

DANSK PRESSE

NYHEDSBREV UGE 25 - 2010

Læs også nyhedsbrevet direkte på vores hjemmeside: www.danskedagblade.dk/nyhedsbrev

MEDDELELSER TIL ABONNENTER

Nyhedsbrevet går på sommerferie

Dansk Presse holder ferie hele juli og er tilbage fredag den 6. august

Nyhedsbrevet Dansk Presse går på sommerferie fra fredag den 2. juli og er tilbage fredag den 6. august 2010.

Redaktionen ønsker alle en god ferie!

JOURNALISTIK OG YTRINGSFRIHED

Fængselsdom til redaktør for kursmanipulation vækker opsigt

Ytringsfrihed eller kursmanipulation for egen vindings skyld, spørger professor i børsret

Den tidligere økonomiske redaktør på magasinet Penge & Privatøkonomi, Claus Forrai, blev torsdag idømt fire måneders fængsel og konfiskering af én million kroner af den private formue for at være skyld i kursmanipulation, skriver business.dk.

Anklagen lyder, at han skulle have fusket sig til store aktiegevinster i 2006-2008, mens han var redaktør. I flere tilfælde har han købt aktier for et stort beløb i et bestemt selskab og herefter givet selskabet rosende omtale i sin aktiekommentar i magasinet.

Det fik kurserne til at stige, og Forrai kunne herefter ofte sælge af sin aktiebeholdning med betydelig gevinst, skriver business.dk.

Ifølge Jesper Lau Hansen, professor i børsret ved Københavns Universitet, vil dommen vække opsigt, da han mener, det er den først dag i Europa, hvor en redaktør bliver dømt for kursmanipulation.

Jesper Lau Hansen forklarer, at sagen især er interessant, fordi den ligger i krydsfeltet mellem redaktørens ytringsfrihed og kursmanipulation.

”Journalister har en særskilt beskyttelse, når de skriver mere eller mindre dokumenterede oplysninger. Men dommeren har altså vurderet, at det er blevet bevist, at han er gået over grænsen og ikke har leveret saglige rapporter, men i stedet bevidst påvirket aktiekurserne for egen vinding”, siger Jesper Lau Hansen til business.dk.

Straffen er ifølge professoren forholdsvis hård og på niveau med forholdsvis grove insiderforbrydelser, der minder om kursmanipulation.

Læs mere på: <http://www.business.dk/medier-reklamer/redaktoer-fire-maaneder-i-faengsel-kursmanipulation>

UGENS EXTRA

LEDER: Navneforbud skal være en undtagelse

Af Ebbe Dal, adm. dir. for Danske Dagblades Forening

Den ellers så driftsikre Oluf Jørgensen, der som Danmarks Medie- og Journalisthøjskoles skattede presseretsekspert er rådgiver for mange, mange journalister i deres løbende arbejde, har i en artikel i tidsskriftet Retten Rundt overraskende fremsat det synspunkt, at nedlæggelse af navneforbud i retssager skal være reglen, medens ophævelse af det skal ske ved en konkret undtagelse, akkurat modsat af, hvordan det er i dag.

Oluf Jørgensen peger på, at der med de digitale medier er opstået mulighed for, at et navn på en sigtet kommer ud, endnu før en domstol har kunnet tage stilling til et eventuelt navneforbud. Dette er sket et par gange i vinter. Dels slap Rigmor Zobels navn ud, inden navneforbuddet gjorde det nødvendigt at dølge hendes identitet under betegnelsen 'jetsetdronningen'; dels blev en uskyldig sigtets navn offentliggjort i Mariasagen fra Herning.

De to sager har fået bl.a. de konservatives retsordfører Tom Behnke, der har en fortid i politiet, til at fremsætte krav om en lovændring i retning af den, Oluf Jørgensen senere har promoveret.

Det er korrekt, at de digitale medier har øget hastigheden i nyhedsformidlingen. Men det ændrer ikke ved, at der må en domstol til for at afveje hensynet til den sigtede over for offentlighedens interesse – eller med andre ord for at beslutte en afvigelse fra grundlovens hovedprincip om offentlighed i retsplejen. Dette kan ske under efterforskningen, allerede før sagen kommer i retten. Hvis der er et problem, kan det derfor løses ved, at de pågældende sigtedes advokater vågner op og får spørgsmålet på bordet med det samme.

Som i så mange spørgsmål, der kommer til politisk drøftelse provokeret af øjeblikksstemninger, findes det nødvendige redskab til at løse problemet allerede i lovgivningen. Den er jo netop blevet til under besindig vurdering af, hvordan situationer kan udvikle sig.

MARKED OG ØKONOMI

60 dagblade, ugeaviser og magasiner har indgået aftale med Newswatch

Nyt medieovervågningsbureau med tidlige presseklip af avisernes indhold er på markedet

Tanken bag det nystartede medieovervågningsbureau Newswatch er, at presseklip skal være kunderne i hænde så tidligt, at de kan nå at reagere strategisk på dagens historier i medierne.

Det lader sig gøre af minimum to grunde, fortæller én af partnerne i virksomheden, journalist Jens Kloppenborg-Skrumsager:

Stort set samtlige dagblade samt en række ugeaviser og magasiner har sagt ja til en økonomisk aftale om digitalt brug af deres stof fra print- og webmedierne. Og fjorten danske medarbejdere, der er bosiddende i Singapore kan gennemlæse, udvælge og analysere nyhederne om natten dansk tid, så presseklippene ligger klar til kunderne kl. 06 om morgenen.

Jens Kloppenborg-Skrumsager sidder i København, mens partneren, politolog Steffen Egelund, styrer produktsiden med de ansatte i Singapore.

”Computeren kan hjælpe med at søge på det digitale indhold via søgeord. Men de ansatte bruges i høj grad til at se på indholdet med indsigt i det danske sprog og konfliktstoffet i historierne. Så det er ikke hvem som helst, der kan gøre det. Det er personer med de rette kvalifikationer”, fortæller Jens Kloppenborg-Skrumsager.

Han er tidligere kommunikationschef i København Kommunes Bygge- og Teknikforvaltning under daværende borgmester Søren Pind. Her havde han brug for en service, han ikke synes at kunne finde i tilstrækkelig grad, hvilket gav ham idéen.

Projektet har været i gang siden 2008, men det har taget tid at få de danske medier med på en aftale. Nu er det lykkedes at lave 35 aftaler fordelt på omkring 60 udgivelser, heriblandt stort set samtlige dagblade samt en række ugeaviser og magasiner. Det var en afgørende præmis, mener han:

”Vi er gået ind på dette marked som en seriøs spiller, og vi ønsker at spille inden for brættet hele tiden. Vi kan ikke få seriøse kunder, hvis ikke vi har aftalerne i orden, så det er vi jo glade for, at vi kunne lykkes med”, siger Jens Kloppenborg-Skrumsager.

Kunderne er typisk offentlige institutioner og private virksomheder, der er stærkt interesserede i at vide, hvad der skrives om dem særligt i printaviserne, men også onlinemedierne.

”Det er oftest politisk styrede virksomheder, der kender pressen og bruger den proaktivt som en strategisk del af markedsføringen og krisehåndteringen”, fortæller han.

Læs mere på: <http://www.newswatch.dk/>

Berlingske Media og SBS Radio vinder den 6. FM-kanal

POP FM bliver navnet på den nye radiokanal, der bringes på den sjette FM-kanal

Radio- og tv-nævnet har i tirsdags udpeget FM 6 A/S, der har Berlingske Media som hovedaktionær (60 procent) og SBS Radio som mindretalsaktionær (40 procent), som vinder af udbuddet af den 6. FM-kanal. Tilladelsen til at sende på den sjette FM-kanal gælder i de næste 8 år.

”Nævnet har modtaget to kvalificerede ansøgninger og har i sin afgørelse foretaget en samlet vurdering ud fra de gældende kriterier. Vurderingen faldt ud til fordel for FM 6 A/S, som bl.a. på realismen af forretningsplanen viste sig stærkest”, siger Radio- og tv-nævnets formand, Christian Scherfig i en pressemeddelelse.

FM 6 A/S har oplyst at ville drive stationen under navnet 'POP FM'.

”Vi er meget glade for, at vi nu har fået muligheden for at igangsætte en ny og spændende radio på det danske marked. Vi ser i høj grad frem til det nye innovative samarbejde mellem os og SBS Radio, og vi starter med det samme, så POP FM kan gå i luften kort tid efter, vi alle er kommet tilbage fra sommerferie”, siger koncernchef for Berlingske Media, Lisbeth Knudsen.

Ifølge koncernchefen vil POP FM tage konkurrencen op med DR's regionalt opdelt P4-kanal og levere et kommercielt kvalitetsprodukt med musik og landsnyheder som alternativ. Målgruppen er de 35-55-årige. POP FM vil spille popmusikken fra primært 70'erne, 80'erne og

90'erne – et format, der ifølge markedsundersøgelser, foretaget af Gallup, er meget stor efterspørgsel på.

POP FM vil få nyheder leveret af Berlingske Media, og POP FM vil automatisk blive optaget i SBS Radios salgsnetværk. Så allerede fra første dag er kanalen med i Danmarks største kommercielle radio-salgsafdeling og er på den måde garanteret en indtægt fra starten, fortæller den administrerende direktør for SBS Radio, Frederik Meyer.

Den anden byder, der således får afslag, er Selskabet New Radio ApS med udspring af den tidligere tilladelseshaver, Talpa Radio International B.V., der har drevet stationen under navnet "Radio 100 FM".

Læs mere på: <http://www.bibliotekogmedier.dk/medieomraadet/radio-og-tv/landsdaekkende-og-regional/fm6-udbud/>

Metro Grækenland får ny ejer

Metro International sælger sin græske avis til selskabet Voisins Limited

Metro Internationals græske skud på stammen bliver nu solgt fra for at frigøre midler til at investere i nye markeder, siger Metros adm. direktør Per Mikael Jensen i en pressemeddelelse.

Det er selskabet Voisins Limited, der fremover vil udgive Metro Grækenland på franchisebasis. Det resulterer i en engangsomkostning for Metro på cirka 1,8 mio. euro.

"Metro Grækenlands stærke historie og Metros attraktive brand på gratisavismarkedet var afgørende for, at Voisin investerede i Metro Grækenland trods de udfordringer, som den græske medieindustri står over for i øjeblikket", siger direktør for Metro Grækenland, Fragiskos Monogios, i pressemeddelelsen.

Amerikanske USA Today venter med brugerbetaling for iPad-applikation

Avisens nyeste tiltag er gratis, fordi annoncerne giver mere end abonnementer

USA Todays nye applikation til iPad er gratis de første tre måneder og formentlig frem til næste år. Reklameindtægterne er nemlig større end de eventuelle abonnements-indtægter ville være, skriver adage.com ifølge Markedsføring.

"Vi har så stor en annonceefterspørgsel, at det ville være en dårlig forretningsbeslutning at bygge en betalingsmur op på nuværende tidspunkt", siger David Hunke, formand for USA Today.

Indtil videre er nyhedsapplikationen blevet downloadet 538.000 gange, og annoncører som Barnes & Noble, Hotel Marriott og Coca-Cola er betalingsvillige nok til, at avisen overvejer at udskyde fristen for, hvornår der skal betales for applikationen.

Formand David Hunke tilføjer dog, at der senere skal træffes beslutning om, hvorvidt nyhederne skal være gratis eller om der er områder, hvor nyhederne skal koste penge, skriver Markedsføring.

MEDIEVERDENEN

DDF: Årets Webavis udvides og Årets Avisside belønner fokus på 'Udkantsdanmark'

DDF's årlige designkonkurrence for dagbladene print- og webaviser søger indstillinger

Danske Dagblades Forenings årlige designkonkurrence for dagbladene, Årets Avisside, sætter i år fokus på avissider med emnet 'Udkantsdanmark'.

Foruden de vanlige kategorier med 'forsider', 'featuresider', 'sektions-/magasinforsider' og 'Åben Klasse' vil det således være avissider, der med et spændende og funktionelt design behandler fx de sociale, politiske og økonomiske sider af hverdagen i udkanten af Danmark, som har mulighed for bliver hædret. Sidste år var temaet 'Finanskrisen'.

Webdesignkonkurrencen 'Årets Webavis', der begyndte sidste år, bliver i år udvidet, så ikke kun 'webforsider', men også 'webunderforsider', 'Webnyhedsdækning' og 'Åben Webklasse' er mulige kategorier for dagbladene webaviser at stille op i.

Hvad angår kategorien 'Webnyhedsdækning' er det webavisernes brug af webdesign og onlinemediet generelt, der bliver bedømt. Ikke det redaktionelle indhold.

Indstillinger kan indsendes til og med 15. september 2010. Vinderne kåres på DDF's generalforsamlingen, der i år afholdes 27. oktober 2010 i forlængelse af Mediekonferencen den 26.-27.oktober i Kolding.

Læs mere på: <http://danskedagblade.dk/artikel/aarets-avisside-og-aarets-webavisside-2010>

Mediekonferencen 2010 holdes 26.-27. oktober i Kolding

DDF's generalforsamling holdes i forlængelse af konferencen. Husk kryds i kalenderen

Årets Mediekonference foregår i år 26.-27. oktober, hvor mediebranchen har mulighed for at samles om aktuelle emner som tablets, sociale medier og kvalitetsjournalistik.

Under overskriften "Branding eller business" handler første emne om at tjene penge på tablets, herunder iPad'en og lignende digitale platforme.

Andet emne kaster spotlyset mod de erfaringer, dagbladene har gjort sig med sociale medier: Hvordan skaber man en frugtbar dialog med publikum?

Tredje emne er nyhedsmediernes kernekompetence, nemlig kvalitetsjournalistikken. Hvordan kan kvalitetsjournalistikken dyrkes på en bæredygtig måde fremover?

Konferencen holdes på Comwell i Kolding og i forlængelse heraf holder Danske Dagblades Forening sin årlige generalforsamling blandt andet med kåringen af Årets Avisside og Årets Webavis.

Berlingske Media samler sine lokale medier i en ny forretningsenhed

Berlingske Lokale Medier skal ledes af Dorthe Carlsen og Gorm Wesing Flyvholm

Med virkning fra torsdag den 24. juni etableres en ny forretningsenhed for alle Berlingske Medias lokale udgivelser.

Enheden får navnet Berlingske Lokale Medier og kommer til at bestå af alle dagblade og ugeaviser i Midtjyske Medier samt alle ugeaviserne i Berlingske Lokalaviser. I alt seks dagblade

og godt 50 ugeaviser med tilhørende websites og øvrige aktiviteter, herunder de nye lokale kvartalsmagasiner.

Og det bliver makkerparret Gorm Wesing Flyvholm, medlem af koncernledelsen og direktør for Berlingske Lokaltidende og Dorthe Carlsen, ansvarshavende chefredaktør for Berlingskes Midtjyske Medier, der sammen kommer til at stå i spidsen for enheden.

”Begge har været med til at lede dels lokalaviserne og dels de midtjyske titler igennem de meget store forandringer, de har gennemgået i løbet af de seneste år, og begge får nu udvidet deres ansvarsområder”, står der i pressemeddelelsen fra Berlingske Media.

Dorthe Carlsen får således det chefredaktionelle ansvar for alle de lokale udgivelser, imens Gorm Wesing Flyvholm allerede har ansvaret for annoncesalgssiden og det totale kommercielle ansvar for lokalaviserne.

Direktøransvaret for selskabet, Berlingske af 2007, som de midtjyske udgivelser hører til, overdrages fra nuværende direktør Per B. Knudsen til koncernens økonomidirektør, Peter Nordgaard. Koncernchef Lisbeth Knudsen er fortsat bestyrelsesformand for Berlingske af 2007.

Berlingske.dk og Ekstra Bladets nationen.dk vandt FDIM-priser

Berlingskes blog og EB's Nationens "Min sag" blev kåret ved Mediernes Internet Pris

Torsdag præmierede Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM) en række netmedier ved Mediernes Internet Prisuddeling.

Blandt de seks vindere var Berlingske Tidendes blogsektion på berlingske.dk i kategorien "Bedste Blog" og Ekstra Bladets Nationen "Min sag" i kategorien "Bedste brugerinddragelse".

Berlingske Tidendes blog, der fx har Uffe Ellemann, Katrine Lilleør og Søren Pind blandt bloggerne, fik prisen, fordi blogsektionen passer præcist til mediets målgruppe og når ud over blogsfæren med mange af bloggernes budskaber.

Ekstrabladet.dk vandt prisen, fordi det med Nationens "Min sag" har skabt et univers, hvor det er muligt for alle at komme til orde. Har man en sag og formår at få flere end 1000 støtteerklæringer bliver sagen taget op af en journalist på ekstrabladet.dk.

De fire øvrige vindere var:

Computerworld.dk i kategorien "Bedste netjournalistik" for afsløringen af KMD's lidt for tætte forhold til kommunerne.

Videnskab.dk fik i kategorien "Bedste nye publicistiske tiltag på nettet" for at gøre svært tilgængeligt stof tilgængeligt ved at bruge nettet som platform uden at have andre mediekkanaler.

Pirat-tv fra DR.dk i kategorien "Bedste web-tv" for at udnytte web-tv optimalt rettet mod den unge målgruppe og satse 100 procent på nettet som platform for ungdoms-tv.

Sidste pris gik til Boliga.dk i kategorien "Bedste brug af nettet til politik og påvirkning" for det ihærdige arbejde for at offentliggøre salgspriser for ejendomme.

Der var 67 indstillinger til de seks kategorier ved Mediernes Internet Pris.

Læs mere på:

http://www.fdim.dk/nyheder/pressemeddelelser/2010/6/24/Priser_til_Berlingske,_Ekstra_Blade

UDVIKLING

Politikens samarbejde med Boligsiden.dk giver 75.000 boliger på webavisen

Boligannoncerne præsenteres som en integreret del af boligsiderne på politiken.dk

En aftale mellem Politiken og Boligsiden giver brugerne af politiken.dk direkte adgang til at søge i over 75.000 boligannoncer, skriver Politiken.

Annoncerne kommer til at indgå som en integreret del af webavisen.

"Politikens brugere er blandt de mest aktive på boligmarkedet, og Boligsiden har Danmarks stærkeste marked for boligannoncer", siger direktør Roy Bruhn-Petersen til Politiken.

Ny WAN-IFRA-rapport "Million Dollars-strategier for dagbladsvirksomheder"

Læs om de mange byggeklodser, der til sammen kan udgøre fremtidens forretning

Indtægterne på printannoncering er under pres og de fleste dagbladsudgivere søger nye indtægtsmodeller og -normer for at holde deres forretning i gang og betale for kvalitetsjournalistik. En ny rapport fra World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) kan muligvis give nye input.

"Million Dollar-strategierne for dagbladsvirksomheder" fra WAN-IFRAs "Shaping the Future of the Newspaper"-projekt undersøger i hvert fald ny og allerede prøvet annoncering, distribution og omkostningsnedskæringer for at genvinde millioner af tabte indtægter for dagbladsvirksomhederne.

Og kreativitet lader til at være den vigtigste lederkompetence med hensyn til vellykket business i fremtiden, hvis man spørger de 1.500 ledere, der har deltaget i en undersøgelse udført af IBM's Institute for Business Value og som bliver citeret i rapporten.

"Hvordan distribuerer vi avisen? Er der en mere effektiv måde? Hvor dygtige er vores salgsteams? Skal de til at bruge skemaer eller er al deres fokus på samarbejde?"

Rapporten kommer desuden omkring adskillige case studies af velkendte byggeklodser, der kan bruges til at lægge de rette koncepter og strategier for at øge indtjeningen:

Annonceafdelingens redskaber og uddannelse, salg via konsulenter, afkast, fokus på brugerne, udvikling af nye produkter, styrken i print strategier, online annonceringsnetværk, multimedia annonceringskampagner, hyperlokale annonceringsstrategier, loyalitetsklubber, indtjeningsmuligheder på onlineindhold, målrettethed overfor brugerne vedr. abonnementer og annoncering og en øget effektivitet.

Læs et kort referat på <http://www.wan-press.org/rubrique880.html> .

WAN-IFRA-medlemmer kan hente rapporten på: <http://www.futureofthenewspaper.com>

JOB OG KARRIERE

Per B. Jørgensen træder tilbage fra Midtjyske Medier 1. juli

Den nu afgående direktør fortsætter med særlige opgaver frem til udgangen af 2011

Direktør Per B. Jørgensen træder i forbindelse med oprettelse af forretningsenheden Berlingske Lokale Medier tilbage som chef for Berlingske-udgivelserne i det midtjyske.

Som led i en ledelsesmæssig omstrukturering i Berlingske Medias lokale udgivelser, og efter en velgennemført økonomisk turnaround for Berlingskes midtjyske dagblade og ugeaviser, fratræder Per B. Jørgensen 1. juli i år stillingen som medlem af Berlingske Medias koncernledelse og adm. direktør i Berlingske af 2007-selskabet, der bl.a. rummer Midtjyske Medier.

"Der er al grund til at sige Per B. Jørgensen en stor tak for arbejdet med de store forandringsprocesser, som nu har givet positive resultater både i forhold til læserne og i forhold til bundlinjen i vores lokale dagblade og ugeaviser i Midtjylland. Jeg er meget glad for, at vi i koncernen fortsat i en periode kan trække på Per B. Jørgensens store viden og erfaring", siger koncernchef Lisbeth Knudsen i en pressemeddelelse.

Per B. Jørgensen vil frem til udgangen af 2011 fortsat arbejde for Berlingske Media med varetagelse af en række centrale bestyrelsesposter i bl.a. Syddanske Medier og med specialopgaver – herunder forhandling af overenskomstaftaler m.v. Det sker i direkte reference til koncernchef, Lisbeth Knudsen.

Direktøransvaret for selskabet, Berlingske af 2007, som de midtjyske udgivelser hører til, overdrages til koncernens økonomidirektør, Peter Nordgaard. Koncernchef Lisbeth Knudsen er fortsat bestyrelsesformand for Berlingske af 2007.

ANNONCER

Mediehuset Herning Folkeblad søger erhvervsjournalist

En journalist som brænder for at formidle erhvervsstof forståeligt og spændende

En af vores erhvervsjournalister får nye arbejdsopgaver i mediehuset. Derfor søger vi til Erhvervsredaktionen en journalist med næse for skarpe nyhedshistorier, velskrevne portrætter og nuancerede baggrundsartikler - og som brænder for at formidle erhvervsstof forståeligt og spændende.

Jobbet

Mediehuset Herning Folkeblads erhvervsredaktion består af to uddannede journalister samt en journalistpraktikant. Det er en selvstående enhed, som har et tæt samarbejde med de øvrige journalister på blandt andet avisens hovedredaktion og online-redaktion.

Erhvervsredaktionen dækker hele avisens udgivelsesområde, som er kendetegnet af et dynamisk og alsidigt erhvervsliv inden for mange forskellige brancher.

Erhvervsredaktionen leverer softcore erhvervsjournalistik med bid og dækker alt, som rører sig i erhvervslivet - lige fra de nyetablerede iværksættere over videregående uddannede til de etablerede virksomheder og til virksomheder i hele Region Midtjylland.

Indhold til vores online-medier i form af lydclip til radio og korte artikler til nyhedssitet AOH.dk.

Personprofil

Vi forventer, at du:

- Er uddannet journalist og kan skrue en artikel godt sammen både sprogligt og grammatisk.
- Kan arbejde selvstændigt og deltage i fælles idéudvikling og tema-produktion.
- Har næse for den gode nyhedshistorie, men også tænder på at fortælle historien om

Fagfestival: Mediebranchens Roskildefestival

Billetsalg fra 18. august. Find os også på Facebook og Twitter

Som leder skal du med på branchens helt store begivenhed i år, Fagfestival den 14. og 15. november i Odense.

70 sessions med navne som Jonas Bonnier, Per Stig Møller, John Peet (Economist), Ben Hammersley (Wired), Lisbeth Knudsen, Merete Eldrup, Carsten Jensen, Connie Hedegaard og 130 andre medvirkende.

KOLOFON

Tilmeld dig Nyhedsbrevet Dansk Presse, som opdaterer dig med nyheder fra medieverdenen i ind- og udland på: www.danskedagblade.dk/abonnement

Det er også her, du kan framelde dig eller ændre din e-mailadresse.

Se tidligere nyhedsbreve på: www.danskedagblade.dk/arkiv

Skriv til redaktionen:

Journalist og redaktør Louise Zabel, lz@danskedagblade.dk
Ansvarshavende redaktør Ebbe Dal, ed@danskedagblade.dk

Ved annoncering i Nyhedsbrevet Dansk Presse kontaktes:
Jan Treu på tlf. 33 33 06 80 eller e-mail: jt@treumedia.dk

Danske Dagblades Forening

**Pressens Hus
Skindergade 7
1159 København K**

● DDF · Danske Dagblades Forening