. Så mediebranchen og de digitale platforme lever i dag i en symbiose, eller kald det et had-kærligheds-forhold, der ikke er til at bryde.

I særlig grad Google driver i dag en række af de værktøjer, som medievirksomhederne bruger både på annonceområdet og det redaktionelle område, ligesom der fra de sociale



- **Oktober 2006:** YouTube bliver købt af Google.
- **April 2007:** Tumblr, micro-blogging og social networking website, lanceres.
- **August 2007:** Hashtagget (#) debuterer på Twitter.
- **April 2008:** Facebook passerer Myspace i antal unikke besøgende på verdensplan.
- **Oktober 2008:** Spotify går live.
- **Februar 2009:** Facebook introducerer like-knappen.
- **Marts 2010:** Pinterest går live.
- **Oktober 2010:** Instagram bliver lanceret og rammer en million brugere i december. Den første selfie ser dagens lys.
- **Maj 2011:** Microsoft køber Skype.
- **Juni 2011:** Google+ lanceres, og Myspace sælges til Specific Media ejet af News Corp.
- **Juli 2011:** Snapchat går live. Dengang under navnet Picaboo.
- **Marts 2012:** Twitter når 140 millioner aktive brugere.
- **Maj 2012:** Facebook bliver børsnoteret. Selskabet værdisættes til 104 milliarder dollar, den største værdiansættelse til dato for noget nyt selskab på børsen.
- **December 2012:** Snapchat lancerer videodeling, så brugerne kan dele 10 sekunder videoer.
- **August 2012:** Tinder datingservice lanceres i USA.
- **April 2012:** Facebook køber Instagram.
- **Oktober 2012:** Facebook når en milliard aktive brugere.
- **November 2013:** Twitter børsnoteres. →

mediers side gerne samarbejdes med mediehusene om optimering af deres trafik på nettet. Samtidig er mediehusene med til at aflevere adgang til data på deres kunder til techgiganterne, og de gør det uden at kunne få skyggen af indsigt i eller forståelse af de algoritmer, som styrer techgiganternes egen forretning.

For de klassiske professionelle medier har århundredets to første årtier haft store omkostninger. Uden indtægterne fra annoncerne har mange medievirksomheder i den klassiske mediebranche været ude i og er ude i en overlevelseskamp. Det gælder ikke mindst de lokale og regionale dagblade, som ikke har det samme potentiale som de nationale medier til at række ud efter et bredere publikum og søge at skabe et holdningsmæssigt fællesskab hos læserne. Oplagsfaldene for papiraviserne er karakteriseret ved alt fra siveblødninger hen over de 20 år for de fleste til styrtblødninger for ikke mindst tabloidaviserne Ekstra Bladet og B.T. Tabloidaviserne søger så i stedet at skabe sig en ny digital annonceforretning, mens de øvrige dagblade søger at få hold på en rentabel digital abonnementsforretning.

Gratisaviskrigen

I starten af det 21. århundrede handlede opmærksomheden slet ikke om den digitale udvikling i mediehusene, men om en blodig gratisaviskrig. Måske en af årsagerne til, at dagbladshusene tabte momentum og kom for sent op på den digitale hest.

Metro-koncernen blev stiftet i 1995, hvor man begyndte at uddele en gratisavis i Stockholms undergrundsbane. Netop ved århundredets start 3. september 2001 udvidede man forretningen til Danmark under navnet MetroXpress. Tre uger senere svarede Berlingske igen ved at udgive gratisavisen Urban, som lukkede i 2012. Flere lokale dagblade og Jyllands-Posten begyndte også at udgive gratisaviser, der alle siden er lukket.

Konkurrencen blev oprappet i 2006, da islandske investorer lancerede Nyhedsavisen. Som modsvar udgav Berlingske og JP/Politiken aviserne Dato og 24timer. Både Dato og Nyhedsavisen er siden lukket, mens 24timer blev solgt til MetroXpress. MetroXpress' daværende ejer, det schweiziske Tamedia, lukkede 24timer. MetroXpress blev senere fusioneret ind i et selskab under Berlingske-koncernen med navnet BTMX, der skulle udgive B.T. og MetroXpress i et tæt redaktionelt samarbejde. Berlingske Media kom til at eje 70 procent af det nye selskab, mens MetroXpress og Tamedia ejer resten.

I 2018, knap 17 år efter den kom på gaden for første gang, lukkede Danmarks første gratisavis og blev til B.T.s gratisudgave, B.T. Metro. Gratisaviskrigen kostede trecifrede millionbeløb for mediebranchen. Og imens drønedede udviklingen afsted digitalt.

Nyhedsmonopolet brudt

I det 21. århundrede har vi bevæget os fra lukkede medie-økosystemer til åbne medie-økosystemer. Inden internettet kontrollerede medievirksomhederne hele værdikæden fra indsamling af nyheder til produktion, distribution og levering af medieindhold til kunderne. I dag med åbne medie-økosystemer kan dybest set alle nemt starte en ny internetbaseret nyheds- eller indholdsservice i form af for eksempel blogs, men de er afhængige af techgiganternes platforme til at skabe opmærksomhed omkring sådanne tilbud og for at kunne levere dem ud til brugerne.

Det klassiske journalistiske arbejde med faste deadlines og en sikker position som gatekeeper på viden og spredning af nyheder er forbi. Internettet er aldrig slukket. Nu er der en 24-timers deadline og adgang til både sociale medier, blogs, influencere og masser af direkte kilder fra virksomheder, organisationer og enkeltpersoner nonstop. Problemet er ikke at få adgang til indhold, viden og nyheder. Problemet er at få adgang til kvalitetsindhold, ordentlig varedklareret viden og troværdige nyheder.

Troværdigheden er ikke længere hævdvunden, men udfordret af, at de professionelle medier ikke er eneleverandør af nyheder i dag. Et øjenvidne til en ulykke eller en terrorak-

tion kan pludselig blive den mest centrale nyhedsformidler i øjeblikket på Facebook. Nyheder produceres flittigt både af internetbrugere selv eller af mediernes hidtidige kilder på egne kanaler som for eksempel offentlige institutioner, virksomheder, organisationer og politiske partier, der alle har egne websider, YouTube-kanaler eller kanaler via de øvrige sociale medier. Nu er der masser af information til rådighed. Ingen har længere patent på den bedst opnåelige version af sandheden, som de klassiske medier hidtil har forsvaret som deres position. Nyhedsmøllen kører ubønhørligt hele døgnet, og der skal råbes stadigt højere for at få opmærksomhed.

Med så kolossalt stort et udbud af medietilbud, så er det ikke underligt, at loyaliteten over for bestemte produkter bliver mindre, at nye generationer vælger et ændret, mere mangfoldigt og mere interaktivt og involverende medieforbrug. Heller ikke, at der skal findes nye veje med smarte algoritmer til at fastholde brugerne og sikre genveje til præcis det, kunden søger efter, eller ved at levere et holdningsfællesskab, som kunder efterspørger.

De globale techvirksomheder og deres platforme har på de seneste to årtier fuldstændig undermineret de traditionelle mediers forretningsmodel på annoncemrådet og ved at tilbyde så meget gratis indhold, at det ikke blev nødvendigt for brugerne at betale for nyheder på samme måde som tidligere. Men de har også undermineret de traditionelle mediers autoritet og tillid i manges øjne.

Langsomt er betalingsvilligheden for adgangen til kvalitetsindhold ved at brede sig i Danmark efter mange eksperimenter med forskellige nye forretningsmodeller og prissætning på digitale abonnementsbaserede produkter. Men det efterlader et polariseret mediemarked, hvor de, der har pengene, kan få adgang til journalistisk kvalitet og velredigeret og prioriteret indhold, mens andre nøjes med det gratis.

Nichemedier på optur

Digitalt indfødte nichemedier som Altinget kom til i starten af århundredet, og siden har flere af den type medier også fundet vej til danske medieforbrugere med købekraft. I 2018 er der lanceret et nyt dansk nichemedie hver anden uge.

Det er primært Altinget, JP/Politikens Hus med Watch-medierne, Teknologiens Mediehus (Ingeniøren), Kristeligt Dagblad, North Media samt en række mindre startupmedier, der har meldt sig på markedet. Langt de fleste nicheinitiativer er rettet mod bestemte brancher og målgrupper og er abonnementsbaserede. Nichemedierne har i høj grad udspring i erhvervs- og finansjournalistik, fordi betalingsvilligheden hos kunderne her er størst. Det ældste nichemedie i den dybe, perspektiverende journalistiske kategori, Mandag Morgen, har nu 30 år på bagen og udgives både på papir og digitalt, ejet af samme ejer som Altinget, Rasmus Nielsen.

Også nye typer nichemedier rettet mod det private publikum som Zetland og Føljeton kom til verden med tilbud om en anden form for journalistik her i det 21. århundredes begyndelse. Deres økonomi er endnu skrøbelig, og om de klarer overlevelse på længere sigt, er usikkert.

Flere public service-medier og mindre DR

Hele seks medieforlig er det blevet til i det 21. århundredes første femtedel. Hvert andet medieforlig siden 2000 har haft bred politisk opbakning, mens den anden halvdel af forligene er indgået med smalt flertal. Som en konsekvens af mange års diskussioner om licensen, så blev den ved en politisk aftale i 2018 besluttet omlagt til betaling over skatten. Diskussionen om public service som begreb, og hvor stor særligt DR skal være i fremtiden, har ikke ændret sig de første 20 år i dette århundrede. Heller ikke de politiske storme, som der altid har været omkring ikke mindst Danmarks Radio. Men på de 20 år er polariseringen af synspunkterne omkring DR og den private mediebranches opposition mod DR's



- **Maj 2013:** Google laver konkurrent til Skype med Google Hangout.
- **Januar 2013:** Myspace relanceres.
- **Februar 2013:** Snapchat brugere sender nu 60 millioner snaps i døgnet.
- **Marts 2014:** Instagram når 200 millioner aktive brugere.
- **Maj 2015:** Snapchat når 100 millioner aktive brugere.
- **Maj 2015:** Facebook åbner for brug af GIFs.
- **Juni 2015:** Friendster lukker.
- **December 2016:** Microsoft køber LinkedIn
- **2016:** Yahoo afbryder sine tjenester til Windows, Mac, Linux og Solaris' klienter i begyndelsen af august 2016. Det vil nu kun køre videre med Yahoo Messenger på Android, iOS og web-klienter.
- **Februar 2016:** Time Inc køber Myspace.
- **September 2016:** Snapchat bliver rebrandet som Snap Inc.
- **Marts 2017:** Snapchat børsnoteres.
- **Marts 2018:** Det bliver afsløret, at Cambridge Analytica har høstet millioner af brugerdatabaser uden brugernes samtykke og brugt disse data til politiske formål. Facebookaktien dykker nedad.
- **April 2018:** Mark Zuckerberg vidner for Kongressen og Europa-Parlamentet og lover bod og bedring med hensyn til datasikkerhed.
- **April 2019:** Google+ lukker.
- **Juni 2018:** Instagram når en milliard aktive brugere.
- **Juni 2019:** Facebook vil lancere kryptovaluta til to milliarder brugere ved navn libra inden for det næste år.

ekspansion på de nye digitale platforme taget til i styrke. Alt sammen kulminerende med medieforliget i 2018, som beskærer DR over de næste år med 20 procent og gør det til en mindre kulturinstitution i fremtiden.

Siden århundredets start er en statsfinansieret public service-taleradio Radio24syv kommet til i statens medieportefølje. Flere kanaler efter samme model som Radio24syv med udlicitering til private af opgaven med at drive medier på en række indholdsbetingsforhold og for statspenge ser ud til at følge efter. TV 2 er forblevet i statsligt ejerskab, selvom medievirksomheden det meste af de ti årtier har stået på salgslisten hos de borgerlige partier.

Her er hovedpunkterne i indholdet af de seks medieaftaler i århundredets første 20 år:

2002: TV 2 sættes til salg

Medieforliget i 2002 med Brian Mikkelsen (K) som kulturminister var et smalt medieforlig. Kun Dansk Folkeparti og regeringspartierne Venstre og Konservative stod bag aftalen, der som det mest kontroversielle punkt havde en privatisering af TV 2. Det hed sig i aftalen, at det skulle ske "så hurtigt som muligt" i aftaleperioden, som løb fra 2002 til 2006. 17 år senere er salget som bekendt ikke blevet til virkelighed. Aftalen indeholdt i øvrigt en udfasning af TV 2's licensfinansiering, som stoppede i sommeren 2004.

2006: Bredt forlig og nye kanaler

Alle Folketingets partier på nær Enhedslisten stemte for et medieforlig for årene 2007-2010, ligeledes under Brian Mikkelsen som kulturminister. DR fik en ny kanal med kombineret børne- og historieindhold. DR og TV blev påført forpligtelser til at betale for dansk film i endnu større udstrækning end tidligere. TV 2 skulle fortsat sælges. Sort-hvid-tv-licensen blev afskaffet. Den eksisterede frem til udgangen af 2006 og blev erstattet af en medielicens, der lagde sig på det hidtidige niveau for farve-tv-licensen.

2010: Radio24syv

Medieforliget 2010 under Per Stig Møller (K) som kulturminister blev smalt. Her lagde kun regeringspartierne Venstre og Konservative samt støttepartierne Dansk Folkeparti og Liberal Alliance stemmer til. Største nyhed var ønsket om en konkurrerende taleradio til P1. Den gik i luften i november 2011 under navnet Radio24syv med kælenavnet Radio Møller. Aftalen i 2010 indeholdt desuden en øget public service-pulje, der kom til verden ved medieforliget i 2006, en mindre forpligtelse for DR og TV 2 til at støtte dansk film og værditestedningen i forhold til nye DR-tiltag. Det blev desuden gentaget, at statsejede TV 2 skulle privatiseres.

2012: Licensens fremtid

Efter regeringsskiftet, der gjorde Helle Thorning-Schmidt (S) til statsminister og Uffe Elbæk (R) til kulturminister, blev alle Folketingets partier med undtagelse af Liberal Alliance enige om en medieaftale, der skulle gælde frem til slutningen af 2014. Planerne om at privatisere TV 2 blev skrinlagt. I stedet skulle der i forligsperioden ses nærmere på "fordele og ulemper ved andre måder at organisere et fremtidigt TV 2 på". Samtidig blev der lagt an til et opgør med licensen. Forliget bestemte, at der skulle sættes gang i et udredningsarbejde, der skulle se på alternative finansieringsmetoder. Tankerne om en slukning af FM-båndet blev samtidig introduceret.

2014: Alle partier ombord

Medieforliget i juni 2014 havde Marianne Jelved (R) som pennefører og kulturminister. Her var alle Folketingets daværende otte partier – Socialdemokratiet, Radikale Venstre, SF, Enhedslisten, Venstre, Liberal Alliance, Dansk Folkeparti og Det Konservative Folkeparti –

med i aftalen. Det blev en aftale uden de store markante nyheder. Blandt hovedpunkterne i aftalen var en forøgelse af DR's og TV 2's forpligtelse til at støtte dansk film, en styrkelse af public service-puljen og et større udlægningskrav til DR. De private mediers produktionsstøtte udvides til at omfatte digitale medier, såkaldt platformsneutralitet. Uden for medieaftalen blev det vedtaget at droppe erhvervslicensen.

2018: Markant beskæring af DR

Den største svækkelse af DR siden monopolbruddet i 1988. Det blev overskriften på det smalle medieforlig i 2018 mellem regeringen og Dansk Folkeparti. Danmarks Radio skal skæres med 20 procent de næste fem år. Besparelserne svarer cirka til 754 millioner kroner af de 3,7 milliarder kroner, DR modtog i licensindtægter fra i 2016. "Med aftalen får vi et mere fokuseret DR, som skal gentænke sig selv som kulturinstitution. DR skal ikke længere være en bred mastodont, men et smalt fyrtårn," sagde kulturminister Mette Bock (LA) i en pressemeddelelse i forbindelse med forligsindgåelse.

Journalistikken

Konsekvensen af 20 års markante ændringer i mediebranchen og en økonomisk krise i mange mediehuse har været betydelige besparelser på de journalistiske ressourcer og dermed på kapaciteten til at lave samme mængde og kvalitetsindhold som tidligere. Det skal understreges, at der fortsat produceres rigtig meget dygtig journalistik af høj kvalitet i de danske medier, men det er mere blevet fremragende punktnedslag med store afsløringer end en kontinuerlig stærk leverance på de nationale medier.

Det nye her er, at de store afsløringer i stigende grad bliver til via internationale alliancer af kulegravende journalister, der afdækker for eksempel skattesvind, hvidvask eller lignende. Særligt de lokale og regionale medier har svært ved at følge med ressourcemæssigt til samme tilstedeværelse lokalt som tidligere, og det opleves af kunderne som et svigt.

Undersøgelser viser, at journalisterne på de professionelle medier føler, at de kontinuerlige deadlines for onlinenyhederne efterlader mindre tid for dem til research, til at analysere ting og kontrollere fakta. De mener, at tidspresset påvirker både kvalitet, udvælgelse og kildekritik til fordel for historier, som det er nemt at producere. Som mange andre faggrupper har journalisterne også fået nye opgaver med ikke bare at producere nyhederne til papiravisen, men også at optimere opmærksomheden på nettet, producere videomateriale og udføre en række tekniske funktioner. For mange journalister betyder konvergensen af medierne, at de forventes at skabe nyhedsindhold til flere platforme med flere forskellige formkrav.

Det siges, at kampen om opmærksomheden og mediehusenes økonomiske krise har øget tabloidiseringen af mediebranchen. Trangen til at underholde og skabe større attraktionsværdi eller klik har bragt medierne tættere på tabloidgenren. Stjerner, kendisser og semikendisser samt fagfolk i populærkultur, sport og mode er blevet en del af kvalitetsmediernes indhold og klummeskribenter. Det samme har en gruppe af politiske kommentatorer – ofte tidligere politiske rådgivere eller spindoktorer – med populære og let forståelige udlægninger af det politiske spil og politiske udviklinger.

Mediebranchen er ved at finde sin nye form efter turbulente 20 år i starten af det 21. århundrede. Meget tyder på, at de traditionelle nationale medier søger at bygge holdningsmæssige værdifællesskaber med læserne og brugerne som vejen til at fastholde og udbygge abonnementsmodellen. De regionale og lokale mediehuse søger at fastholde og udbygge de geografiske og lokale værdifællesskaber omkring deres udgivelser, nu i digital form. Nichemedierne kommer til at vokse i omfang med stadigt mere specialiseret indhold. Ugeaviserne bliver de næste ofre i overlevelseskampen, når de store supermarkeder og ejendomsmæglerkæderne ikke længere vil holde liv i dem med annoncer.

DR og TV 2 kommer til at gå en vanskelig omstillingsperiode i møde med øget inter-

national konkurrence også på dansk streamingindhold og for TV 2's vedkommende øget pres på annonceomsætningen. I det hele taget vil streamingmarkedet og markedet for on-demand-video-tilbud ekspandere voldsomt.

Det nye offentlige rum

Ifølge Global Digital Report 2019 er antallet af internetbrugere globalt nu 4,388 milliarder mennesker. 360 millioner mennesker kom online for første gang i løbet af 2018 – i gennemsnit en hastighed på mere end en million nye brugere per dag. 57 procent af verdens befolkning er nu forbundet til internettet. I Danmark er internetpenetrationen 98 procent. På verdensplan kun overgået af De Forenede Arabiske Emirater.

Antallet af mennesker på de sociale medier i verden er 3,484 milliarder. 280 millioner nye brugere er kommet på siden januar 2018. Næsten en fjerdedel af jordens befolkning er nu på Facebook. I Danmark har 79 procent af befolkningen over 13 år en facebookkonto. 44 procent af os har en konto på Instagram. 10 procent en konto på Twitter. 43 procent på Snapchat. 54 procent en konto på LinkedIn. Om vi bruger alle disse konti, det er en anden sag. Men at vi er storbrugere af Facebook og YouTube i Danmark er uomtvisteligt.

Sociale medier er i virkeligheden den ultimative globalisering. Bortset fra en håndfuld autoritære stater er verden nu tilsyneladende grænseløs. Evnen til at engagere sig i samtaler med mennesker tusinder af kilometer væk og dele lignende oplevelser med forskellige kulturer har været en drivende kraft bag etableringen af platforme som Facebook og Twitter. De sociale medier har revolutioneret verden, og hvordan vi kommunikerer i den. De har med sig bragt evnen til at møde mennesker, som vi ellers ikke ville have mødt og holde kontakten med familie og venner på tværs af fysiske afstande.

I dag bruges de sociale medier ikke kun til at fejre gamle skolekammerater eller dele feriebilleder med moster Anna. Sociale medier bliver brugt på måder, der former politik, erhvervsliv, verdenskultur, uddannelse, karriere, innovation og meget mere. I forhold til andre medier er de sociale mediers indflydelse på de politiske kampagner vokset. Sociale netværk spiller en stadig vigtigere rolle i valg og politik.

Valget af Donald J. Trump som amerikansk præsident i 2016 er måske den stærkeste illustration af, hvad sociale netværk kan bruges til. Fordi sociale medier giver folk mulighed for at kommunikere med hinanden mere frit, er de med til at skabe overraskende indflydelsesrige, sociale rammer omkring dem, der engang var marginaliserede grupper.

Marginaliserede får stemme

Takket være internettet kan enhver med marginale synspunkter se, at han eller hun ikke er alene. Og når disse mennesker finder hinanden via sociale medier, kan de gøre ting sammen – skabe *memer* som for eksempel indforståede satiriske jokes og publicere indhold, der styrker deres verdenssyn og derefter bryder ind i mainstream. Marginaliserede grupper er ved at blive det mest indflydelsesrige mikrokosmos på sociale medier.

Øget synlighed og opmærksomhed har flyttet magtbalancen fra eliten til grupper, der ikke før havde en stemme. Nogle hævder, at sociale medier har tilskyndet folk til at bruge computere og mobiltelefoner til at udtrykke deres bekymringer uden egentlig at skulle engagere sig aktivt i det virkelige liv. Deres støtte er begrænset til at trykke på like-knappen eller dele indhold. Det er en meget menneskelig reaktion, når folk får muligheder, der fritager dem fra ansvar for at handle. Når folk præsenteres for en mulighed for at "synes godt om" i en sag, så bruger de den til at fravælge faktisk at bruge tid og penge til velgørende formål. På den anden side, når folk får lov til at vise støtte til for eksempel private enkeltpersoner i overensstemmelse med deres egne personlige værdier, så er de mere tilbøjelige til at vise støtte i form af at yde et finansielt bidrag.

Virksomheder har indset, at de kan bruge sociale medier til at generere indsigt, stimulere

Konkurrent & kollega

Maria Rørbye Rønn

Jeg læser løbende og med stor begejstring Altinget. I en heftig nyhedsstrøm er det en fornøjelse med et medie, der som Altinget går i dybden med netop de stofområder, de har specialiseret sig i. I en tid og en branche, hvor vi har travlt med at tale om det digitale, det flygtige og disruption, gør det mig oprigtigt glad at se, hvordan Altinget ved at insistere på indsigt og kvalitet over de senere år er vokset og styrket. Så herfra et stort tillykke til jubilaren – en stille, men ubetinget succes.

efterspørgslen og skabe målrettede produkttilbud. Når produkter tiltrækker en masse positive omtaler, kan det styrke salget. Men når det omvendte sker, så kan det have dramatiske konsekvenser og slå et produkt eller en virksomhed ihjel imagemæssigt.

De sociale medier har vist en markant evne til at mobilisere stærke følelser og engagementer. Hvad enten det har handlet om MeToo-bevægelsen eller klimadebatten. Også mindre sager har vist sig at kunne rejse en sympati- eller antipati-storm på nettet.

Cybermobning

De sociale medier har også fået en plads i nyhedsformidlingen. Ofte er helt almindelige mennesker de hurtigste lokale øjenvidner til begivenheder, naturkatastrofer eller ulykker, og deres beretninger, billeder og videoer finder på den måde hurtigt vej til de professionelle medier underlagt den redigering og de etiske forbehold, som de redigerede medier i modsætning til de sociale medier er underlagt.

Sociale medier har fået skylden for at fremme dårligdomme såsom cybermobning, stalking, identitetstyveri, afpresningsforsøg og misbrug af oplysninger, som er nogle af de trusler, som brugerne af de sociale medier oplever. Det meste af tiden er det brugernes egen skyld, da de ender med at dele indhold, der ikke bør være i offentlighedens søgelys, eller downloade indhold af simpel uvidenhed, som kan være skadeligt. Med kriminalitet og svindel har naturligtvis også fundet nye veje ind i vores digitale verden.

I 2018 gik der skår i idealerne og medvinden til de sociale medieplatforme. Et stort antal mennesker har følt deres identitet truet, deres data politisk misbrugt og deres adfærd overvåget og videregivet. Der er kommet en modreaktion mod big data. Det næste årti kommer vi til at se, at den modbølge vil stige i intensitet. Kravet om selv at have kontrol over egne personlige data vil stige, efterhånden som mere og mere af vores liv bliver digitalt overvåget. Kravet om øget transparens og valgmuligheder i forhold til beskyttelse af privatlivet vil blive markant.

Sandheden udfordret

Internettet og de sociale platforme har åbnet for enorme mængder af indhold og for hurtig deling af det. Bagsiden af den positive udvikling er en tiltagende forurening af vores fælles offentlighed. De digitale platforme er blevet de nye massemedier, mens papiravisen og flowradio- og -tv skrumper. Rygter og falsk indhold har altid eksisteret. Sagen er nu, at de nye teknologier har forstærket mulighederne og adgangen til at sprede misinformation og bevidst desinformation til utallige platforme og i halsbrækkende hastigheder.

Lad os få nogle definitioner på plads. Vi taler om ubevidst misinformation, når man deler noget fra en god ven, som er falsk, men som man tror, er sandt. Der er her ikke tale om, at man ønsker at skade nogen. Vi taler om desinformation, når man bevidst spreder indhold, der ikke er sandt, med henblik på at skade en person, en organisation eller en virksomhed. Vi taler om malinformation, når man spreder noget, der har noget sandt i sig, men det sættes ind i en anden kontekst, hvor det kan skade en person, organisation eller virksomhed.

Internettets demokratisering af ytringsfriheden og det åbne vindue til grænseløs og ufiltreret kommunikation og videndeling med hele verden har fået en uheldig og udfordrende bagside. En bagside, der kalder på, at den teknologiske frihedseufori på nettet må reguleres og have nogle rammer for at undgå en destabilisering af demokratiet og dæmme op for en uholdbar forurening og infiltrering af vores demokratiske grundforsyning af information og viden. En regulering, der skal findes i en fornuftig balance i forhold til beskyttelse af ytringsfriheden og den frie politiske debat.

I stigende grad deler vi vores nye offentlige rum online med robotter, som hurtigt vokser sig mere og mere avancerede og kan sende meddelelser i tusindvis ud på få sekunder. Og vi deler det med falske profiler, manipulerede videoer og budskaber med uigennemsigtige

afsendere. Kort sagt har vi med det 21. århundredes begyndelse fået et forureningsproblem i vores digitale kommunikationsmiljø. Robotterne kan langt hurtigere end den menneskelige kraft sprede desinformation og reagere med modkampagner på emner og påstande, som findes på de sociale medier. Med brug af AI og robotter kan segmenterede politiske budskaber målrettes til præcise befolkningsgrupper med bestemte holdninger, præferencer og bekymringer eller i udvalgte livssituationer. Og teknologierne til at manipulere med billeder, videoer, ansigter og lyd er allerede på vej til at blive let tilgængelige.

Vores digitale offentlighed er nu i høj grad styret af algoritmer, hvis ageren vi ikke kan gennemskue, som belønner stærke følelser og mange klik og reaktioner med endnu flere klik og reaktioner. Og de stærke følelser af negativ, vrede og indigneret karakter vil altid vinde over de høflige og konstruktive, afdæmpede ytringer og få mere opmærksomhed. Det er ikke teknologiens skyld, men menneskelige reaktionsmønstre. Men teknologien og algoritmerne forstærker de mønstre. Deep fake news og manipulation af billeder og video er endnu på begynderstadiet, men det varer ikke længe, inden vi ser næste version af den udvikling.

Informationsmængderne er så store, at vi har svært ved at finde rundt i, hvad der er troværdig og autentisk faktuel viden, og hvad der er utroværdigt indhold, en tvivlsom kilde eller direkte spredning af løgn. Vi har simpelthen ikke et tilstrækkeligt stærkt beredskab af digital dannelse og teknologiske redskaber til at imødegå udfordringen lige nu.

Faktatjek-medier

Hele den udvikling blev afgørende for, at Mandag Morgen i 2017 tog initiativ til etableringen af det første danske selvstændige faktatjekmedie i Danmark: www.TjekDet.dk.

Faktatjek af den offentlige debat på især sociale medier er kernen i TjekDets journalistiske virke. Redaktionen skal give danskerne information, der kan hjælpe dem med at navigere i et demokrati. Grundlaget for et faktatjek skal hvile på faktuel videnskabelig dokumentation. TjekDet er det eneste danske faktatjek-initiativ, som er medlem af The International Fact-Checking Network (IFCN). Da TjekDet har forpligtet sig til at følge IFCN's regelsæt, er redaktionen yderligere forpligtet til at følge en række standarder for et journalistisk faktatjek, der rækker ud over den danske medieansvarslovgivning og Pressenævnet.

TjekDet har indgået et samarbejde med Facebook om at være uafhængig treparts-faktatjekker på Facebooks indhold. Det indebærer, at problematiske opslag, som Facebooks egne robotter ikke kan tjekke i tilstrækkeligt omfang, underkastes et særligt faktatjek hos TjekDets redaktion, som herefter enten kan verificere indholdet eller markere det som falsk, så forbrugerne ved, hvad de går ind til, hvis de prøver at dele opslaget.

Selvom vi oversvømmes af en masse uigennemskuelig information, så er befolkningen med undtagelse af de unge ikke blevet mere omhyggelig med at tjekke, hvad vi læser og ser.

Indtil videre har vi ikke set voldsomme troldeangreb fra fremmede stater i forbindelse med valg handlinger i Danmark, som det er blevet oplevet i forbindelse med valg andre steder i Europa og i USA. Vi ser til gengæld meget kommercielt fup og svindel på de sociale medier, og vi ser grupperinger på højrefløj og venstrefløj, der hver især dyrker ekstreme holdninger og forsøger at sprede dem ind i det øvrige net. Danske virksomheder har også i de senere år oplevet cyberangreb og trusler mod deres datasystemer.

Mediernes rolle i samfundet

I de første 20 år af det 21. århundrede er der sket meget med danskernes medieforbrug, tilliden til medierne og bekymring for falske nyheder. Den allernyeste analyse hedder 'Danskernes brug af nyhedsmedier 2019' og er udarbejdet af Kim Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaard Eberholst for Center for Nyhedsforskning på RUC. Den udlægger

det danske perspektiv på den årlige undersøgelse foretaget af Reuters Institute Digital af nyhedsbrug i 38 lande. Selvom tilliden til nyhedsmedier generelt er faldende, så holder danskerne bedre fat i den end andre lande. 57 procent af danskerne har en generel tillid til nyhedsmedierne, hvor det internationale tal er 42 procent. Og hele 63 procent af danskerne har tillid til de nyhedsmedier, som de selv bruger, hvor det internationale tal er 49 procent. Mens godt halvdelen af os altså stadig tror på nyhedsmedierne i Danmark, så fortsætter faldet i forbruget af dem.

Nedgangen fra 2018 til 2019 ligger for tv-nyheder, avisers onlinenyheder og tv-kanalers onlinenyheder i størrelsesordenen 3-5 procentpoint, mens brugen af sociale medier og radio-nyheder er næsten uændret. Den faldende tendens har været gældende siden 2016. Faldet betyder ikke nødvendigvis, at danskerne bruger mindre tid på nyheder; det kan betyde, at de koncentrerer deres nyhedsbrug på færre nyhedsmedietyper.

I Danmark samles nyhedsbruget på de sociale medier stadig på Facebook (36 procent), mens Facebook Messenger og Instagram bruges til nyheder af henholdsvis 8 procent og 6 procent af befolkningen. Nyheder fra sociale medier er ubestridt den mest udbredte kilde til nyheder for de 18-24-årige (57 procent), næsten 20 procentpoint foran tv-nyheder (40 procent), der ligger næsten side om side med avisers og tv-kanalers onlinenyheder (begge 38 procent). I de tre ældste aldersgrupper dominerer tv-nyheder med avisernes onlinenyheder på andenpladsen.

Betalingsvilligheden blandt danskere for medieindhold er stagneret på 15 procent, som har været resultatet siden 2016. Den stagnation bliver særlig relevant, når man sammenligner Danmark med Norge og Sverige, hvor der er en betalingsvillighed, der for øjeblikket er verdens højeste (Norge 34 procent). De fleste danskere, der betaler for onlinenyheder, er kun villige til at betale for ét abonnement (68 procent).

Tilliden til de nyheder, som brugerne finder via de sociale medier, er lav. Kun 15 procent er enige i, at man kan have tillid til de nyheder, man har fået fra sociale medier (12 procent i 2018). Langt de fleste danske nyhedsmedier nyder en høj grad af tillid fra deres brugere, uanset om brugerens politiske ståsted er placeret til højre, til venstre eller på midten

Trods mistilliden til nyheder fra sociale medier tager danskerne generelt ikke mange forholdsregler for at beskytte sig imod misinformation. Danskerne er langt mindre bekymrede for falske nyheder (39 procent) end andre landes befolkninger.

Danskernes holdning til, hvad der er de professionelle mediers rolle, er der ikke megen tvivl om. Det handler om at informere, forklare og oplyse samt at være demokratiets vagthund. **A**

Stig Kirk Ørskov

Administrerende direktør i JP/Politikens Hus fra 2014. I perioden 2010 til 2014 koncerndirektør med kommercielt ansvar for Ekstra Bladet, Jyllands-Posten og Politiken.

Konkurrent & kollega

Stig Kirk Ørskov

Tillykke til djøf'ernes intranet. Det er ikke uden grund, at Altinget kaldes djøf'ernes intranet. Det er stedet, hvor ministerie-, parti-, organisations- og public affairs-ansatte kan læse om sig selv, dem, de gik på studie med, deres kolleger eller nogle, de har drukket øl med på Folkemødet. Stedet, hvor de kan se opslag for de job, som deres gode venner lige har forladt eller fået, og hvor de kan læse klummer og analyser af dem, de blev undervist af på studiet. Men selvom Danmark er beriget med mange djøf'ere, er der trods alt ikke mere end 500.000, som er det antal brugere, der hver måned besøger Altinget. Altinget formår nemlig at ramme betydeligt bredere og manifestere sig som mediet for såvel den politiske nörd som den alment politisk interesserede. Vi har stadig til gode at se dybdegående graverjournalistik og store afsløringer fra Altinget, men Altinget er allerede et medie, der i det nuværende medielandskab er meget svært at komme udenom. Altinget skal have ros for at have taget politiske niche-emner seriøst og indgående dækket de enkelte politiske fagområder. Det er en fornem præstation at skabe et medie, der på så kort tid har opnået en stærk position. Det er særligt imponerende, når det omhandler emnet politik, der i forvejen behandles i mange andre medier. Det siger noget om Altinget.dks styrke. Altinget ønskes stort tillykke med de 20 år. Vi er mange, der ser frem til Altingets næste 20 år – også os, der ikke er djøf'ere.

Mikromålretning vinder over makromålretning på internettet



“Det er svært at spå, især om fremtiden.” Sådan siger et gammelt mundheld, men hvem sagde det egentlig først? Da jeg voksede op i Danmark, var det normalt Storm P., der fik æren. Nu, hvor jeg bor i USA, hører jeg det ofte tilskrevet Niels Bohr. Så både danskerne og amerikanerne er enige om, at det er en dansk idé, at man ikke kan spå om fremtiden. Men vi ved stadig ikke, hvem der sagde det.

Eftersom jeg i dette kapitel skriver om forudsigelser, ville jeg prøve at finde ud af, hvor dette med at spå om fremtiden kommer fra. Hvad gør man i den situation? Selvfølgelig en søgning på internettet. Der er et websted ved navn quoteinvestigator.com, der kan give os lidt mere information. De oplyser, at den danske politiker K.K. Steincke i sine erindringer (‘Farvel og tak’, udgivet i 1948) skriver, at udsagnet blev fremsat fra Folketingets talerstol under samlingen 1937-38. Men Steincke meddeler ikke, hvilket folketingsmedlem der sagde det, så vi har stadig ikke løsningen på gåden, om end vi nu har en rimeligt troværdig kilde til, at det hverken var Storm P. eller Niels Bohr.

Folketingstidende fra 1937-38 er endnu ikke lagt ud på nettet i søgbar form, så sporet ender her, medmindre man er villig til at investere måneders arbejde på at læse den trykte bog igennem manuelt.

Denne lille anekdote leder til to interessante konklusioner om medieudviklingen mere generelt. For det første eksistensberettigelsen af ekstremt specialiserede nicheinformationskilder som quoteinvestigator.com. Der er ganske vist websteder fra bredere medier, der diskuterer oprindelsen af talemåden om at spå om fremtiden. Men de gør det ikke særligt godt, fordi de ikke har afsat tilstrækkelig tid til at researche dette – ikke særligt vigtige – spørgsmål til bunds. Quoteinvestigator har derimod helliget sig den opgave at finde ud af, hvem der har sagt hvad. Koste, hvad det vil. Og fordi de publicerer deres resultater på internettet i søgbar form, bliver der gradvist, år efter år, opbygget mere og mere information omkring de forskellige citater. For eksempel er der en bibliotekar ved Åbo Akademis bibliotek, som sendte dem et skan af den relevante side i Steinckes erindringer til dokumentation for, at citatet formentlig stammer fra et folketingsmedlem i 1937 eller 1938.

Det er svært at forestille sig noget mere snævert publiceringsområde end at opbygge dokumentation for, hvem der er den oprindelige kilde til gamle citater. Men der er et websted, der gør det, og de gør det godt.

Den anden pointe er egentlig endnu vigtigere, nemlig hvordan jeg fandt frem til quoteinvestigator.com. Jeg har ikke tidligere interesseret mig for oprindelsen af talemåder, der tilskrives flere forskellige ophavsmænd, så jeg kendte ikke quoteinvestigator.com på forhånd. Jeg fandt det på Google. Søgmaskiner er de mest værdifulde af samtlige tjenester på internettet, fordi de aggregerer hele webbet med milliarder af sider indhold og tilbyder det hele til brugeren smukt indpakket i en lille boks med sløjfe på.

Så der er bestemt brug for generelle og brede tjenester. Men nok ikke mange andre end Google og Facebook. (Eller mere generelt: søgemaskiner og sociale medier, som også Baidu og WeChat i Kina). Det betyder også, at Google stort set er enerådende om at bestemme, hvilken information den ikke-kinesiske del af verdens befolkning skal læse eller se. For eksempel analyserede Nielsen Norman Group i 2019 471 internetsøgninger (situationer, hvor en bruger havde brugt en søgemaskine for at finde noget). I 98,3 procent af tilfældene stoppede brugeren på den første side af søgeresultater. I 1,3 procent af søgningerne så brugeren på både side 1 og side 2, og i 0,4 procent af søgningerne så brugeren på mere end to sider af resultater. Så det er 98 procent korrekt, når vi siger, at hvis Google ikke synes, at de vil vise dig på side 1, så er du usynlig på internettet og kan stort set bare lukke din hjemmeside ned med det samme.

Men det er en sandhed med modifikationer, at Google og Facebook har eneret på at bestemme, hvad verdens befolkning skal læse. Der er en anden mulighed end at håbe på nåde fra internettets overherskere. Der er også mulighed for at knytte en direkte relation til et mindre antal brugere, hvis man kan udbyde noget, som de er ekstremt interesserede i. Typisk kan denne tætte forbindelse realiseres i form af nyhedsbreve per elektronisk post, men der er også andre muligheder. For eksempel har en bank monopol på at fortælle kunderne, hvor mange penge der er på deres konto. Så en bruger vil gå til sin egen bank, og ikke konkurrenten, for at se indestændet på kontoen.

Stort set er konklusionen imidlertid klar: Alt, hvad der er generelt og henvender sig til den brede befolkning, er underlagt de store portaler, som er indgangsvinklen til sådant alment-interessant indhold. Google (og deres underafdeling YouTube) og Facebook (og deres underafdeling Instagram) scorer en del mere end broderparten af værdien af den slags indhold. Producenten er efterladt med et par småmønter.

Jeff Zucker, som var chef for tv-selskabet NBC, sagde allerede i 1998, at publicering på internettet medførte “trading analog dollars for digital pennies”. (Heldigvis er dette citat ikke så omstridt som det, jeg indledte dette kapitel med at diskutere, fordi artiklen, hvor Jeff Zucker blev citeret i The New York Times 26. november 1998, stadig ligger på nytimes.com.). Altså, at hvor man tidligere tjente en krone i reklameindtægter og/eller abonnementsgebyr, må man nu nøjes med et par øre. Og det er endda højt sat.

Hvorfor er reklameindtægterne så lave på internettet? Det skyldes bannerblindhed, som igen er en følge af et velkendt psykologisk princip, som hedder selektiv opmærksomhed. Allerede i 1997 var det klart for enhver, der studerede almindelige menneskers faktiske brug af internettet, at de simpelthen ikke tillagde annoncerne nogen opmærksomhed. Der er stort set kun to undtagelser fra reklameblindhed på nettet: søgeannoncer og rubrikannoncer (brugt bil til salg, ledig stilling opslået osv.). I begge tilfælde er det ekstremt målrettede reklamer med information, som brugerne selv leder efter.

Rubrikannoncer var i gamle dage en stor del af de trykte avisers indtægtskilde, men da det er en af de få annoncetyper, der virker bedre på internettet, bidrager rubrikannoncerne bare endnu mere til avis døden. For specialiserede annoncer skal selvfølgelig bringes på specialiserede niche-websteder og ikke på generelle websteder.

Nu vender vi så tilbage til det her med at spå om fremtiden. I 1999 havde jeg analyseret mange af de fundamentale egenskaber af internettet i forhold til generelle medier som aviserne. Min konklusion var klar: Aviserne ville ikke kunne klare sig på internettet. I

Presseklip

Avischefer er konservative. De kigger på nuet og siger, at Internettet ikke er et godt medie og ingen kan holde ud at læse artikler på en skærm. De siger, man kan tage avisen, men ikke Internettet med i toget og bussen. De har fuldstændig ret. Men det de glemmer er, at vi står midt i en rivende udvikling.

Jakob Nielsen
8. november 1999,
Jyllands-Posten

Jyllands-Posten 8. november 1999 var jeg citeret for den forudsigelse, at “papiraviserne er forsvundet om otte år” (altså i 2007). Den spådom holdt som bekendt ikke helt stik, for der findes stadig aviser i 2019.

Imidlertid har udviklingen bevist, at jeg havde ret i de store linjer: Avisbranchen i USA havde 412.000 ansatte i 2001 og 166.000 i 2017 (dette omfatter ikke kun journalister, men alle avisernes medarbejdere). 60 procent færre medarbejdere over en periode på 16 år, hvor 1.800 aviser blev lukket, og de (indtil nu) overlevende skar kraftigt ned på budgetterne. Hvis det ikke er avisdød, så ved jeg ikke, hvad avisdød skulle være.

Det er imidlertid ofte tilfældet, at de eksperter, der klart kan se, hvor det bærer hen, noget overvurderer, hvor hurtigt udviklingen vil ske. Og kraftigt undervurderer inertien i store samfundssystemer. Jeg er bestemt skyldig i disse klassiske fejl. Så avisernes undergang blev ikke i 2007, fordi det bestemt er svært at spå om fremtiden.

Men den generelle udvikling er klar nok. Internettet giver ikke mange ressourcer til generel nyhedsformidling. Men mere præcist målrettede internetmedier har derimod gode muligheder for at klare sig. Men det skal være meget præcist. Mikromålretning skaber mere værdi end makromålretning. Man må ramme den enkelte brugers interesse så snævert, at man er den klart bedste kilde til information om noget, som denne person opfatter som altafgørende.

For de fleste spørgsmål er det egentlig ikke så vigtigt, om man får en lille smule bedre information. Hvis det kræver meget mere besvær og omkostning at få lidt bedre information, er det normalt ikke umagen værd. Lad os prøve at sætte tal på det: En person, der er interesseret i politik, føler måske, at det er en krone værd at være velorienteret om en landsdækkende nyhed, som for eksempel hvad statsministeren har sagt om den sidste udmelding fra oppositionen. Hvis en avis er ti procent bedre end alle andre til at dække den nyhed, har den artikel derfor skabt ti øres ekstra værdi for den pågældende læser. Men hvis det tager bare et minut længere at finde denne, den allerbedste, artikel, er det ikke umagen værd at lede efter den, hvis læseren har en løn på mere end seks kroner i timen.

Omvendt, lad os antage, at en direktør er ved at træffe en beslutning om en investering på en million kroner. Hvis kendskab til noget ekstra information kan gøre denne beslutning bare en procent bedre, vil det være 10.000 kroner værd at læse den pågældende artikel. Det er selvfølgelig ikke alle artikler, der er 10.000 kroner værd, selvom de er totalt målrettede til vor hypotetiske direktørs arbejdsområde. Men et præcist nichemedie med høj kvalitet burde være i stand til at publicere mindst én artikel om året, som vil have en konkret værdi for en given abonnent. Og det er derfor, at folk vil være villige til at betale for abonnementet.

De fleste almindelige mennesker træffer ikke millionbeslutninger til hverdag. Men de fleste har nogle interesser – enten på arbejdet eller som hobby – som de går ekstremt meget op i. Den indholdsleverandør, der superpræcist mikromålretter sit indhold efter en sådan niche, vil være meget værd for målgruppens medlemmer. Måske vil de betale et gebyr for indholdet. Måske vil de glædeligt modtage en regelmæssig mail, som fra tid til anden får dem til at købe noget. Eller måske er der en tredje tilgangsvinkel, som nicheudgiveren kan bruge til at udbygge og uddybe forholdet til mikromålgruppen på en måde, som skaber værdi. Pointen er, at denne merværdi har potentiale til at være langt større end den værdi, der kan skabes ved at halse efter en makromålgruppe.

Jeg kan ikke sige nøjagtigt, hvilke forretningsmodeller ethvert givet firma bør forfølge på internettet for at få succes om 20 år. Det er desværre stadig for svært at spå om det. Men de generelle linjer for de næste 20 år er de samme som for de sidste 20 år. Tag udgangspunkt i brugerne og deres behov og adfærd. Og giv dem noget, som de faktisk værdsætter, og ikke blot noget, som de vil bruge et par minutter på, hvis det er gratis. [A](#)

Modtager af Ting-Prisen 2017

Lars Løkke Rasmussen

Altinget viser, at man kan bygge en moderne mediesucces på gamle dyder som troværdighed, kvalitet og loyale læsere. Det burde ikke komme bag på nogen. Men I er et modbillede til myten om, at læserne efterspørger den hurtige og overfladiske historie. Sådan er det selvfølgelig ikke. Og dét er opmuntrende både for journalister og politikere. Jeg kan godt savne, at flere medier bruger mere tid på kompleksiteten og mindre tid på de lette, hurtige svar. Virkeligheden er i farver – vi skal ikke gøre den sort-hvid. Derfor har vi brug for Altinget. I det lys er jeg stolt over, at jeg modtog Altingets Ting-Pris i 2017. Og jeg er også stolt, når jeg ser, hvem der ellers har modtaget den. Tillykke til os alle sammen. Men først og fremmest tillykke til Altinget med et flot og vigtigt arbejde gennem 20 år!

Presseklip

Ifølge Jakob Niensens krystalkugle er vi nu nøjagtig halvvejs i en 16 år lang epoke startende med Internettets indmarch i 1991 frem til rotationspressen for den daglige avis endeligt vil blive stedt til hvile i år 2007.

Selvom vi er halvvejs rent tidsmæssigt, har vi efter min vurdering kun set omkring 2 pct. af resultaterne. Det er i de kommende år udviklingen for alvor tager fart. Undervejs vil vi få stadig bedre, mindre og billigere skærme, som vi kan tage med overalt. Og de vil vise klare billeder og bogstaver, som vi kan læse uden at få ondt i øjnene.

Jakob Nielsen
8. november 1999,
Jyllands-Posten

Kap. 07

Altingets Hvem Hvad Hvor

Af Christian Jubil Mølgaard

Altinget har haft mange ansigter gennem tyve år. Det er de personer, der har haft deres gang i virksomheden i kortere eller længere perioder. De betroede medarbejdere, der med flid og kløgt hver især har præget, formet og udviklet huset.

Hvem Hvad Hvor

Et udsnit af personkredsen bag Altinget gennem tiden



→ **Jørn Henrik Petersen**, født 1944 i Nørresundby. Cand. oecon. fra AU og dr.phil. Professor ved SDU siden 1974, samfundsdebatter med fokus på velfærdshistorie. Rækken af tillidshverv tæller blandt andet formandskabet for TV 2's bestyrelse fra 1986 til 1994. Altingets første bestyrelsesformand i perioden 2000-2001.



→ **Frederik Blichfeldt**, født 1959. Cand.jur. Kontorchef DR 1990-1996. Fra 2000 til 2010 advokatvirksomhed og rådgiver for Altinget og stifter Rasmus Nielsen. Medlem af Altingets første bestyrelse. I perioden 2010-2018 chefkonsulent- og udviklingsopgaver inden for HR og ansættelsesret, fra 2019 chefkonsulent i Gentofte Kommune.



→ **Peter Nedergaard**, født 1957 i Aarhus. Cand.scient.pol. fra AU og ph.d. i statskundskab. Medlem af Altingets første bestyrelse. I perioden 1992-2009 ansvarshavende redaktør for tidsskriftet Økonomi & Politik. Siden 2008 professor ved Institut for Statskundskab på KU.



→ **Erik Bjerager**, født 1958 i Aarhus. Journalist fra DJH. Medlem af Altingets første bestyrelse. Siden 1994 chefredaktør for Kristeligt Dagblad. Forfatter til flere bøger og i 2018 vinder af Den Store Publicistpris for sin mangeårige indsats for den frie publicisme i Danmark.



→ **Jakob Nielsen**, født 1957 i København. Ph.d. i interaktionsdesign fra DTU. Bestyrelsesmedlem og rådgiver for Altinget i de tidlige år (og Rasmus Nielsens bror). Forsker i brugervenlighed ved nogle af verdens førende forskningsmiljøer. Siden 1998 medstifter og leder af brugeroplevelsesfirmaet Nielsen Norman Group i USA.



→ **Morten Brask**, født 1970 på Frederiksberg. Cand.mag. i filmvidenskab og historie. Altingets første fastansatte medarbejder og ansvarlig for Altingets første politiske satireside, 'Snapstinget'. Forfatter til en række anpriste romaner, blandt andet 'Havet i Theresienstadt' fra 2007.



→ **Jon Adelsten**, født 1971 i Gentofte. Uddannet cand. mag. i film- og medievidenskab fra KU i 2001. Ansat i 2000 som Altingets første journalist. Stoppede på Altinget efter dækningen af Foghs valgsejr i 2001, da firmaets finansieringsmuligheder på det tidspunkt var udtømte. I dag tilrettelægger og redaktionschef ved Eddy Media.



→ **Michael Kellberg**, født 1980 i Aarhus. It-ingeniør fra DTU. Blev som studerende ansat som programmør i november 2000. Har siden da været Altingets øverst ansvarlige it-chef.



→ **Eva Mylleager Frederiksen**, født 1974 i Aarhus. Medvirkede som statskundskabsstuderende til udvikling og dataindsamling til den første version af kandidatdatabasen. Arbejder i dag som lead product manager i KMD A/S.



→ **Claus Iversen**, født 1973 i Odense. Cand.scient.pol. Var med til at ændre Altinget fra en gratis portal til en abonnementsportal, medudvikler af og redaktør for de to første "fagting", FødevarerTinget og SundhedsTinget (i dag Altinget Fødevarer og Altinget Sundhed). Siden 2014 finansredaktør ved JP's digitale erhvervsredaktion, Finans.



→ **Thomas Ankler**, født 1973. Projektleder og redaktør for SkoleTinget – en digital undervisningsportal etableret med støtte fra EU-Nævnet – som formidlede undervisningsmateriale og workshops for grundskolens ældste klasser. I dag chefkonsulent og projektleder i Vallensbæk Kommune.



→ **Kristian Lund Pedersen**, født 1978 i Kolding. Cand. scient.pol. fra KU. Kom i praktik på Altinget i januar 2004 under uddannelsen på statskundskab og blev tilknyttet den journalistiske dækning af sundhed- og fødevarerområdet. Siden 2017 pressechef i PFA Pension.



→ **Mette Dyrskjøt**, født 1974 i Køge. Uddannet fra DJH i 2004, praktik hos Ritzaus Bureau i København og Bruxelles. Ansat som journalist på Altinget i 2004, året efter på Dagbladet Børsen. Fra 2014 politisk assistent for EU-klimakommissær Connie Hedegaard, og senere samme år politisk assistent for EU-konkurrencekommissær Margrethe Vestager.



→ **Lars Igum Rasmussen**, født 1975 i Hillerød. Cand. comm. i journalistik fra RUC. Ansat i 2004 som ansvarlig for den fødevarer- og sundhedspolitiske dækning. Stod bag rebrandingen af Altingets fagportaler, eksempelvis SundhedsTinget til Altinget | Sundhed. Skiftede i 2006 til Nyhedsavisen. Siden 2014 sundhedsredaktør på Politiken.



→ **Marie Andergren**, født 1977 i Aarhus. Journalist fra DJH. Ansat på Altinget i 2004 som redaktør på miljøportalen og journalist på den politiske dækning. Altinget leverede til TV 2's netportal. Siden 2017 kommunikationschef i Egmont Fonden.



→ **Mikael Børsting**, født 1975 i Glostrup. Journalist fra SDU. Ansat på Altinget som redaktør for fødevarerportalen FødevarerTinget i 2005. Forfatter til biografier om Svend Auken og Bertel Haarder. Senere pressechef i Venstre og særlig rådgiver for Lars Løkke Rasmussen samt medstifter af konsulenthuset Ulveman & Børsting.



→ **Mette Vindfeldt Rosendahl**, født 1979 i Ringkøbing. Cand.scient.pol. fra KU. Ansat i 2004 som salgskonsulent, derefter salgs- og administrationschef. Fra 2009 vicedirektør samt periodevis fungerende direktør. Med en ledelsesudvidelse i 2014 udnævnt til strategi- og udviklingschef. I 2017 hentet til Teknologiens Mediehus som udviklingsdirektør.



→ **Maria Bierbaum Oehlenschläger**, født 1980 i Sønderborg. Mag.art. i litteraturvidenskab og master i afrikastudier fra KU. Ansat på Altinget i 2005 som kundekonsulent, senere som korrekturlæser, fundraiser og fagdebatredaktør. Fra 2019 sprogkonsulent med ansvar for oversættelser og korrekturlæsning på Altinget og Mandag Morgen.



→ **Ole Nikolaj Møbjerg Toft**, født 1976 i Haderslev. Journalist fra DJH. Kom til Altinget fra DR i 2005 som redaktør på Altingets miljøportal. Var med til at etablere transportportalen, inden han i 2010 blev sundheds- og socialredaktør. I dag netværksmødeleder inden for sundhed, forebyggelse og velfærd. Analytiker og vært på Altingets podcast om sundhed, 'Politisk Stuegang'.



→ **Anna Rossman Thejsen**, født 1976. Journalist og cand.scient.soc. fra Roskilde Universitet. Ansat 2005-2006 som redaktør af Altinget Fødevarer. Derefter politisk journalist ved den nystartede Nyhedsavisen. Efterfølgende blandt andet redaktionschef ved Fagbladet FOA. I 2019 udvikler af og redaktør for det nye medie Magasinet Efterskolerne.



→ **Erik Holstein**, født 1958 i København. Journalist fra DJH. Ansat på Altinget i 2005, politisk kommentator. Forfatter til debatbogen 'Det frontale kultursammenstød' og politiske biografier om Lykketoft og Jøved. Fik for Altinget i 2012 solonyheden om Søvnalds afgang som SF-formand. Deltager i TV 2 News-programmet Besserwisseer.



→ **Rasmus Flindt Pedersen**, født 1981 i Odense. Fotojournalist fra DJH. Fik som praktikant ved Altinget lejlighed til at udforske sit talent for fotografi, inden han søgte ind på fotojournalistuddannelsen i Aarhus. Hædret med prisen Årets Pressefoto og kåret som Photographer of the Year ved Moscow International Foto Awards.



→ **Kaare Sørensen**, født 1979 i Aarhus. Journalist fra DJH. Var fra 2005 redaktør på politik.tv2.dk, som Altinget leverede stof til. Bidrog desuden til Altingets 'Mere for mindre'-relancering i sommeren 2006. Siden 2016 udviklingsredaktør for sociale medier for TV 2.



→ **Ole Hall**, født 1981 i Vejle. Journalist fra DJH. Ansat i 2006 som Altingets første journalistpraktikant. Dermed den første til at godkende virksomheden som et egnet uddannelsessted for fremtidige journalister. Siden 2015 erhvervsreporter ved DR.



→ **Martin Kaae**, født 1978. Uddannet journalist fra DJH i 2004. Ansat på Altinget i 2006, tillidsmand. Efterfølgende ansat ved Politiken, før han i 2012 blev politisk reporter ved Jyllands-Posten, 2015-2017 Christiansborg-redaktør og siden 2017 avisens EU-korrespondent.



→ **Niels Th. Dahl**, født 1977 i Horsens. Uddannet cand. theol. Ansat på Altinget i 2006, tillidsmand. Forfatter til en biografi om Kristian Thulesen Dahl. Skiftede 2011 til stillingen som pressechef for Liberal Alliance, derpå Venstre. Særlig rådgiver for udenrigsminister Anders Samuelsen. Fra januar 2020 kommunikationsdirektør i Arla.



→ **Morten Okkels**, født 1982 i København. Journalist fra DMJX. Tilknyttet Altinget fra 2007 som universitetspraktikant, journalistpraktikant, quizmaster, korrekturlæser med mere. Siden august 2019 skribent ved den nystartede internetavis Indblik.net.



→ **Simon Ebbesen Hanghøj**, født 1984 i Videbæk. Cand.merc. fra CBS. Ansat som studentermedhjælper i 2007 og senere salgsschef i abonnementsafdelingen. Fra 2012 virksomhedens økonomichef. Skiftede i 2014 til Landbrug & Fødevarer. Siden 2017 økonomichef for Teknologiens Mediehus.



→ **Anders Heissel**, født 1976 i Roskilde. Tilknyttet sundhedsportalen og senere ansvarlig for den uddannelses- og arbejdsmarkedspolitiske dækning. I 2010 hentet af det konkurrerende niche medie Dagens Medicin, hvor han i dag er redaktionschef.



→ **Christian Juhl Mølgaard**, født 1982 i Frederikshavn. Cand.mag. i historie og dansk, KU. Tilknyttet Altingets researchafdeling siden januar 2008, først som universitetspraktikant, siden som leder af afdelingen. Fra august 2019 navneredaktør for Altinget og Mandag Morgen.



→ **Kasper Frandsen**, født 1983 i Holbæk. Cand.comm fra RUC. Ansat i 2011 som redaktør af flere portaler som Social, Kommunal, Udvikling og EU. Har som journalist på Altinget blandt andet givet anledning til en rigsrevisionsundersøgelse og nye internationale regler for opgørelse af udviklingsbistand. Siden 2017 Altingets nyhedsredaktør.



→ **Anders Agner Pedersen**, født 1985 på Frederiksberg. Uddannet journalist fra DJH og New York State University med speciale i amerikansk politik. Var som journalistpraktikant med til at starte Arbejdsmarked sammen med Anders Heissel. Chefredaktør på Kongressen.com og forfatter til en række bøger om amerikansk politik.



→ **Ida Skytte**, født 1979 i Aarhus. Journalist fra DJH. Presserådgiver for Poul Nyrup Rasmussen i Bruxelles, inden hun i en treårig periode fra 2009 var redaktør for Altingets social- og fødevarepolitiske portaler. Efterfølgende ansat ved Kristeligt Dagblad og Dansk Socialrådgiverforening. Underviser ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.



→ **Anders Jerking**, født 1976 i Farum. Bachelor i litteraturvidenskab fra KU og cand.comm. i journalistik og dansk fra RUC. Praktik på Jyllands-Posten, journalist på 24timer. Ansat på Altinget i 2009 med ansvar for den miljø- og transportpolitiske dækning. Fra 2012 desuden redaktionschef. Direktør og chefredaktør for Politiken Nicher fra 2017.



→ **Marie Dissing Sandahl**, født 1983 i Ringkøbing. Journalist fra SDU. Journalistpraktikant og senere redaktør på fagportalene Uddannelse og Arbejdsmarked 2009-2012. Siden 2016 journalist ved Socialpædagogerne.



→ **Maja Thagaard Nørager**, født 1987 i Thisted. Cand. pæd. i pædagogisk psykologi. Ansat i Altingets administration i 2009 frem til 2016. Adjunkt ved UCN i hjembyen Thisted.



→ **Oliver de Mylius**, født 1985 i København. Cand.scient. soc. fra KU. Tidligere praktikant og idémand bag Altingets årlige julekalender med 24 politiker-interview i december frem mod juleaftensdag. Siden 2018 kommunikationsmedarbejder ved Institut for Menneskeretigheder.



→ **Jørgen Skadhede**, født 1981 i Them. Uddannet journalist ved DMJX i 2008. Erhvervsjournalist på DR fra 2008, til han i 2009 skiftede til Altinget. Tillidsmand for journalistgruppen fra 2011. I 2015 skiftede han til fagbladet Journalisten. Siden 2018 pressekonsulent i Københavns Kommunes Børne- og Ungdomsforvaltning.



→ **Morten Øyen Jensen**, født 1984 i Horsens. Cand. scient.pol. fra KU og MA i International Journalism fra City University i London. Ansat på Altinget i 2009, ansvarlig for opstart af EU-portalen, siden blandt andet redaktør for Christiansborg. Forfatter til samtalebogen 'Det er ikke sort/hvidt' med Morten Messerschmidt og Morten Helveg Petersen, 2014.



→ **Tyson William Lyall**, født 1986 i Canada. Bachelor i journalistik, kandidat i kommunikation fra RUC og MA i international relations fra University of Westminster. Ansat første gang på Altinget i 2010. Efter nogle år som freelancejournalist i udlandet vendte han i marts 2017 hjem og blev ansat som uddannelsesredaktør.



→ **Kristoffer Hecquet**, født 1980 i Aarhus. Cand.mag. i historie, Aarhus Universitet. Projektchef med ansvar for redaktionelle udviklingsprojekter, funding og projektledelse, herunder udvikling af kandidattest i Danmark, Sverige og Norge.



→ **Hjalte Tobias Haugstrup Kragestein**, født 1984 i Hørsholm. Uddannet cand.comm. i journalistik fra RUC. Ansat på Altinget som journalistpraktikant i 2011 og fortsatte herefter som transportredaktør. I dag redaktør af Altinget Miljø.



→ **Christian Steensson Rasmussen**, født 1986 i Hillerød. Bachelor i historie og statskundskab. Ansat som kundeconsulent i 2011 og efterfølgende chef for Altingets administration. Siden 2016 kundechef i Altinget og Mandag Morgen, fra 2019 chef for arketing.



→ **Oskar Herrik Nielsen**, født 1993 i København, søn af Rasmus Nielsen. Ansat hos Altinget i 2011 som annonce-sælger, etablerede i 2013 annoncebureauet Nichehuset med Altinget som første kunde, senere også Økonomisk Ugebrev og siden Mandag Morgen. Solgte i januar 2019 annoncebureauet til Altinget. Forlod koncernen ved udgangen af 2019.



→ **Per Bang Thomsen**, født 1985. Bachelor i journalistik fra SDU og master i politisk kommunikation fra City University, London. Ansat på Altinget i 2011, redaktør for blandt andet Uddannelse, Fødevarer og Kultur. I 2015 rykkede han til DR, hvor han har arbejdet som forsideredaktør, udlandsreporter og digital EU-reporter med base i Bruxelles.



→ **Klaus Ulrik Mortensen**, født 1981 i Birkerød. Journalist fra SDU. Ansat på Altinget i 2012 som redaktør med fokus på forsynings- og kommunalpolitik og har siden etableret nye portaler om velfærdsteknologi og om konsekvenserne af den digitale omstilling. Siden 2019 chefrådgiver for Viegand Maagøe.



→ **Lasse Lange**, født 1985 i København. Journalist fra DMJX. Journalistpraktikant på Altinget i 2012 og siden redaktør for en halv snes forskellige portaler over en periode på fire år. Skiftede til Dagens Medicin i 2017 og har siden august 2019 været redaktør for nichemediet Politiken Sundhed.



→ **Anne Justesen**, født 1988 i Aalborg. Cand.mag. i medievidenskab fra AU. Har været tilknyttet Altinget siden 2012, blandt andet som researcher, social media-redaktør og projektkoordinator. Har siden 2017 arbejdet med forretningsudvikling som direktionssekretær og chef for medie- og forretningsanalyse.



→ **Mads Bang**, født 1980 i Aalborg. Journalist fra DJH. Redaktør i fem år på Altingets portaler om forsknings- og boligpolitik. Desuden idémand og redaktør på Altingets prisvindende magtanalyse af den siddende regerings magthierarki samt redaktør på Altingets første printmagasiner. Siden 2017 redaktionschef ved Djøfbladet.



→ **Michael Lykke Hjellund**, født 1991. Journalist fra DMJX. Ansat i 2013 som journalistpraktikant på Christiansborg og senere på EU-redaktionen i Bruxelles. Vikarierende redaktør på Altinget Arbejdsmarked i foråret 2015 og vikarierende EU-korrespondent i 2016, indtil han blev ansat som politisk reporter på Jyllands-Posten.



→ **Kim Rosenkilde**, født 1981 i Vordingborg. Bachelor i statskundskab fra AU og uddannet journalist fra SDU. Kom til Altinget i 2013 fra Avisen Kommunen som ansvarlig for Altingets kommunalpolitiske dækning. I 2015 overtog han rollen som tillidsmand og formand for Altingets redaktionelle medarbejderforening.



→ **Kristian Andersen**, født 1986 i Aarhus. Cand.mag. i internationale studier fra AU. Efter i 2013 at have været universitetspraktikant på Altinget blev han fastansat som journalist på debatredaktionen i 2014. Kristian Andersen er i dag Altingets debat- og bogredaktør.



→ **Rikke Albrechtsen**, født 1979 i København. Journalist fra DJH og cand.public. fra SDU. Havde siden 2006 skrevet for både danske og internationale medier, da hun i 2013 blev ansat til at etablere Altingets Bruxelles-redaktion. En hyppigt anvendt kilde i danske medier og fast gæst i Altingets podcast om europapolitik, 'Parlamentet'.



→ **Kim Meyer-Karlsen**, født 1961 på Frederiksberg. Cand. merc. Konsulent for Væksthus Hovedstadsregionen. Kontaktede efter gennemgang af vækstregnskaberne Altinget og blev efterfølgende medlem af det nystartede advisory board i 2014.



→ **Max Damgaard**, født 1971 i Videbæk. HA-jur., cand. jur. Blev som konsulent for Væksthus Hovedstadsregionen hentet ind som formand for Altingets advisory board i 2014 og blev efterfølgende medlem af bestyrelsen frem til 2018.



→ **Christian Peytz**, født 1965 i København. HA HR(R), cand.merc. Ejerleder, Peytz & Co. Medlem af Altingets advisory board ved etableringen i 2014. Medlem af bestyrelsen for Rasmus Nielsen Holding 2015-2019. Har bidraget til etableringen af en salgs- og økonomiafdeling i virksomheden.



→ **Jesper Skeel**, født 1979 i København. Ansat på Altinget i april 2014 som kommerciel chef, hvor han arbejdede frem til 2016. Stiftede herefter bureauet Willmore, der varetager kommerciel udvikling af danske specialmedier som Kforum og Politiken Nicher.



→ **Ricky Thomsen**, født 1981 på Frederiksberg. Cand. merc. fra CBS. Ansat i 2014 som salgsschef, efterfølgende kommerciel direktør. Var med i den tidlige etableringsfase af Altingets netværks- og conferenceafdeling. I 2016 kåret af Berlingske til at være blandt Danmarks 100 bedste erhvervsledere under 35 år. Forlod koncernen august 2019.



→ **Anders Krøyer Lauritzen**, født 1985 i Ringkøbing. Ansat i 2014 som sælger. I dag direktør for Arena – Altinget og Mandag Morgen Live og således ansvarlig for udvikling og koncernsalg af netværk, konferencer, kurser, studieture og andre live-produkter.



→ **Mattias Croneborg**, født 1967 i Stockholm. Uddannet økonom ved Stockholms Universitet 1992, journalist 2001. Sidste redaktør for avisen Riksdag och Departement, der 1976-2014 blev udgivet af det svenske parlament. Chefredaktør for Altinget.se fra 2014 til 2019.



→ **Sine Riis Lund**, født 1982 i Aalborg. Bachelor i jura fra AU og journalist fra DMJX i 2009. Ansat som journalist på Altinget siden 2014 med fokus på fødevarepolitisk dækning og senere ansvarlig for opstart af Altinget Embedsværk, som hun fortsat er redaktør for.



→ **Kasper Kaasgaard**, født 1991 i Struer. Journalist fra DMJX. Ansat på Altinget i 2015 som journalistpraktikant og fastansat i 2017 som portalredaktør. Har ud over sit journalistiske arbejde været tilknyttet udviklingsafdelingen blandt andet som projektleder for Altingets robotjournalistik.



→ **Lise-Lotte Skjoldan**, født 1990 i Kalundborg. Journalist fra DMJX. Blev i 2014 ansat som journalistpraktikant og var blandt andet med i opstarten af Altingets forsideredaktion. Har senere som journalist og debatkoordinator dækket de fleste politiske stofområder på netavisen, dog særligt sundhed.



→ **Toke Gade Crone Kristiansen**, født 1977 i Skive. Cand.scient.pol., AU. Redaktør for Altingets tv-afdeling fra 2014 til 2019 og redaktør for Altinget Forskning fra 2017, indtil han i 2019 blev kommunikationschef i Danske Universiteter.



→ **Rok Igor Menhard**, født 1986 i Frederikssund. Ansat i 2014 med erfaring som kommerciel produktleder og salgsleder. Har hos Altinget været involveret i blandt andet abonnementsalg, konferencer og netværk og har stået for den daglige drift af Altinget og Mandag Morgens salgsafdeling. Siden august 2019 abonnementschef.



→ **Erik Bjørn Møller**, født 1960 i Ørum i Vendsyssel. Journalist fra DJH. Ansat i 2015 som redaktør for Altingets kultur- og uddannelsespolitiske journalistik og nåede at udfylde rollen som nyhedsredaktør, inden han i marts 2017 blev ansat som spindoktor for Dansk Folkepartis daværende europaparlamentsmedlem Morten Messerschmidt.



→ **Cecilie Gormsen**, født 1988 i København. Journalist fra DMJX. Ansat som Altingets første forsideredaktør i 2015 efter at have arbejdet som journalist på Berlingske. Var med til at udvide, opbygge og forfine Altingets forsidesportal og øge trafikken, inden hun i 2017 blev Altingets redaktionschef.



→ **Per Mikael Jensen**, født 1962 i Egå. Journalist fra DJH i 1989. Forhenværende administrerende direktør for TV 2 og øverste chef for Metro International. Altingets bestyrelsesformand i 2015, koncernchef og administrerende chefredaktør for Altinget og Mandag Morgen i 2017. Afskediget august 2019.



→ **Leo Minamizawa Mathiesen**, født 1984 i København. Master of Management fra University of Technology, Sydney. Ansat i virksomheden siden april 2015 med henblik på at opbygge en afdeling for lead-research, en betegnelse, der dækker over det forberedende salgsarbejde, hvor potentielle kunder findes og sendes videre til salgsafdelingen.



→ **Eva Elsborg**, født 1976. Uddannet registreret revisor fra Niels Brock i 1994. Fra 1996 til 2007 økonomi- og administrationschef for Huset Mandag Morgen. I 2015 ansat i nyoprettede stilling som økonomichef for Altinget i Danmark og Sverige. Forlod koncernen i 2018 og blev året efter hentet til Certo Danmark som økonomichef.



→ **Emma Qvirin Holst**, født 1993 i Aarhus. Journalist fra DMJX i 2018. Har været tilknyttet Altinget siden august 2015, hvor hun startede som praktikant. Har dækket dansk og europæisk journalistik med hovedfokus på Altingets gratis forsidesjournalistik.



→ **Søren Elkrog Friis**, født 1980 i Smørumnedre. Ansat i 2015 som redaktør for Altingets arbejdsmarkeds- og europapolitiske journalistik. Har i dag erstattet EU-dækningen med Altinget Social og Altinget Ældre. Fortid på blandt andre Ugebladet A4, Avisen.dk og Fyens Stiftstidende.



→ **Katrine Falk Lønstrup**, født 1991 i Hillerød. Cand. mag. i retorik fra Københavns Universitet 2019. Begyndte på Altinget i 2015 som universitetspraktikant, efterfølgende redaktionsassistent og researcher. Efter endt uddannelse ansat som researchredaktør.



→ **Henrik Axel Buchter**, født 1990 i Gentofte. Uddannet journalist fra DMJX i 2016. Ansat i 2015 med fokus på tv-journalistik og senere central for lanceringen af Altingets podcast-kanaler. Redaktør for alle Altingets podcasts om EU, sundhed, dansk politisk historie og daglige nyheder.



→ **Carsten Terp Beck-Nilsson**, født 1968 i København. Journalist fra DJH. Ansat i 2015 som redaktør for Altinget Civilsamfund. Har været med i udvikling og opstart af Civilsamfundets Videnscenter og relancering af civilsamfundsportalen fra gratis, fondsstøttet portal til abonnementsbaseret nyhedsside med brugerinddragelse og konstruktiv journalistik.



→ **Rasmus Dahl Løppenthin**, født 1984 i København. Uddannet journalist fra RUC, desuden kandidat i filosofi. Tidligere pressemedarbejder i Diabetesforeningen. Ansat på Altinget siden 2015. Redaktør for Altinget Udvikling og journalist ved Civilsamfunds-portalen.



→ **Lisbeth Knudsen**, født 1953 på Frederiksberg. Journalist fra DJH i 1975. Forhenværende koncernchef og chefredaktør for Berlingske Media. Tværgående chefredaktør for Altinget og Mandag Morgen. Sideløbende blandt andet formand for Det Kongelige Teater og Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.



→ **Martin Lyngbæk Olsen**, født 1992 i København. Cand. scient.pol. fra KU med tillægsuddannelse i journalistisk formidling. Universitetspraktikant i 2016, sidenhen tilknyttet researchafdelingen som student. Projektkoordinator i Altingets projektafdeling.



→ **Peter Pagh-Schlegel**, født 1987 i København. Journalist fra DMJX. Ansat på Altingets debatredaktion i 2016 efter en periode som kulturjournalist på Jyllands-Posten. Siden 2017 redaktør på Altingets kulturportal og fra 2019 også journalist på Altingets forsider.



→ **Søren Jacobsen Damm**, født 1972 i Hørsholm. Med erfaring fra Ekstra Bladet, hvor han var med til at starte debatuniverset Nationen!, blev han i 2016 hentet til Altinget som debatredaktør med særligt fokus på forsiden. Siden efteråret 2018 anmelder og kulturjournalist ved Berlingske.



→ **Iza Bahn Havelund**, født 1989 i Middelfart. Cand. public. fra SDU. Oprindeligt ansat som netværksleder i Altinget Arena, men blev siden hentet ind som direktør for Altinget Monitor efter en periode som public affairs-konsulent hos Goll Impact.



→ **Kiki Qvistgaard**, født 1993 i Hørsholm. Cand.scient.pol. fra KU. Ansat på Altinget som redaktionsassistent i 2017 og har siden 2018 været fagdebatredaktør og særligt beskæftiget sig med det grønne område.



→ **Jakob Nielsen**, født 1971 i København. Journalist fra DJH. Forfatter til blandt andet Thorning-biografien 'Helle for magten'. Blev efter 22 år som korrespondent, journalist, redaktionschef og medlem af lederkollegiet på Politiken ansat som chefredaktør for Altinget i 2017. Overtog året efter også posten som chefredaktør for Mandag Morgen.



→ **Ninna Gøbel Rønberg**, født 1991 i Herning. Cand. scient.pol, universitetspraktikant i 2017, efterfølgende redaktionsassistent og researcher. Efter endt uddannelse i 2018 ansvarlig for Altinget folkemødeafvikling og PA for chefredaktør Jakob Nielsen.



→ **Signe Løntoft**, født 1974 i Aarhus. Cand.mag. i dansk og moderne kultur fra KU. Ansat i 2017, i første omgang som debatredaktør, men senere som redaktør af pop-up-portal om udflytning og fra 2018 som sundhedsredaktør. Har tidligere skrevet for diverse medier med fokus på kultur- og uddannelsesstof og været ekstern lektor på RUC.



→ **Thomas Lauritzen**, født 1969 i Randers. Journalist fra DJH. Efter 20 år i Bruxelles som korrespondent for Jyllands-Posten, Aktuelt, DR Nyheder og Politiken i 2017 ansat som Altingets europaanalytiker. Har som vært og journalist været med til at starte Altingets ugentlige podcast om europapolitik, 'Parlamentet'.



→ **Kristine Korsgaard**, født 1980 i København. Cand. scient.pol. fra KU, læste journalistik på RUC og var i praktik på Politiken. Ansat som forsidesjournalist på Altinget i 2017 efter en årrække som presserådgiver i blandt andet Social- og Indenrigsministeriet.



→ **Esben Schjørring**, født 1980 i Vordingborg. Cand. mag. fra KU. Forfatter til bogen 'Værdikæmperne', Gyldendal 2018. Ansat i 2017 som redaktør for Altingets månedlige printmagasin. Bidrager desuden med politiske analyser og som vært på Altingets daglige podcast, Ajour.



→ **Simon Lessel**, født 1990 i Glostrup. Uddannet journalist fra RUC. Har skrevet for en række af Altingets portaler siden november 2017. Fra januar 2020 redaktør for den nye portal Altinget Børn.



→ **Annemarie Nordlyng**, født 1977 i Viborg. Uddannet grafisk designer fra UC Syd. Ansat på Altinget i 2018 og er nu designchef for den grafiske afdeling med fokus på den trykte og digitale kommunikation. Fortid som chefdesigner hos Datagraf og hos flere af de store mediehusene som art-director på flere kommercielle magasiner.



→ **Benjamin Holst**, født 1970 i København. Uddannet fra Sussex University og MGLU i Moskva. Ansat som redaktionschef for Kommunen i 2009. Har blandt andet bidraget til Altingets civilsamfundsdekning og udflytningsportal samt leveret freelanceartikler til Mandag Morgen.



→ **Arthur J. Cammelbeeck**, født i 1970 i Dieren, Nederlandene. Under uddannelse som fotojournalist ved DMJX. Tidligere it-projektleder. Tilknyttet Altinget og særligt Altingets magasin som fotograf siden 2018.



→ **Andreas Krog**, født 1977 i Aarhus. Uddannet journalist fra DJH i 2003. Grundlægger af netmedierne nytkampfly.dk og arktisknyt.dk, som i 2018 blev købt af Altinget og om-døbt til Altinget Forsvar og Altinget Arktis. Er fortsat redaktør på de to portaler.



→ **Rune Vinther Jensen**, født 1985 i Aalborg. Cand.oecon. fra AAU. Ansat i oktober 2018 som økonomidirektør med fortid som controller og økonomidirektør i Telmore og TDC. Konstitueret direktør for Altinget-koncernen fra august til oktober 2019.



→ **Tanja Nystrup Madsen**, født 1971 i Assens. Uddannet journalist ved DJH i 1998. Tidligere redaktør for det undersøgende dokumentarprojekt #CumExFile i DR, hvor hun også har været erhvervsredaktør og redaktionsleder på P1 Morgen. Redaktionschef på Mandag Morgen siden efteråret 2018.



→ **Torben Laustsen**, født 1959 i Sønderborg. Bankuddannet. Direktør for Nordea Bank Danmark fra 2008. Sideløbende formand for Finanssektorens Arbejdsgiverforening og formand for Danboligs bestyrelse. Forlod i 2018 Nordea efter 40 års tjeneste og indtrådte i bestyrelsen for Rasmus Nielsen Holding.



→ **Jonas Keiding Lindholm**, født 1970 i Ringsted. Uddannet mag.scient.soc. ved Lund Universitet 1997. Tidligere generalsekretær for Red Barnet og medlem af Frivilligrådet. Direktør for Tænk tanken Mandag Morgen fra april 2019.



→ **Betina Hagerup**, født 1961 i Aarhus. Uddannet cand. merc. fra Handelshøjskolen i København. Medlem af Dansk Erhvervs direktion og direktør for organisationens markedsområder. Tidligere direktør i KMD og direktør for Erhvervsstyrelsen. Indtrådte i Rasmus Nielsen Holdings bestyrelse i august 2019.



→ **Christoph Nørgaard**, født 1974 i Herning. Uddannet cand.merc. i International Business fra Aarhus Universitet, 2002. Fra 1. november 2019 direktør for selskabet bag medierne Altinget i Danmark og Sverige samt Mandag Morgen. Tidligere direktør for salg og marked i Aller og vice president i Telia med ansvaret for privatkunderne.

Hvem Hvad Hvor

Kronologien

→ 2000

Januar 2000: En mørk, regnvåd aften på KPMG's parkeringsplads på Frederiksberg får Rasmus Nielsen ideen til et nyt politisk webmedie.

25. januar 2000: Rasmus Nielsen køber domænet Altinget.dk.

Februar/marts 2000: På Christiansborg går Rasmus Nielsen rundt til forskellige politikere og præsenterer dem for idéen om en politisk webportal. Internetkonsulentvirksomheden MouseHouse tilknyttes som leverandør af design. Herudover nyder Rasmus Nielsen også godt af kommerciel sparring med Jakob Tuborgh.

10. marts 2000: Med et Nasdaq-indeks på 5.048,62 når it-boblen sit højeste, hvorefter den brister. Frem til oktober 2002 falder indekset med 78 procent.

28. april 2000: Aktieselskabet A/S Altinget stiftes med Rasmus Nielsen som hovedaktionær. Jørn Henrik Petersen er formand for bestyrelsen, der derudover tæller Erik Bjerager, Peter Nedergaard, Frederik Blichfeldt og Rasmus Nielsens bror, Jakob Nielsen.

Maj/juni 2000: Gennem MouseHouse har Altinget fået kontakt til Cell Innovation i Stockholm. Herfra er man indstillet på at skyde penge i det nystartede danske it-projekt. Forhandlinger og møder gennem juni måned leder frem til en mulig kapitaltilførsel på henved fem millioner kroner.

Juni 2000: Altinget.dk går i luften med statiske præsentationssider.

August 2000: Altinget går online som gratis nyhedsportal. Ud over egne artikler og debatindlæg publiceres pressemeddelelser fra partier, ministerier, aktører. Opasia under Tele Danmark tegner kontrakt med Altinget om leverance af politiske nyheder.

29. august 2000: Det svenske Cell Innovation, der har stillet en millioninvestering i udsigt, tvivler på, at Altinget vil give 100 procent i afkast inden for tre år, og afviser at investere i selskabet.

14. september 2000: Teknologisk Innovation under Erhvervsfremme-

styrelsen bekræfter modtagelse af materiale vedrørende Altinget.

Efteråret 2000: Altinget optages i Folketingets Presseloge og får eget kontor på Christiansborg.

6. oktober 2000: Teknologisk Innovation igangsætter forundersøgelse for at klarlægge de nærmere tekniske og kommercielle perspektiver i Altinget.

November 2000: Daværende DTU-studerende Michael Kellberg bliver hyret på timebasis som programmør. Han står bag hele opbygningen af Altingets cms-system og har siden da været Altingets øverst ansvarlige it-chef.

3. november 2000: Nævnet vedrørende EU-oplysning giver tilsagn om tilskud på 98.000 kroner til EU-oplysningsinitiativ om Nice-traktaten.

December 2000: Mod 14 procent i selskabet modtager Altinget.dk 300.000 kroner fra Teknologisk Innovation. Udviklingspengene skal gå til den del af virksomhedens aktiviteter, der retter sig mod professionelle beslutningstagere i organisationer, fagforeninger med videre.

26. august 2001: Rasmus Nielsen henvender sig til A-Pressen ved administrerende direktør Bjarne Salomonsen og tilbyder at sælge hele selskabet – eller en væsentlig ejerandel – på gunstige vilkår. Fem dage senere vender Salomonsen tilbage med et afslag.

→ 2001

7. februar 2001: Hos Erhvervs- og Selskabsstyrelsen anmeldes en forhøjelse af aktiekapitalen til 581.400 kroner som følge af Teknologisk Innovations indtræden som aktionær. Sammen med Teknologisk Innovations tilsagn om konvertible lån er der tilvejebragt kapitaltilførsel, der har sikret driften de første måneder af 2001.

28. februar 2001: Altinget får afslag på salgstilbud til CNN.dk ved Bo Mikael Pedersen om overtagelse af hovedparten af aktier eller selskabet som helhed.

4. maj 2001: Undervisningsministeriet bevilger 195.000 kroner som tilskud til opbygning af kandidatdatabasen.

22. maj 2001: IT- og Forskningsministeriet bevilger af tips- og lottomidlerne 208.600 kroner til samme.

28. maj 2001: Professor ved Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet, Søren Risbjerg Thomsen, der hidtil har leveret sine meningsmålingsgennemsnit til Ritzau, leverer sit første snit til Altinget. Siden har Altinget fast bragt det særlige kvalitetsvejede Risbjergsnit, der baserer sig på professorens egen formel, samt de såkaldte mandatprognoser, der forudsiger, hvem der bliver valgt hvor.

Juni/juli 2001: Arbejdet med at skabe den første version af kandidatdatabasen Kend din Kandidat går i gang. OddPeople ved Tony Lorentzen tilknyttes som ekstern programmør, mens studentemedhjælper Eva Mylleager sidder med ansvaret for at opdatere databasen med kandidaternes informationer.

August 2001: Teknologisk Innovation ved Michael Frank meddeler, at man ikke ønsker at tilføje yderligere kapital til selskabet.

26. august 2001: Rasmus Nielsen henvender sig til A-Pressen ved administrerende direktør Bjarne Salomonsen og tilbyder at sælge hele selskabet – eller en væsentlig ejerandel – på gunstige vilkår. Fem dage senere vender Salomonsen tilbage med et afslag.

12. september 2001: Bestyrelsesmedlem og advokat Frederik Blichfeldt meddeler ministerierne, der har støttet kandidatdatabasen, at selskabet er nødlidende, og at Rasmus Nielsen for at undgå konkurs agter at overtage selskabets forpligtelser via sin personligt drevne virksomhed RNTV.

14. september 2001: Frederik Blichfeldt beder Teknologisk Innovation afskrive ethvert tilgodehavende, mod at Teknologisk Innovation følgende er berettiget til 25 procent af nettoprovenuet, der overstiger 800.000 kroner for hvert forløbent hele år fra september 2001 til september 2004.

20. september 2001: Altingets bestyrelse beslutter at indstille selskabets drift med henblik på en afvikling. Samme dag afviser Statens Information et tilbud om leverance af indhold til siden Denmark.dk, da man har valgt at gå videre med Politikens Forlag, Høyer & Mathiasen og Ritzau i stedet.

2. oktober 2001: Altinget.dk/RNTV lander en aftale om at levere en 'Valgbibel' for kommunalvalget til TV 2/Lorry og Københavns Radio. Valgbiblen udformes med en blanding af konkrete data og journalistiske vurderinger.

8. oktober 2001: A/S Altinget træder ved en ekstraordinær generalforsamling i solvent likvidation.

26. oktober 2001: Ved endnu en ekstraordinær generalforsamling ændres selskabets officielle navn til A/S OPQ 2468.

1. november 2001: Altinget indgår samarbejde med hjemmesiden sol.dk om dækningen af valgkampen. Altinget skal bidrage med analyser og nyheder til sol.dk, som på dette tidspunkt har i omegnen af 750.000 unikke brugere om ugen og er mere besøgt end TV2.dk.

5. november 2001: I forbindelse med valgkampen indgår Altinget samarbejde med LocalEyes.tv, der specialiserer sig i web-tv om at sende direkte fra pressemøder på Christiansborg.

13. november 2001: Rasmus Nielsen skriver under på aftalen om at overtage resterne af selskabet. Medarbejdere opsiges, og hans produktionsselskab RNTV betaler 355.900 kroner for køb og overtagelse af alle passiver og aktiver, rettigheder og varemærke.

20. november 2001: Valgdagens 27.137 sidevisninger er trafikrekord. Særligt kandidatdatabasen med den interaktive stemmeseddel tiltrækker læsere. Kend din Kandidat bringes ud over på Altinget.dk også på Berlingske.dk og CNN.dk samt på DR.dk, der efter lange forhandlinger ender med at betale nul kroner. Rasmus Nielsen er tilbage som studievært på TV 2/Lorry for en aften. Hver lønkrone tæller.

30. november 2001: Altingets satiriske søsterside, Snapstinget, udgives som årsopsamling i bogform på forlaget Aschehoug. Den nyvalgte statsminister Anders Fogh Rasmussen (V) er en hyppig hovedrolleindehaver i bogen og får derfor første eksemplar foræret.

5. december 2001: I et samarbejde med analyseinstituttet Jureka.com etableres et meningsdannerpanel, der består af cirka 550-600 særligt

udvalgte, politisk interesserede meningsdannere. Det får det kække navn PIMPanelet. Samarbejdet med Jureka.com fortsætter til foråret 2003.

→ 2002

5. februar 2002: Altinget bliver medlem af FDIM, Foreningen af Danske Internetmedier.

3. april 2002: I en brugerundersøgelse foretaget i februar og marts af Jureka.com antydes det, at det er muligt at tage penge for kerneydelsen.

23. april 2002: Med universitetspraktikanten Claus Iversen som redaktør lancerer Rasmus Nielsen FødevareTinget, Altingets første nicheportal, der henvender sig til private og offentlige beslutningstagere, der ønsker hurtigt, bearbejdet information om nye vilkår i sektoren. FødevareTinget udkommer hver tirsdag morgen per e-mail med direkte adgang til artikler og andet indhold.

19. juli 2002: Skolelærer Thomas Ankler starter som redaktør for og udvikler af SkoleTinget, Altinget.dks læringssektion, der tilbyder lærere på uddannelsessteder forskellige pædagogiske indgange til dansk politik. Projektet må lukke igen efter et halvt års tid.

1. oktober 2002: Efter to et halvt år på nettet indfører Altingets hovedside betaling for indhold. Netavisen deles op i to niveauer, hvor et gratis område giver et hurtigt overblik over dansk politik, mens den dybdegående journalistik bliver en del af en ny abonnementsordning. Betalingsområdet er begyndelsen til den portal, der i dag bærer navnet Altinget Christiansborg.

30. november 2001: Altingets satiriske søsterside, Snapstinget, udgives som årsopsamling i bogform på forlaget Aschehoug. Den nyvalgte statsminister Anders Fogh Rasmussen (V) er en hyppig hovedrolleindehaver i bogen og får derfor første eksemplar foræret.

→ 2003

27. januar 2003: Altinget.dk indgår aftale med Dagbladet Børsen om en ugentlig leverance af artikler og kalenderstof fra portalen FødevareTinget.

Februar 2003: Altingets anden fagportal, SundhedsTinget, lanceres med Claus Iversen som redaktør.

27. marts 2003: Likvidationssagen vedrørende selskabet A/S OPQ 2468, det tidligere A/S Altinget.dk, afsluttes omsider. Det samlede revisorhonorar udgør 28.500 kroner eksklusive moms.

4. juli 2003: Frem mod valget til Europa-Parlamentet i 2004 indgår Altinget et samarbejde med Nyhedsradioen 24/7 (ikke at forveksles med Radio24syv) om at dække det politiske arbejde i Bruxelles.

4. november 2003: Altinget indgår et samarbejde med Bog & Idé om formidling og salg af aktuelle politiske bøger.

→ 2004

3. februar 2004: Blandt 34 kandidater bliver Altinget den første vinder af eJour-prisen, som tildeltes af Danmarks Journalisthøjskole for "god netjournalistik i Skandinavien". Præmien er en skattefri check på 5.000 kroner.

21. april 2004: TV 2 lancerer sin politiske netportal politik.tv2.dk, som drives af Mette Dyrskjøt og Altingets øvrige journalister.

1. maj 2004: Claus Iversen skifter til Landbrugsraadet. I hans sted ansættes Lars Igum Rasmussen.

1. oktober 2004: Senere vicedirektør Mette Rosendahl starter i et studenterjob som sælger.

4. oktober 2004: Altingets tredje nicheportal, MiljøTinget, lanceres. Portalen får Marie Andergren som første redaktør.

6. oktober 2004: Ved Folketingets åbning bliver Lene Espersen (K) den første modtager af Ting-Prisen, en kommunikationspris uddelt af Altinget, som fremover gives årligt til en politiker, der evner at bringe Christiansborgs folkestyre ud til vælgerne.

→ 2005

17. januar 2005: Med et nyt sundhedspolitisk debatpanel får Altinget sit første fagdebatpanel. Herfra vil en håndfuld centralt placerede aktører hver tirsdag skrive et indlæg om væsentlige sundhedspolitiske emner.

1. februar 2005: Mikael Børsting, tidligere journalist på B.T. og medforfatter til biografi om Bertel Haarder, ansættes på Altinget som fagredaktør på FødevareTinget.

Maj 2005: På foranledning af redaktør Lars Igum omdøbes Altingets fagportaler, så Altinget alle steder bliver førsteled. Eksempelvis ændres SundhedsTinget til Altinget | Sundhed.

1. august 2005: Anna Rossman Thejsen bliver ny redaktør på Fødevarer. Samtidig ansættes Ole Toft som barselsvikar for Marie Andergren på Miljø, og Erik Holstein kommer ombord for at sætte den kommende portal om integrationspolitik i søen.

September 2005: Altinget indgår et samarbejde med Rasmus Jønsson om analysebureauet PMA, Politisk Medie Analyse.

27. september 2005: Med Erik Holstein som redaktør åbner Altinget | Integration. Portalen skifter med årene fokus flere gange og ender med at blive til Altinget Social.

1. oktober 2005: Altinget rykker ind i nye lokaler på Gammel Strand over for Christiansborg. Samme dag modtager Socialdemokraternes Helle Thorning-Schmidt Altingets Ting-Pris for sin evne til at kommunikere direkte med vælgerne og mindske afstanden mellem vælgere og Christiansborg.

→ 2006

3. januar 2006: Som noget nyt kan abonnenter på sundhedsportalen få publiceret pressemeddelelser under de nye funktioner 'Nyt fra partierne' og 'Nyt fra aktørerne'. Alle indsendte pressemeddelelser sorteres manuelt af Altingets redaktionelt ansatte.

Marts 2006: Aller-satsningen 'Fokus – Ugemagasinet for mænd' udkommer første gang. Altingets journalister leverer tekst til den politiske sektion. Bladet, der har Lars Mandal som redaktør, får ikke succes og må lukke ti måneder senere.

Marts 2006: De tre RUC-studerende Morten Steen, Morten Vestergaard og Jonas Gamrath Rasmussen afleverer specialet 'Politisk journalistik i deloffentligheder – En analyse af Altinget og dets rolle som politisk medie i deloffentligheder'.

21. juni 2006: Rasmus Nielsen stifter ApS Altinget.dk.

Sensommer 2006: Redaktionel åreladning. Lars Igum Rasmussen, Kaare Sørensen og Anna Rossman Thejsen forlader alle tre Altinget til fordel for Nyhedsavisen.

4. september 2006: Altinget | Transport lanceres. Samtidig launch af redesign, Altingets fjerde-udgave, under parolen "mere for mindre" med flere databasestyrede features som spørgsmål/svar, navnenyt og kalendersektion.

4. oktober 2006: SF's formand, Villy Søvndal, modtager årets Ting-Pris for sin evne til at kommunikere direkte til vælgerne med overskud og et glimt i øjet.

→ 2007

16. februar 2007: Som noget nyt tilbyder Altinget indrykning af jobannoncer på hjemmesiden.

5. marts 2007: Med hovedvægt på den offentlige økonomi lancerer Altinget en ny finanspolitisk fagportal. Altinget | Finans udkommer med to ugentlige nyhedsbreve og får journalist med ti års erfaring fra Finansrådet Henrik Theil som redaktør.

August 2007: Gennem selskabet Stedets Ånd køber Rasmus Nielsen den fredede Lille Mølle ved Refsvindinge med det formål fremover at leje den ud som minikursuscenter med op til 24 deltagere.

9. august 2007: Altinget | Integration relanceres som Altinget | Social & Integration.

28. september 2007: Pia Kjærsgaard (DF) bliver den fjerde modtager af Ting-Prisen. Med evnen til at tale om komplicerede sager i et klart sprog var hun ifølge Rasmus Nielsen svær at komme udenom.

6. december 2007: I Publicistklubben modtager direktør og chefredaktør Rasmus Nielsen Jubilæumslegatet 'Den lille publicistpris' for dannelsen af netmediet Altinget.

20. december 2007: Altinget | Finans lukker efter mindre end et år på grund af for få abonnenter.

→ 2008

12. januar 2008: Altinget | Forskning & Innovation lanceres. Portalen dækker blandt andet stofområderne EU, forskningsmidler og -formidling samt universitetsverdenen og får journalist Uffe Laursen som første redaktør.

Ultimo januar 2008: Nuværende nyhedsredaktør Kasper Frandsen og navneredaktør Christian Juhl Mølgaard starter på samme hold af universitetspraktikanter.

11. maj 2008: Altinget | Uddannelse lanceres med journalist Anders Heissel som første redaktør.

5. juni 2008: Altinget afholder grundlovs møde på den fredede fynske vandmøllegård Lille Mølle, Rasmus Nielsen købte året før. Talerne ved grundlovs mødet tæller Pia Kjærsgaard, Villy Søvndal, Bendt Bendtsen og Naser Khader. Efter at have opgivet planerne om at kunne leje møllen ud som kursuscenter, afhænder Rasmus Nielsen ejendommen.

5. oktober 2008: Radikale Venstres næstformand, Morten Østergaard, modtager årets Ting-Pris for sin evne til at kommunikere Christiansborg-politik, så den kommer tættere på vælgerne.

6. oktober 2008: Altinget relancerer og genåbner forsiden som gratis portal med undertitlen "Mest om politik". Portalen sender hver dag klokken 15 et stramt overblik over dagens politiske nyheder med et udvalg af egne artikler, politisk kalender- og navnestof, pressemeddelelser og nyheder fra andre medier.

13. november 2008: Sammen med netmediet DK Nyt overtager Altinget udgivelsen af Avisen Kommunen, der udgives hver anden torsdag til byrådsmedlemmer, kom-

munale embedsmænd og andre med interesse i den kommunale sektor.

26. november 2008: Rasmus Nielsen bliver formand i det nye Broe Forlag, der specialiserer sig i politik, samfund, debat og historie. Altinget-journalist Niels Th. Dahl skriver og udgiver biografien 'Kristian – Kronprinsen' om sin fætter Kristian Thulesen Dahl ved forlaget.

2. december 2008: Altinget | Arbejds marked lanceres med journalist Anders Heissel som redaktør.

3. december 2008: Ole Toft overtager Altinget | Sundhed fra Maria Dalby, som fratræder for at rejse med familien til Norge. Miljø- og transportportalerne overtages af journalist Anders Jerking, som kommer fra en stilling på 24timer og tiltræder 1. januar. Ny redaktør på stofområderne for social- og fødevarerpolitik bliver journalist Ida Skytte, som kommer fra en stilling på Poul Nyrup Rasmussens kontor i Europa-Parlamentet.

→ 2009

1. januar 2009: Altingets samarbejde med TV 2 om den politiske netsektion politi.tv2.dk afsluttes efter fem års drift. TV 2's egen nyhedsafdeling, Nyhederne, overtager.

17. februar 2009: I god tid inden FN's klimatopmøde i København lanceres portalen Altinget | Energi og Klima med Niels Th. Dahl som redaktør.

1. august 2009: Mette Rosendahl går fra en stilling som salgs- og administrationschef til vicedirektør.

4. september 2009: Biografien om Dansk Folkepartis Kristian Thulesen Dahl udgives på Broe Forlag med Altingets journalist Niels Th. Dahl som forfatter.

14. september 2009: Altinget lancerer ny portal om skattepolitik, Altinget | Skat, der får Niels Th. Dahl som redaktør. Portalen lever i knap to år, før den i sommeren 2011 må lukke.

29. september 2009: En ny portal om boligpolitik, Altinget | Byg & Bo,

lanceres. Journalist Jørgen Skadhede, der kommer fra en stilling på Radioavisen, ansættes som redaktør. Portalen gennemlever flere navneskift og ender med at hedde Altinget By og Bolig.

5. oktober 2009: For "en lang menneskealders mod, evne og vilje til at kommunikere uden filter, ligefremt og i overensstemmelse med de ideologiske værdier, han altid har stået for" modtager Venstres undervisningsminister, Bertel Haarder, Altingets årlige Ting-Pris.

December 2009: Universitetspraktikant Oliver de Mylius står bag konceptet til Altingets julekalender med 24 interview med folkevalgte. Siden da har julekalenderen været et fast tilbagevendende element i december.

→ 2010

28. januar 2010: Efter at være kørt i det stille i efteråret 2009 lanceres Altinget | EU officielt som ny portal. Et tilskud fra Europa-Nævnet sikrer, at stoffet er gratis at læse. Morten Øyen tilknyttes efter endt praktiktid som redaktør.

18. juni 2010: På Københavns Rådhus modtager Altinget Anders Bornings Mediepris for et veludviklet nichekoncept. De to andre nominerede var Videnskab.dk og Ugebrevet A4.

5. august 2010: Det gratis nyhedsbrev med overblik over dagens politik udvides til også at udkomme lørdag og søndag klokken 12.30.

7. oktober 2010: Søren Pind (V) modtager Altingets Ting-Pris for sin debatter og kommunikation på de sociale medier. Samme dag kan Rasmus Nielsen fejre 50-års fødselsdag ved en reception, hvor man samtidig indvier de nye lokaler på Frederiksholms Kanal. I denne forbindelse afsløres også Tyge Axel Holms træinstallation med præsentation af Altingets abonnenter.

→ 2011

17. februar 2011: Efter flere gange at have være udsat for, at jour-

nalister ved andre medier har taget Altinget-historier og gjort dem til deres egne ved at ringe til de samme kilder og lave samme vinkling, indrykker Rasmus Nielsen og Erik Holstein et opråb i Journalisten.

31. maj 2011: Mediet DK Nyt ved Claus Theilgaard køber Rasmus Nielsens halvpart af Avisen Kommunen og bliver derved eneejer af printavisen.

15. juni 2011: Den første udgave af Danmarks politikfestival, Folkemødet på Bornholm, åbner. Altinget og Politiken er Folkemødets mediepartnere.

16. august 2011: Altinget.dk relanceres med nyt og enklere design, hvor siden er opdelt i tre spalter: en til journalistik, en til lister/oversigter og en til permanente elementer. Manden bag redesignet er Kristoffer Hecquet, der i dag er virksomhedens projektchef.

5. oktober 2011: Johanne Schmidt-Nielsen (EL) modtager årets Ting-Pris for sin evne til at være i øjenhøjde med ikke bare sine egne, men alle danske vælgere.

27. oktober 2011: Sammen med Mediehuset København og med støtte fra Europa-Nævnet udvikler Altinget public service-biblioteket Bidio.dk. På hjemmesiden kan borgere finde videoproduktioner om Europa, der skal styrke den danske EU-debat og -oplysning.

31. oktober 2011: Morten Øyen Jensen overtager ansvaret for Altingets energi- og klimaportal efter Niels Th. Dahl, der bliver pressechef i Liberal Alliance. Øyen overlader ansvaret for fødevarerjournalistikken til Per Bang Thomsen, der også bliver ansvarlig for uddannelsesportalen.

15. november 2011: Altinget | Kommunal lanceres med Nikolaj Rytgaard som første redaktør.

7. december 2011: Altinget køber nyhedsbrevet Teknologisk Indsigt af Mediehuset Ingeniøren (i dag Teknologiens Mediehus). Journalist Klaus Ulrik Mortensen følger med og bliver redaktør for nyhedsbrevet på Altinget. Den nye portal får navnet Altinget | Teknik.

→ 2012

1. februar 2012: Klaus Ulrik Mortensen afløser Nikolaj Rytgaard som journalist og daglig redaktør af Altingets kommunalpolitiske portal. Samme dag overgår Hjalte Kragesteen fra journalistpraktikant til redaktør for Altinget | Transport.

23. februar 2012: De to bloggere Annegrethe Rasmussen og Morten Bay fra den dengang nystiftede blog om amerikansk politik USAnu.dk hentes ind for at udvikle Altingets amerikanske dækning af politik med et ugentligt nyhedsbrev.

5. marts 2012: Altinget udgiver nyt tillæg til EU-nyhedsbrevet. EU-debatten kan læses gratis på grund af støtte fra Europa-Nævnet.

16. marts 2012: EuropaMagasinet, ti tv-programmer om europæisk politik, lanceres i et samarbejde mellem Mediehuset København og Altinget. Programmerne blev sendt på DK4 og streamet online på Bidio.dk, Altinget.dk og Kanal Hovedstaden med chefredaktør Rasmus Nielsen som vært.

9. maj 2012: Altingets Kend din Kandidat-database nomineres til to Anders Bording-priser, innovationsprisen og den digitale pris. Innovationsprisen går til Dagens Pharma og den digitale pris til ing.dk.

9. august 2012: Anders Jerking, der siden efteråret har været konstitueret på posten, bliver Altingets første redaktionschef i en ny fast stilling.

16. august 2012: Med portalen Altinget | Velfærdsteknologi vil Altinget sættes fokus på, hvordan nye teknologier fremover kan bruges til at løse opgaver i velfærdssamfundet. Klaus Ulrik Mortensen er idémanden bag og får det redaktionelle ansvar for de tre ugentlige nyhedsbreve.

7. september 2012: Villy Søvndal afslører sin afgang som SF-formand i et solointerview med Altingets politiske analytiker, Erik Holstein, der har holdt på hemmeligheden gennem 16 dage.

3. oktober 2012: Socialdemokraternes beskæftigelsesminister, Mette Frederiksen, bliver årets modtager af Ting-Prisen.

6. oktober 2012: I det nye digitale magasin Altinget | Magt sætter Altinget spot på magthierarkierne i det politiske Danmark. Journalist Mads Bang er redaktør og idémanden bag.

18. december 2012: Altinget udgiver med støtte fra Europa-Nævnet et gratis digitalt magasin om EU, Unionens krise og demokratiske legitimitet.

→ 2013

17. januar 2013: Med støtte fra Danidas Oplysningsbevilling lanceres Altinget | Udvikling. Journalist Kasper Frandsen er idémanden bag og bliver redaktør for portalens tre ugentlige nyhedsbreve.

25. januar 2013: Altinget | USA relanceres som et betalt nyhedsbrev med analyser og artikler fra korrespondent Annegrethe Rasmussen.

2. maj 2013: Månedsmagasinet Altinget | Politik udkommer for første gang med interview, portrætter og baggrundshistorier om dansk, europæisk og amerikansk politik.

5. juni 2013: Altinget lancerer quiz-appen QuizTinget med 350 spørgsmål om dansk og international politik.

13. juni 2013: I samarbejde med DK4 og Europa-Nævnet etablerer Altinget en tv-kanal, der sender live fra Folkemødet på Bornholm.

14. juni 2013: Altinget indgår aftale med DR om at bygge en kandidatdatabase med informationer om samtlige 10.000 kandidater til det kommende kommunal- og regionsvalg.

21. juni 2013: Altinget tildeles Anders Bornings Mediepris for det digitale magasin Altinget | Magt 2012. Redaktøren for magasinet, Mads Bang, modtager statuetten på vegne af Altingets redaktion.

29. august 2013: Altinget bringer historien om, at EU er på vej med et direktiv, der vil forbyde slik, snacks og legetøj, der imiterer tobaksvarer i de 28 medlemslande. Artiklen skaber debat, og flere af de citerede europaparlamentarikere går i medierne med korrektioner. Redakti-

onschef Anders Jerking fastholder historiens indhold, men erkender, at rubrikkens ordlyd, ‘EU vil forbyde lakridspiber’, er en stramning.

1. september 2013: Journalist Rikke Albrechtsen starter i en ny-oprettet stilling som EU-korrespondent i Bruxelles og bliver dermed Altingets første journalist med base uden for København.

19. september 2013: Altinget: Kultur lanceres med Per Bang Thomsen som første redaktør.

2. oktober 2013: Årets modtager af Ting-Prisen bliver Socialdemokraternes erhvervs- og vækstminister Henrik Sass Larsen, hvis vej tilbage til magtens tinder efter juryens mening vidner om klog kommunikation.

30. oktober 2013: DR-journalist Henning Olsson går efter ti år af som formand for Folketingets Presseloge. Altingets redaktionschef, Anders Jerking, overtager formandsposten.

19. november 2013: Ved kommunal- og regionsrådsvalget kommer Altinget første gang over en million sidevisninger på en måned.

→ 2014

1. januar 2014: Den nye lov om mediestøtte træder i kraft. Loven vedrører produktions- og innovati­onsstøtte til trykte og digitale medier, herunder Altinget, og erstatter den tidligere distributionsstøtte til dagblade og dagbladslignende publikationer.

27. januar 2014: Rasmus Nielsens nye advisory board med Max Damgaard og Kim Meyer-Karlsen fra Væksthus København samt ejerleder Christian Peytz fra Peytz & Co. mødes første gang. Det sker i Snapstinget, og på dagsordenen er spørgsmålet om at finde en ny salgschef. Opslaget er ude i starten af marts.

2. april 2014: Med Altinget: forskningsformidling bliver forskningsverdenen bidragyder i et nyt nyhedsbrev med artikler, der formidler ny viden og forskning gratis til Altingets læsere.

1. april 2014: Jesper Skeel starter i nyoprettet stilling som salgschef. Med sig til opbygning af den nye salgsafdeling tager han blandt andre Ricky Thomsen, Anders Krøyer og Rok Menhard.

7. april 2014: Redaktionschef Anders Jerking nomineres som Årets redaktør af Danske Medier.

12. maj 2014: Altinget afholder første fagpolitiske konference under emnet forebyggelse og sundhed på Vartov i København med blandt andre sundhedsminister Astrid Krag (SF), direktør for Statens Institut for Folkesundhed Morten Grøn­bæk og foredragshol­der Chris MacDonald.

7. maj 2014: Altingets udgiver og chefredaktør, Rasmus Nielsen, bliver næstformand for de private medi­ers interesseorganisation, Danske Medier.

28. juli 2014: Grønbechs Hotel i Allinge på Bornholm købes på tvangsauktion af Rasmus Nielsen. Hotellet skal være centrum for en række aktiviteter ved det årlige Folkemøde og skal i øvrigt drives som hotel og konferencecenter resten af året.

11. august 2014: Altinget.dk relanceres i et mobilvenligt design og med en helt ny visuel identitet, herunder det nye logo skabt af designer Johan Adam Linneballe, Scandinavian Branding.

26. august 2014: Altinget: justits lanceres med Kim Rosenkilde som redaktør.

28. august 2014: For første gang udvider Altinget forretningen ud over landets grænser og introducerer det svenske søstersite Altinget.se. Redaktionen bemandes af Mattias Croneborg og tre journalister fra det hedengangne tidsskrift Riksdag & Departement.

10. september 2014: Med et bredt fokus på den danske em­bedsstand fra Slotsholmen over EU til kommuner og regioner lanceres Altinget: embedsværk. Journalist Sine Riis Lund er redaktør.

8. oktober 2014: For anden gang modtager Pia Kjærsgaard (DF) Altingets Ting-Pris for sine evner udi politisk kommunikation.

16. oktober 2014: Grundet vækst i antal medarbejdere rykker redakti­on og research ind i nye lokaler på Nybrogade. Administration, salg, ledelse og it-afdeling forbliver i lokalerne på Frederiksholms Kanal.

18. december 2014: Den skrifttype, som er udviklet til Altingets nye vi­su­elle identitet og logo, hædres ved International Creative Media Award med en såkaldt Award of Excellence. Johan Adam Linneballe fra Scandi­navian Branding er manden bag.

→ 2015

19. januar 2015: Norske Norstat bliver ny samarbejdspartner og er­stat­ter A&B-analyse, som man hidtil har benyttet. Norstat-samarbejdet fortsætter til slutningen af 2019.

Februar 2015: Altingets gratis nyhedsbrev med overblik over dansk og europæisk politik runder 20.000 modtagere.

16. februar 2015: Altingets forsi­de får flere muskler og udvider det gratis nyhedsbrev med mere opi­ni­onsstof. Nyhedsbrevet udkommer nu to gange dagligt. Journalist Per Bang Thomsen er med i processen og står til at blive redaktør for forsi­den, men får job ved DR.

1. marts 2015: Journalist Cecilie Gormsen hentes fra Berlingske som ny forsideredaktør for Altingets daglige gratis nyhedsbrev.

6. marts 2015: Journalist Erik Bjørn Møller ansættes som ny redaktør for Altingets uddannelses- og kulturpolitiske portaler.

16. marts 2015: Altingets nystar­tede konference- og netværksaf­deling, Arena, afholder konfe­ren­cen ‘Tæt på finansloven’ med nationalbankdirektør Per Callesen, Primetime-direktør Lars L. Nielsen, Ældre Sagens direktør, Bjarne Hastrup, og leder for Center for Offentlig Innovation Pia Gjellerup blandt talerne.

19. marts 2015: Altinget vinder den nystiftede Public service-pris ved den årlige prisuddeling hos Publicistklubben.

20. marts 2015: Sammen med DMJX modtager Altinget tre

millioner kroner i etablerings- og udviklingsstøtte fra Medienævnet til at udvikle nye tv-formater til web.

23. marts 2015: Forhenværende administrerende direktør for Metro International og TV 2 Per Mikael Jensen bliver ny bestyrelsesfor­mand for Altinget. Samtidig omda­nes det daværende advisory board til en økonomisk ansvarlig professionel bestyrelse på holding-niveau.

30. april 2015: Eva Elsborg ansættes i en nyoprettet stilling som økonomichef i Altinget.

20. maj 2015: Altinget udgiver gennem QuizPedia en ny ugentlig quiz, hvor læserne kan teste, hvor godt de har fulgt med i den for­gangne uges politiske nyheder.

18. juni 2015: Ved folketingsvalget kommer Altinget første gang over to millioner sidevisninger på en måned og runder en million brugere.

21. august 2015: Altinget genoptager satiren. På skift bringes ugens tegning af henholdsvis Erik Petri og Peter Pedersen. Det fortsætter til november 2016, hvor ugens tegning skiftes ud med den daglige stribe Embedsværftet.

15. september 2015: Med støtte fra Trygfonden og Realania lancerer Altinget en ny portal med fokus på det danske civilsamfund. Altinget: civilsamfunds redaktion består af redaktør Carsten Terp Beck-Nilsson og journalist Rasmus Dahl Løppenthin.

2. oktober 2015: Alternativets partileder, Uffe Elbæk, bliver årets modtager af Ting-Prisen for at være et vaskeægte holdningsmenneske fremfor en kynisk taktiker, og fordi han vurderes at være det, han sælger.

25. oktober 2015: Børsen kårer for første gang Altinget som en såkaldt gazellevirksomhed. Prisen tildeles virksomheder, der har fordoblet deres størrelse på fire år. Det gentager sig de følgende år, og i 2019 kan Altinget modtage sin femte og foreløbigt sidste Gazellepris.

28. oktober 2015: Da Lars Chr. Lilleholt (V) udpeges som minister for energi-, forsynings- og klimasektorerne skifter Altinget: teknik navn til Altinget: forsyning. Redaktør

Klaus Ulrik Mortensen bliver på posten, men får nu også telebranchen under sit ressortområde.

11. december 2015: På USA-portalen bringer Altinget en klumme af den faste bidragyder Annegrethe Rasmussen. Klummen har store sammenfald med en leder i The Economist, uden at dette fremgår. Altinget stopper samarbejdet med Annegrethe Rasmussen. Portalen lukker.

→ 2016

20. januar 2016: Første møde for Altingets første netværksgruppe. Det er det sundhedspolitiske netværk, der har Ole Toft som facilitator.

Marts 2016: Altinget forlader lokalerne i Frederiksholms Kanal og Nybrogade og rykker til nyt domicil i Ny Kongensgade 10.

8. marts 2016: På den årlige generalforsamling vælges Per Mikael Jensen som ny formand for Den Danske Publicistklub.

27. april 2016: Altinget udgiver ny magtanalyse over den siddende Venstre-regerings interne magt-forhold og hierarkier på tværs af ministerierne.

4. maj 2016: Altingets nye salgs­chef i Danmark og Sverige Ricky Thomsen figurer på Berlingskes Talent 100-liste over Danmarks bedste erhvervsledere under 35 år.

16. juni 2016: Altinget: civilsamfund nomineres til prisen for ‘Media Initiative of the Year’ ved European Citizenship Awards.

9. september 2016: Altinget henter Søren Jacobsen Damm fra Ekstra Bladet til en nyoprettet stilling som debatredaktør.

5. oktober 2016: Zenia Stampe (R) modtager Altingets Ting-Pris for sin politiske kommunikation.

17. november 2016: En ny daglig satire-stribe lanceres på Altinget.dk. Striben følger livet blandt em­bedsfolk, kaldes ‘Embedsværftet’ og leveres af Mikael Wulff og Anders Morgenthalers bureau, New Creations.

14. december 2016: Altinget opkøber Mandag Morgen med ugebrev, website og tænketank.

→ 2017

Januar 2017: Altingets gratis nyhedsbrev med overblik over dansk politik runder 50.000 modtagere.

6. januar 2017: Som følge at et forstærket redaktionelt fokus på tidens digitale tendenser skifter Altinget: velfærdsteknologi navn til Altinget: digital velfærd.

11. januar 2017: Altinget lancerer med støtte fra Tuborgfondet den ny vidensbank Civilsamfundets Videnscenter.

3. februar 2017: Politiken lancerer digitalt nichemedie og ansætter Altingets redaktionschef, Anders Jerking, som ny chefredaktør.

16. marts 2017: Da ledelsen vælger at lukke Altinget: justits, overtager redaktør Kim Rosenkilde i stedet det daglige ansvar for Altinget: transport fra Hjalte Kragesteen, der fortsætter som redaktør for Altinget: miljø.

23. marts 2017: Jakob Nielsen offentliggøres som ny chefredaktør for Altinget og tager over for Rasmus Nielsen, der fremover vil have mere fokus på forretningsudvikling. Den nye chefredaktør tiltræder officielt 1. maj og kommer fra en stilling som lederskribent og digital redaktionschef på Politiken.

31. marts 2017: Peter Pagh-Sche­gel overtager posten fra redaktør for Altinget: kultur efter Erik Bjørn Møller, der skal være spindoktor for Dansk Folkepartis europaparlaments-medlem Morten Messerschmidt.

31. marts 2017: Mandag Morgens faktatjeksite, Tjekdet.dk, bevilges 2,9 millioner kroner fra Innovationspuljen til udvikling. Altinget tildeles knap 200.000 kroner i udviklingsstøtte.

5. april 2017: Civilsamfundets Vi­denscenter lancerer en ny sektion, hvor fonde, foreninger og andre organisationer i civilsamfundet kan finde udskaber til at løse bran­chens udfordringer.

7. juni 2017: Altinget udgiver nyt ma­gasin med den første gennemgriben­de magtanalyse af hele det danske civilsamfund nogensinde. Et panel kårer her de mest magtfulde fonde og organisationer inden for kultur, social, sundhed, udvikling og miljø.

21. juni 2017: Rasmus Nielsen stopper som administrerende direktør og bliver i stedet bestyrelses­formand for koncernen. Han bytter plads med den hidtidige bestyrelsesformand, Per Mikael Jensen, der bliver ny koncernchef.

23. juni 2017: Altingets politiske kommentator, Erik Holstein, er den første kommentator, der genvinder TV 2 News' Überbesserwisser-quiz blandt politiske kommentatorer.

23. juni 2017: Altinget modtager den første Anders Bording-særpris for blandt andet "at have skabt et medie, der kreativt rendyrker og videreudvikler specialmediets dna".

6. juli 2017: Googles nyhedsfond, Google Digital News Initiative, tildeler Altinget 1,58 millioner kroner i støtte til at udvikle en onlineplat­form, der bruger data fra de danske og svenske parlamenter til at bringe folkestyret tættere på befolkningen.

24. august 2017: Det offentlig­gøres, at Mette Rosendahl senere på efteråret forlader stillingen som Altingets strategi- og udviklings­chef for at blive udviklingsdirektør i Mediehuset Ingeniøren.

28. august 2017: Forsideredak­­tør Cecilie Gormsen overgår til en stilling som redaktionschef for Altinget. Redaktør for Altinget: ud­vikling Kasper Frandsen udnævnes samtidig til nyhedsredaktør.

22. september 2017: Politikens EU-korrespondent, Thomas Lauritzen, ansættes som Altingets nye europaanalytiker. Lauritzen bliver samtidig vært for en ny ugentlig podcast om EU.

2. oktober 2017: Esben Schjør­ring ansættes som redaktør for Altingets printmagasin, som nu skal udkomme månedligt fremfor kvartalsmæssigt og nå en bredere målgruppe.

4. oktober 2017: Statsminister Lars Løkke Rasmussen (V) mod­ta­ger Altingets Ting-Pris for sin evne

til at kommunikere med vælgerne på sociale medier.

9 november 2017: Altingets månedlige magasin indgår i et sam­arbejde med The New York Times og udgiver avisens årlige magasin ‘Turning Points: Global Agenda 2018’ i december-udgaven.

13. november 2017: Altinget: digital velfærd skifter navn til Altin­get: digital for at markere portalens øgede fokus på tidens digitale tendenser.

21. november 2017: Ved kommu­nal- og regionsrådsvalget runder Altinget for første gang seks millio­ner sidevisninger på en måned.

13. december 2017: Statsminister Lars Løkke Rasmussen (V) ned­­sætter en ytringsfrihedskommission med blandt andre Altingets chefre­daktør, Jakob Nielsen, som medlem.

25. december 2017: Anden sæson af podcasten 'Danske Statsministre' udgives i samarbejde med Altinget.

29. december 2017: Ritzaus Bureau sælger søgedatabasen Ritzau Public til Altinget.

→ 2018

3. januar 2018: Rasmus Nielsen modtager Den Berlingske Fonds Journalistpris for sit arbejde med at stifte og udvikle netmediet Altinget.

5. februar: De to private nicheme­dier om forsvarspolitik nytkampfly.dk og arktisknyt.dk overtages af Altinget. Journalist på og grund­læg­ger af de to medier, Andreas Krog, fortsætter med at drive de to portaler, der får navnene Altinget: forsvar og Altinget: arktis.

16. februar 2018: Efter at have taget fast vinterdomicil i EU-landet Cypern stifter Rasmus Nielsen driftsselskabet Alrow Media Limi­ted, der også ejer de skandinaviske selskaber. Alrow står for AI, Rasmus, Oskar og William (far og sønner).

26. februar: Med ambitionen om at dykke mere ned i udflytningen af de statslige arbejdspladser lance­res Altinget: udflytning som en så-

kaldt pop-up-portal med tilknytning til portalen Altinget: embedsværk.

1. maj: Altinget: arena afholder første og foreløbigt eneste studietur. Rejsen går til Edinburgh, hvor det skotske sundhedsvæsen skal ses efter i sammene. Ole Toft er rejseleder på turen.

23. maj: I en ny sundhedspodcast ved navn 'Politisk stuegang' vil Altinget drøfte de vigtigste aktuelle sager på sundhedsområdet. Podcasten får Ole Toft som vært.

20. juni: Det redaktionelle ansvar for Altinget og Mandag Morgen samles under Jakob Nielsen, der dermed også bliver chefredaktør for Mandag Morgen. Lisbeth Knudsen overgår til rollen som tværgående chefredaktør for de to medier.

13. august: Altinget lancerer en ny daglig podcast, Altinget: ajour, der får podcastredaktør Henrik Axel Buchter og magasinredaktør Esben Schjørring som faste værter.

15. august: Med støttemidler fra Innovationspuljen lancer Altinget et nyt nichemedie ved navn Spektrum, som er rettet mod unge mellem 13 og 18 år. I spidsen for det nye medium står journalisterne Line Rønn Tofte og Maja Hagedorn.

28. august: Sammen med det digitale bureau Peytz & Co. og underdirektør i Finans Danmark, forhenværende folketingsmedlem Mads Rørvig lancerer Altinget som hovedaktionær en ny overvågnings-tjeneste, Monitor, som systematisk gennemgår og analyserer seneste nyt fra Folketinget, regeringen, EU og sociale medier. Iza Bahn Havelund er daglig leder.

4. september: Tanja Nystrup Madsen hentes i Danmarks Radio som ny redaktionschef for Mandag Morgen.

4. september 2018: Altinget: civilsamfund relanceres som betalingsportal med nyt fokus på konstruktiv journalistik og en mere brugerinddragende journalistisk profil.

1. oktober 2018: Rune Vinther Jensen tiltræder som chief financial and operating officer for Altinget-koncernen. Han kommer fra en stilling som finansdirektør hos teleselskabet Telmore, hvor han har

arbejdet siden 2013. Med hans tiltræden siger Altinget farvel til økonomichef Eva Elsborg, der kom til Altinget i 2015.

7. oktober 2018: Sammen med analysebureauet Analyse & Tal introducerer Altinget Kendditfolke-ting.dk, et nyt projekt, der går ud på at formidle Folketingets åbne data om aktuelle begivenheder i Folketinget.

28. oktober: For at få rettet op på Mandag Morgens økonomi nedlægges to stillinger. Samtidig samles flere opgaver under Altinget.

1. november 2018: Altinget: arena afholder i samarbejde med Operate første masterclass i adfærdsdesign. Succesen gentages med yderligere tre masterclasses om samme emne.

13. december 2018: EU-kommissær Margrethe Vestager vinder Altingets Ting-Pris for sin evne til at kommunikere om EU på en måde, der bringer Unionen tættere på Danmark.

17. december 2018: Altinget køber annoncebureauet Nichehuset, der i forvejen varetager salg for koncernen, og overtager alle medarbejdere, herunder Oskar Herrik Nielsen, der indtræder i Altingets ledelsesgruppe som annonceditrektør.

→ 2019

Januar 2019: Altinget indgår aftale med den svenske public service-kanal SVT om en kandidattest til det forestående europaparlamentsvalg.

28. marts 2019: Altinget overtager Tivoli for en dag. Det sker med konferencen Arena Summit under temaet 'Den næste generation'. Forhenværende statsminister Helle Thorning-Schmidt (S), daværende statsminister Lars Løkke Rasmussen (V) og den kommende statsminister Mette Frederiksen (S) er blandt talerne.

9. april 2019: Altinget lancerer ny webshop med det nye politiske brætspil Quizminister, der kombinerer politisk paratviden og strategi.

7. maj 2019: Med statsminister Lars Løkke Rasmussens valgudskrivelse åbner Altinget sin nyligt indviede gård i Ny Kongensgade for åbent hus-arrangementer, hvor politikere og vælgere inviteres til debatter, interview, quizzer og foredrag frem mod valget grundlovsdag.

Juni 2019: For første gang siden den spæde start rykker Altingets Christiansborg-redaktion ud fra Ridebanebygningen. Journalisterne genhuses i nyt kontor i Proviantgården.

2. august 2019: Efter fire år i virksomheden, to år som bestyrelsesformand og to år som koncerndirektør, er det slut. Per Mikael Jensen bliver afskediget og fratræder straks. Bestyrelsen har vedtaget en ny strategi for virksomheden og ønsker derfor en anden profil til den fremtidige drift. Økonomidirektør Rune Vinther konstitueres som direktør. I samme omgang afskediges kommerciel direktør Ricky Thomsen. Stillingen nedlægges i forbindelse med direktørskiftet; den kommende direktør får det fulde kommercielle ansvar. Også i bestyrelsen sker der udskiftning. Christian Peytz udtræder, og indtræder medlem af Dansk Erhvervs direktion Betina Hagerup.

22. august 2019: Små to år efter lanceringen trækker Altinget og Mandag Morgen stikket på nichemediet MM Next. Samtidig opruster Altinget sin portal om digitalisering og teknologi.

23. august 2019: Efter fem år skal Altingets svenske modstykke, Altinget.se, have ny chefredaktør. Mattias Croneborg fortsætter på posten, indtil den nye chefredaktør kan tiltræde omkring nytår.

3. september 2019: Med støtte fra Tuborgfondet lancerer Altinget Civilsamfund podcasten 'Sektor 3'. Civilsamfundsredaktør Carsten Terp og direktør for Dignity Rasmus Grue Christensen inviterer hver måned gæster i studiet for at endevende en problemstilling om ledelse i den tredje sektor.

23. september 2019: Det bliver offentliggjort, at Oskar Herrik Nielsen ved årsskiftet vil fratræde som annonceditrektør for Altinget og Mandag Morgen. 26-årige Oskar Herrik Nielsen, der er søn

af Altingets ejer og stifter, Rasmus Nielsen, har de seneste otte år haft ansvaret for Altingets annonceforretning.

2. oktober 2019: Udlændinge- og integrationsminister Mattias Tesfaye (S) modtager årets Ting-Pris med erklæringen om, at han vil arbejde benhårdt for at blive regeringens kedeligste minister.

1. november 2019: Christoph Nørgaard skifter efter knap to års ansættelse Aller Media ud med Altinget-koncernen, hvor han bliver ny administrerende direktør. Tidligere har han haft ledende stillinger hos Telia og TDC.

28. november 2019: Portalen Altinget Ældre lanceres med Søren Friis Elkrog som redaktør.

→ 2020

Januar 2020: Altinget Børn lanceres med Simon Lessel som redaktør.

25. januar 2020: Altinget fejrer 20-års jubilæum.

Margrethe Vestager

EU-kommissær for konkurrence. Forhenværende medlem af Folketinget, minister og politisk leder af Radikale.

Modtager af Ting-Prisen 2018

Margrethe Vestager

Tillykke med de 20 år! Jeg vil gerne takke jer for mange gode stunder de seneste 20 år. Som EU-kommissær glæder jeg mig dagligt over, at I virkelig prioriterer den europæiske del af vores demokrati. Med en dedikeret EU-portal. En dedikeret podcast. Og dedikerede korrespondenter, som også leverer masser af kvalitetsstof til jeres andre portaler. I min tid som EU-kommissær har jeg også været den heldige modtager af jeres Ting-Pris 2018. Som konkurrencekommissær tjener jeg hver dag over 500 millioner europæere. Men der er noget særligt ved at blive anerkendt for sit arbejde af dem derhjemme i Danmark. Så jeg var rigtig glad for at modtage prisen. Ting-Prisen står fremme på mit kontor i Bruxelles sammen med et par andre priser, jeg også har været så heldig at modtage. De fleste priser er en anerkendelse af det arbejde, jeg har været med til at udføre som minister eller EU-kommissær. Der er dog også en gipsfigur af en knyttet hånd, der provokerende strækker langfingeren direkte mod beskueren. Den ”pris” er vist ikke ment som en anerkendelse. Men jeg har placeret den sammen med priserne, for det er altid godt at blive mindet om, at ikke alle altid er enige i alt, hvad du gør. Det har et medie som Altinget sikkert også måttet sande i løbet af jeres foreløbig 20 år. Men I yder et vigtigt bidrag til vores alle sammens demokrati. Og det håber jeg, at I bliver ved med – mange årtier frem. Tillykke med jubilæet!

Kap. 08

Efterord

Af Rasmus Nielsen

Håbet og planen er at fortsætte som udgiver i en lang årrække, hvor vi lægger lige dele vægt på kvalitet, lønsomhed og fortsat internationalisering. Med tiden håber jeg at kunne overgive ejerskabet til en fond. Jeg vil gerne give noget tilbage til folkestyret, faget og familien, der muliggjorde det.



Fremtiden

Af Rasmus Nielsen

Denne jubilæumsbog omhandler årene 2000-2020. Kommer der også et bind 2 i 2040? Ja, det er planen.

Hér ved indgangen til et nyt dobbelt-årsti har vi en erfaren, kompakt bestyrelse. Jeg trives med formandshvervet, samarbejdet med Torben Laustsen og Betina Hagerup og med ledelsen bestående af koncernchef Christoph Nørgaard, økonomidirektør Rune Vinther Jensen og ansvarshavende chefredaktør Jakob Nielsen.

Kan vi styre os til en kontrolleret, ti procent årlig vækst som hér i 2020, passerer vi en milliard kroner i omsætning i 2040. Den gennemsnitlige årlige nettoomsætningsvækst i de seneste tre koncernregnskaber er 46 procent. Kunne vi teoretisk fremover holde det, ville vi, når næste jubilæumsbind udkommer, med længder være Danmarks suverænt største medie- og udgivervirksomhed.

Men lad os nu lige se med milliarder. Der lurder farer overalt; den globale økonomi i almindelighed og den digitale i særdeleshed. Dårlige danske og europæiske rammevilkår i forhold til techgiganterne og konkurrencen fra staternes egne medier. Hvilke produkter overlever, hvem griber bedst de nye muligheder? Os eller andre? Evner vi for alvor de internationale muligheder? Kan vi rekruttere og fastholde de bedste medarbejdere? Vi skal bevare sulten på fremtidig virkelyst.

Selvom vi jævnligt bliver kontaktet med køb for øje, er planen at fortsætte som selvstændig udgiver, hvor vi lægger lige vægt på produkternes kvalitet, lønsomhed, medarbejdernes dygtighed og trivsel samt fortsat innovation, internationalisering og vækst. Selvstændige medier er vigtige stemmer i demokratiet. Vi driver forretning for at udkomme – ikke omvendt.

Selvfølgelig får virketrangen af biologiske årsager en ende; hvad tilsiger rettidig omhu da?

Jeg, årgang 1960, håber med tiden at kunne overgive virksomheden til en fond med tre formål: 1) eje og fremme virksomheden, 2) støtte almennyttige formål inden for billedkunst og ytringsfrihed i Europa samt 3) hjælpe efterkommere.

Formentlig bliver fonden, som mine to sønner også skal tilknyttes, med tiden mit hovedfokus. Hvis virksomhedens lønsomhed udvikler sig som ønsket, er målet at begynde uddeleliger om nogle år. Grundkapitalen skal være til stede, så realafkastet får krop.

Jeg vil give noget tilbage til det Europa, det folkestyre, det fag, den kunst og den familie, der muliggjorde det. Altinget. **A**



En mulig kommende fond, der skal eje virksomheden, skal blandt andet støtte almennyttige formål inden for billedkunst. Den første vilje hertil var medfinansieringen af den dansk-færøske billedhugger Hans Pauli Olsens statue af Christian IV som bygherre. Den blev afsløret på Slotsholmen i 2019 under overværelse af dronningen. Tildækningen måtte løsnes af bystyrets snarrådige repræsentant.

Rasmus Nielsen

Stifter



Rasmus Nielsens CV

1960'erne →

- Født 7. oktober 1960 i København
- Forældre: Professor i psykologi, dr.phil. og senere provinschef i DR Gerhard Nielsen (1926-92) og psykolog, dr.phil. Helle Høpfner Nielsen (1929-2013)
- Elevrådsmedlem på Bernadotteskolen, Hellerup.

1970'erne →

- Interviewer som skolebladsredaktør folketingsmedlem i Aarhus Svend Auken (S)
- Mor flytter til Stockholm. Far giftes igen
- Formand for Gymnasieelevernes Landsorganisation (GLO)
- Student, Risskov Gymnasium
- Danmarks Journalisthøjskole.

1980'erne →

- Formand for Europæisk Ungdom
- Journalistelev på Berlingskes Christiansborg-redaktion. Første artikler om stormoské på Amager
- Afgang, Journalisthøjskolen med tv-hovedopgaven 'Loven bli'r til' (karakter 13)
- Tv-studieophold Los Angeles (Rotary-legat)
- Redaktør af EU-Kommissionens nordiske blade
- Interviewer og vært, ugens radiogæst, 'Hvorfor nu det?' (P1-2-3).

1990'erne →

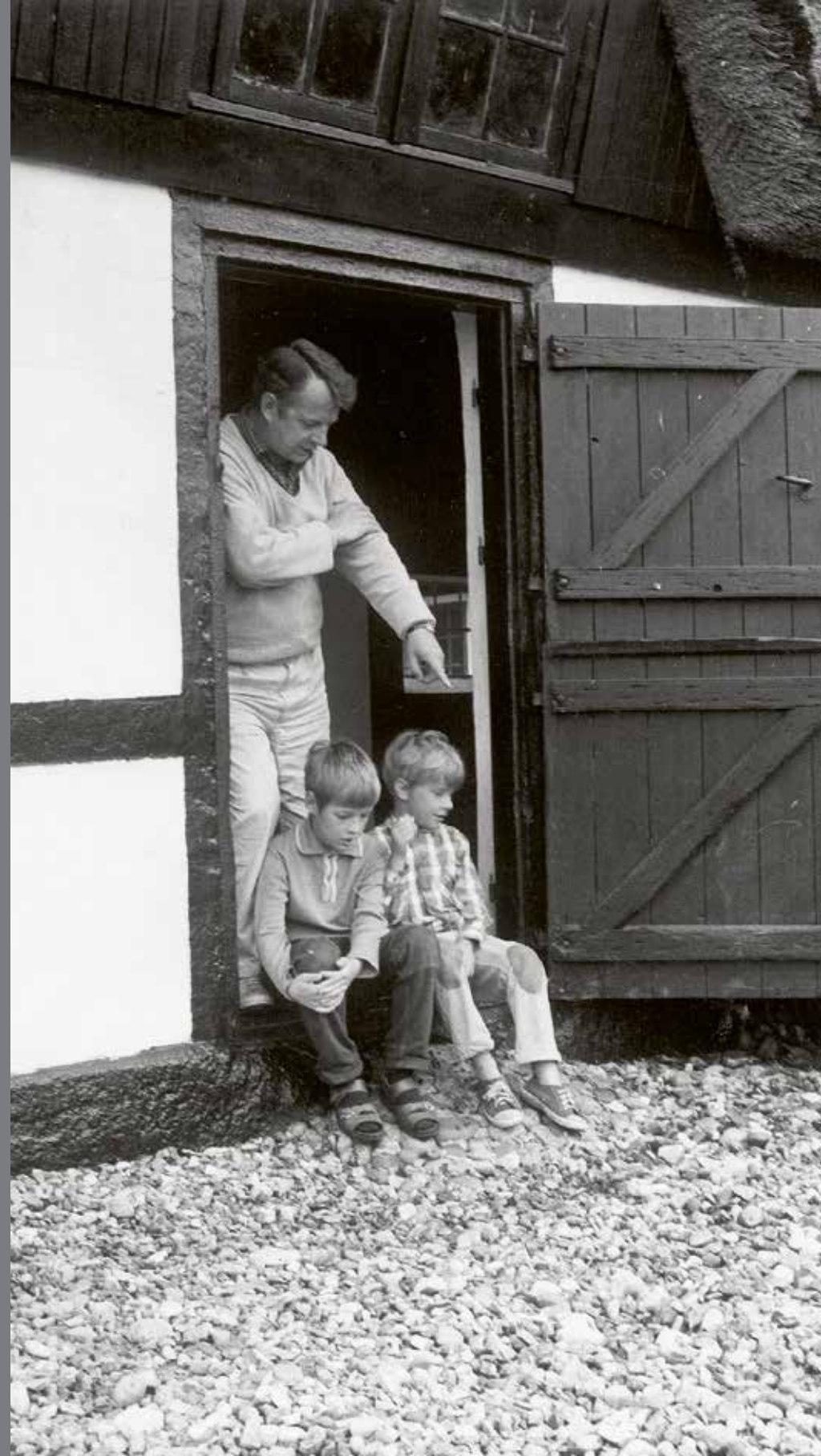
- Studievært TV 2/Lorry. Valgansvarlig
- Redaktør og producent, TV 2-regionernes Christiansborg-redaktion
- Hus i Gudhjem. Initiativtager til Oluf Høst Museet, Gudhjem
- Medejer og bestyrelsesmedlem, Museumsbygningen Kunstauktioner
- Gift 1992-2016 med korrespondent Iben Herrik (født Middelfart 1965)
- Far til Oskar (født 1993, iværksætter) og William (født 1996, medicinstuderende).

2000'erne →

- Starter Altinget.dk. Inspireres til nichekonceptet af sin bror, datalog og "web-guru" Jakob Nielsen (født 1957)
- Opfinder interaktiv kandidat-match 'Kend din Kandidat'
- Åbner årligt nye fagpolitiske portaler
- eJour-pris, jubilæumspris.

2010'erne →

- Starter Altinget.se
- Erhverver Mandag Morgen med ugebrev og tænketank
- Erhverver og istandsætter Grønbechs Hotel i folkemødebyen Allinge
- Chefredaktør og direktør for Altinget, derefter formand
- Formand for Danske Specialmedier, efter fusion næstformand for Danske Medier
- Public servicepris, Bordings mediepriser og særpris, Berlingskes journalistpris
- Danner par med iværksætter, designer Karen Kristiansen-Stuart (født Sønderborg 1970).



Højdepunktet var sommerferierne på Sandballegård i Nordby Bakker på Samsø. Siden har jeg elsket de gamle bøndergårde – som ramme om familievirke og som motiv i dansk kunst.



Min oldemor "Bess", gift med læge Rasmus Nielsen, residerede fra 1913 på Nørrebrogade 8, 2. sal i København, stadig familiens. I fadeburet var der tremelås til maden, som var en knaphed i 1920'erne – selv i pæne kredse.

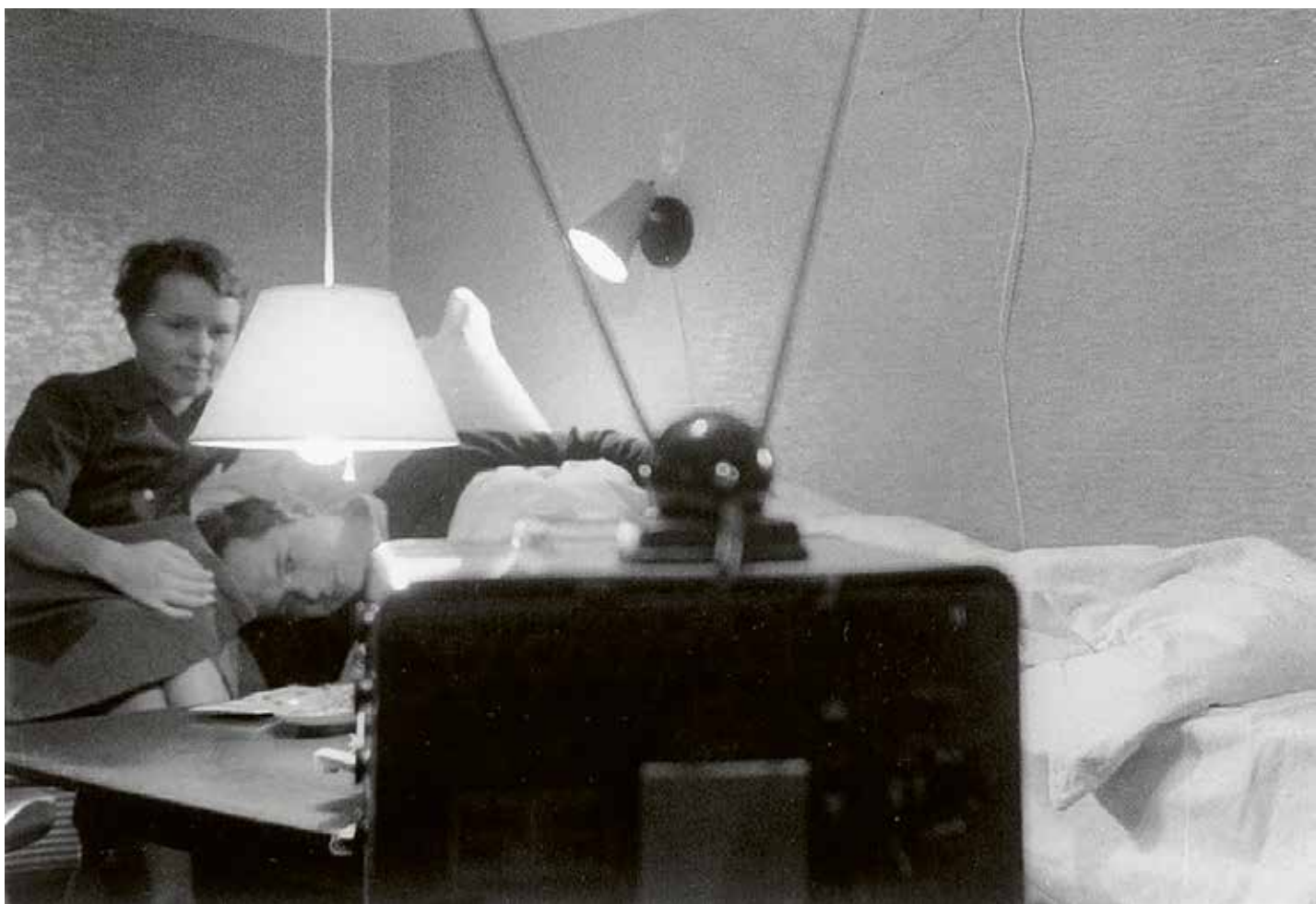




←
Vi var en lykkelig kernefamilie, indtil vi flyttede til Aarhus i 1969 af hensyn til min fars karriere. Her sammen i rækkehuset på Fuglebo 3 på Frederiksberg.

→
Telefoner har fulgt mig, siden jeg var to år. De er for en journalist, hvad en hammer er for en tømrer.

↓
Nyuddannede og nygifte drog mine forældre til Boston i USA for henholdsvis at arbejde og studere videre på Harvard University. Den senere tv-chef nød allerede i 1956 godt af tv i lejligheden.





Far og hans souschef, min senere tv-lærer og selv provinschef, Jakob Nielsen, i deres bedste år, hvor DR-Byen i Halmstadgade (nu Olof Palmes Allé) byggedes. Også for Jakob blev provinschefembedet en stor personlig udfordring – han blev kun 51 år.



Den kendte svenske sexolog og psykoterapeut Maj-Briht Bergström-Walan (1924-2014) spurgte allerede ved deres første møde i 1974, om min mor ville dele resten af sit liv med hende. Her fotograferet af vennen Lennart Nilsson – verdensberømt for foster-fotos.



Første skoledag. I 1. klasse kom jeg i elevrådet på Bernadotteskolen. Vaks og vakt som demokrat.



Berlingske 1965. 16 år senere skrev jeg som journalistelev på kuglehovedmaskine for avisen.





←
Iben Hørrig, der er mor til vores børn Oskar og William Hørrig Nielsen.

↓
At være formand for gymnasieelever i GLO var en glimrende skoling i politik, demokrati og formidling. Her er en række gamle formænd samlet til jubilæum. Det er min svigerinde og mor til GLO Hannah Kain bagest til venstre.

→
Selfie taget 27. juni 2019 med den 92-årige, stadig aktive trivselsforsker Eggert Petersen – svært tilfreds med dagens nye regering.

↓
Nybagt journalist 22 år gammel, sankthans 1983 i min fars have i Marselisborg – mellem de to ældgamle venner, min far og en anden psykologi-professor og socialdemokrat, forhenværende MF og MEP Eggert Petersen.





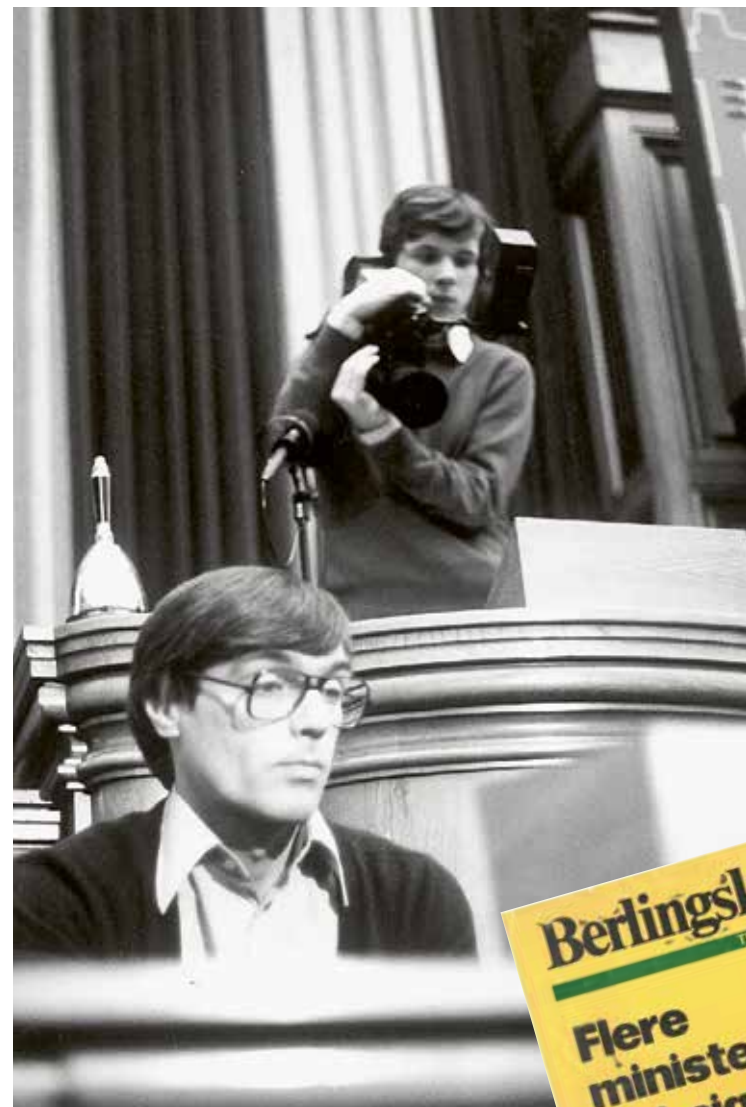
Jeg gik – som så mange kolleger – vejen fra avis over radio til tv. Her sammen med TV 2/Lorrys Dan Tschernia og Københavns Radios Birgitte Henrichsen. På stigen de to valggeneraler, der samarbejdede om kommunalvalget 1993. Torben Frølich var dengang regionalradioens tillidsmand og blev langt senere overraskende kommunaldirektør i Gentofte. Det var før internettet.



Så frimodig ville jeg ikke være i dag – at filme fra formandens plads. Men hovedopgaven til Journalisthøjskolen – 'Loven bli'r til' – skulle i kassen i 1983. Foran ses en ung Claus Dethlefsen, der først for nylig har forladt Folketingets ledelse. Altinget er faktisk også i bred forstand historien om, hvordan en lov bliver til.



Det var sagen at komme på Berlingskes spisesedel som 20-årig journalistelev. Jeg var nede i trykkeriet i Pilestræde for at se den rumlende rotationspresse spule den blysatte forsidehistorie ud. Den var en tidlig forløber for nullernes skarpe værdidebat om islam.





Ugens gæst i radioen var lige mig. "Hvorfor nu det?" spurgte jeg udenrigsminister Uffe Ellemann-Jensen (V).



Jeg tog i 1996 initiativ til Oluf Høst Museet i Gudhjem efter at have lavet portrætfilm til TV 2. Museums-legenden Knud W. Jensen fra Louisiana tilsluttede sig som 80-årig. Han var en gudsbenådet fundraiser og iværksætter, der lærte mig at nå mål hurtigt for få penge. Her ved åbningen 1998.





En stolt iværksætter fylder 50 år og poserer foran de henved 20 portalers hjemsted i foyeren på Frederiksholms Kanal 20. Nichens størrelse definerede bror Jakob, og jeg udviklede konceptet og dublerede det igen og igen for at gøre Altinget.dk til et massemedie.



Mine sønner Oskar og William Herrik Nielsen er begge modelleret af Hans Pauli Olsen, da de var 11,5 år. Altså slutningen af barndommen, hvor man alligevel sagtens fornemmer deres træk som voksne.



Embedsværftet



