

## LANDSFORMANDENS TO MINUTTER



## AMBASSADØRER PÅ TV-SKÆRMEN

*»At vise, at journalistik kan være andet end fejlfinding og nedgroede tånegle, fjordomme og hår i suppen«*

Sådan skrev den ansvarshavende chefredaktør for Danmarks nyeste dagblad »Dagen« forleden i Børsen – i øvrigt det første nye dagblad her i landet siden 2. Verdenskrig. Avisens historier vil efter eget udsagn »tage udgangspunkt i en positiv undren: Tænk, at det kan lade sig gøre! Og ikke i en negativ forargelse: Det er også for galt!«

Sådanne ord lyder forfriskende i en tid, hvor medierne synes at overgå hinanden i at opstøve diverse små afsløringer med omvendt proportionalt store og dramatiske overskrifter i kampen om læserne og/eller seerne.

Konkurrencen i den danske dagspresse er hård, og opfattelsen blandt hovedparten af medierne er, at det er de hurtige nyheder, der sælger. Derfor er det om ikke andet modigt, at en ny avis vil forsøge at skabe sig et noget andet fundament.

Bedre end de fleste ved vi ejendomsmæglere, hvad det vil sige at være i mediernes søgelys. At have mediernes interesse. Det er tilsyneladende prisen – eller belønningen om du vil – for at bevæge sig på et område, der er så følelsesbetonet og nært for den enkelte dansker – nemlig vores bolig, vores hjem.

Tv-mediet er jo et af de populære medier. Og i den forbindelse synes jeg, at vi kan glæde os over, at udsendelser, der mere eller mindre direkte handler om vores branche – nemlig køb og salg af boliger – i øjeblikket er nogle af de største seermagneter på dansk tv. Nemlig »Hammerslag« på DR1 med Frode Munksgaard og programmet »Helt Solgt« på TV 2, som jo har godt 850.000 seere, hver gang det ruller over skærmen. Meget mere om sidstnævnte program finder du andetsteds i bladet.

»Hammerslag« kører igen i dette efterår med en fortsat stor og trofast seerskare – i den kommende tid med fokus på huse i Sydfrankrig har jeg ladet mig fortælle. Jeg ved godt, at programmet har været – og fortsat er – til diskussion i vores branche. Personligt ser jeg det som ren underholdning og en leg, der viser, hvor svært selv dygtige fagfolk har det, når de er uden for pastoratet og dermed helt uden det fornødne lokale markedskendskab. Det beviser jo netop også nødvendigheden af det, vi selv fremhæver som vigtigt og et af vore adelsmærker, nemlig markedskendskabet.

I begge programmer medvirker ejendomsmæglere som en slags ambassadører for vores branche. Med de to programmers forskellige krav til klogskab og saglighed – og med de underholdende momenter, der også skal være plads til, når man deltager i en leg – synes jeg faktisk, vi har haft nogle rigtig gode ambassadører på skærmen.

Leif Knudsen  
Landsformand

