

DANSK PRESSE

NYHEDSBREV UGE 35 - 2010

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

JOURNALISTIK OG YTRINGSFRIHED

Kommerciel ytringsfrihed til debat efter svensk TV 4's nej til burka-video

Politiken afviser ikke at kunne finde på at blokere for annonce fra fx Dansk Folkeparti

Stemningen i den danske indvandrerdebat er begyndt at smitte af på svenskerne, og for nylig sendte det højreorienterede parti Sverigedemokraterne en kontroversiel reklamefilm på gaden. Her ser man en gruppe burkklædte kvinder med barnevogne, som forsøger at overhale en ældre dame som symbol på den stigende kamp om at opnå velfærdsgoder.

Men den svenske tv-kanal TV4's valgte ikke at ville bringe den på grund af tonen i filmen, og denne beslutning har Politiken siden bakket op om. Chefredaktør Tøger Seidenfaden mener, at blokeringen må "komme an på det konkrete indhold":

"Vi er i vores gode ret til at afvise annoncer af redaktionelle årsager. Det har vi blandt andet gjort med Scientology og annoncer med antisemitiske budskaber. Ja, vi har sågar afvist Ekstra Bladet engang, og de er endda en del af vores eget hus", siger han til Børsen og afviser ikke, at reklamer fra f.eks. Dansk Folkeparti også kan blokeres afhængig af indholdet.

Den svenske afvisning har derimod fået kritik fra andre danske chefredaktører, heriblandt Lisbeth Knudsen fra Berlingske Medier, som over for Jyllands-Posten kalder det en "meget problematisk holdning, at man på den redaktionelle side går ind for ytringsfrihed, hvis man ikke gør det på den kommercielle".

Samme opfattelse har direktøren for Dansk Annoncørforening Otto B. Christiansen, der mener at "danske medier er ude på et farligt sidespor, hvis de afviser reklamer, som i øvrigt overholder loven".

"Det minder om censur, og det er da i højeste grad tankevækkende, at lige præcis Politiken, som betragter sig selv som offentlighedens talerør, ikke forsvarer ytringsfriheden", mener han ifølge Børsen.

B.T. får kritik af Pressenævnet for urigtig webrubrik om afføring i mad

Kritikken kommer selvom "afføring" blev udskiftet med "jord" senere på dagen

Da B.T. i en artikel 12. juni på bt.dk skrev, at Øllingegaard Mejeri "fandt afføring i øko-fløde", var avisen lidt for hurtig til at konkludere. De coliforme bakterier, der var fundet hos mejeriet, kan nemlig være til stede i andre miljøer end menneskers og dyrs tarmflora, for eksempel i jord. Og det har B.T. nu fået et rap over fingrene for af Pressenævnet.

"Nævnet finder, at bt.dk har tilsidesat god presseskik ved ikke at kontrollere artiklens konklusion om fund af afføring, hvorved bt.dk bragte meget skadelige og forkerte oplysninger

om klagers produkt. Nævnet udtaler sin alvorlige kritik", lyder begrundelsen med henvisning til de vejledende regler for god presseskik, punkt A.1.

B.T. rettede senere på dagen rubrikken til "Fandt jord i øko-fløde", men det var ikke nok til at undgå kritikken fra nævnet.

"Pressenævnet bemærker, at nævnet i sin årsberetning for 2005 præciserede praksis vedrørende offentliggørelse på internettet. En kendelse bør bringes i mediet i en periode, der svarer til den tid, i hvilken den påklagede artikel har været bragt", står der ydermere.

Læs mere på:

<http://pressenaevnet.net.dynamicweb.dk/Default.aspx?ID=0&M=News&NewsID=7202>

Tyrkiske medieorganisationer er gået sammen for at værne om pressefriheden *Turkey's IPI National Committee har sluttet sig til andre tyrkiske mediaorganisationer*

I august sluttede IPI's Turkey National Committee sig til andre tyrkiske mediaorganisationer i lanceringen af en kampagne, "Kampagne mod fængsling af journalister", der retter sig imod brugen af fængselsdomme overfor journalister og som forlanger, at de journalister, der i øjeblikket er fængslede, sættes fri.

Organisationerne er gået sammen i den nydannede Turkish Journalists' Association i et forenet forsøg på at give pressefriheden bedre kår i Tyrkiet.

"Pressefriheden er en af hovedstøtterne i demokratiet. Vi vil have et demokratisk Tyrkiet og en fri presse. I dag har vi besluttet at samle alle vores kræfter og al vor styrke med det formål at få frigivet vore kolleger, som er i fængsel og at kræve, at den tyrkiske regering foretager tilstrækkelige justeringer til at forandre denne situation", sagde IPI Turkey's formand Ferai Tinc.

Ifølge statistik fra IPI Turkish National Committee sidder mere end 40 tyrkiske journalister i øjeblikket i fængsel i Tyrkiet og afventer rettergang på grund af rapporter eller kommentarer. Nogle journalister har været tilbageholdt i adskillige år uden domfældelse. Mere end 700 andre journalister står i øjeblikket overfor retssager med trusler om fængselsstraffe ifølge en særlig paragraf i Straffeloven, presselove og anti-terror love.

The Turkish Journalists' Association, som holdt sit første møde 18. august, er den første forening af sin slags med en så bred tilslutning af tyrkiske media.

Der er medlemmer fra the Turkish Journalists' Union, the Press Council, the Media Ethics Association, the Turkish Journalists' Federation, the Newspapers Owners' Association, the Sports Writers' Association, the Economy Reporters' Association, the Culture, Tourism and Environment Journalists' Association, the Professional Reporters' Association, the Reporters' Union og the IPI Turkish National Committee.

I forlængelse af mødet nedsatte foreningen the Freedom for Journalists Platform, hvis fornemmeste opgave bliver at overvåge anliggender omkring journalisters frihed og at holde overtrædelser mod pressefriheden i offentlighedens søgelys; et retsligt råd vil følge op på juridiske sager vedrørende pressefrihed.

UGENS EXTRA

DILEMMA: Er vi på vej mod journalistikkens død?

Af Erik Bjerager, ansvarshavende chefredaktør og adm. direktør på Kristeligt Dagblad

Danske internetmedier er trukket i kampuniformen og er gået i felten for at få del i den mediestøtte, der nu går til dagbladene. Det ville jeg formentlig også have gjort, hvis jeg alene havde arbejdet på et internetmedie, for der er jo stort set ikke økonomi i at lave journalistisk indhold til nettet.

Det er mediernes helt store dilemma i disse år. Hvordan sikrer vi journalistikkens overlevelse, når dagbladenes oplag falder? Det kommer tydeligst frem i USA, hvor hver tredje journaliststilling på dagbladene er forsvundet i de seneste 10 år. De er blevet afskediget i takt med, at annoncedollarne er vandret fra papiraviserne til internetmedierne, men vel at mærke til nye medier, der ikke bruger annonceindtægten på at producere journalistisk indhold i traditionel forstand. Google, E-Bay og Facebook er de store økonomiske vindere, som har det til fælles, at de alene leverer tekniske løsninger og ikke borgervendt journalistik for deres store indtægt.

Flere debatbøger om udviklingen tegner et skræmmebillede af et samfund uden medier og journalister. For sagen er jo den – også i Danmark – at stort set ingen internetmedier har fundet en økonomisk model, der bare med et minimum af sandsynlighed vil kunne sikre en indtægt i fremtiden. Derfor tales der i nogle pressekrede i USA om journalistikkens forestående død, og for første gang drøftes det nu bredt, om den amerikanske stat skal gå ind og støtte medierne for at sikre journalistikkens overlevelse.

Efter min mening må pressestøtten herhjemme være med til at sikre, at der i samfundet kan laves ordentlig journalistik på nogle medier, som har en vis sandsynlighed for at kunne etablere en eller anden form for forretningsmodel omkring sig. Det gælder både for dagbladene og for internetmedierne.

Jeg har personligt ikke noget imod, at der i det kommende forlig om dagbladsstøtten sættes nogle penge af til udvikling af publicistisk virksomhed på internettet. Man må nok bare se i øjnene, at de netmedier, der leverer publicisme på nettet – bortset fra DR og TV2 – i vidt omfang er ejet og drevet af aviserne. Så skal aviserne hente støtte fra to forskellige kasser, en til print og en til net, går det nok også.

Det er muligt, at vi fremover kommer til at se netmedier, som alene vil blive finansieret af offentlig støtte og kun i meget lille grad selv er i stand til at skabe indtægter, altså en slags privatejede, men offentligt finansierede netmedier. Men jeg er ærlig talt i tvivl om, hvor interessant det er at etablere den form for statsmedier.

Skal et internetmedie, der primært har sine indtægter fra dyre abonnementsordninger, som gør det umuligt for en almindelig borger at blive abonnent, have statsstøtte? Skal et medie, som kun kan skaffe en million kroner i indtægt, men har brug for tre millioner kroner om året for at kunne løbe rundt, have to millioner kroner i statsstøtte?

Pressens dilemma drejer sig ikke bare om fordelingen af den offentlige mediestøtte, men om hvordan man fremover sikrer en uafhængig journalistik, der når ud til så mange borgere som muligt. Med mindre internetmedierne er i stand til at komme op med gode bud på, hvordan der kan udvikles et vist økonomisk grundlag på nettet for at drive public service-journalistik, er jeg overbevist om, at støtten til dagbladene med deres satsning på nettet, er givet rigtig godt ud – også fremover.

MARKED OG ØKONOMI

TNS Gallup bruger nye metoder til at opgøre avisernes læsertal

Metoden giver halvårstallene et mere retvisende billede end tidligere

Hvis man sammenligner læsertallene fra 1. halvår 2010 med tallene 1. halvår 2009, kan man hurtigt få opfattelsen af, at læsertallene for dagblade styrtdykker. B.T. er faldet 24 procent, Berlingske Tidende 22 procent, Ekstra Bladet 16 procent og Politiken 15 procent for at nævne et par stykker.

Men faktisk står det ikke så galt til. De store fald skyldes primært, at TNS Gallup har taget nye målemetoder i brug, der kort fortalt får halvårstallene til i højere grad at stemme overens med aktualitetstallene.

Hvor dagbladenes officielle halvårslæsertal genereres på baggrund af frekvens ("Læste i går") og sandsynlighed ("Hvor mange udgaver læser du normalt"), genereres aktualitetstallene kun på baggrund af frekvens. Derfor har der kunnet opleves en unøjagtighed mellem aktualitetstallene og halvårstallene.

Konkret har det betydet, at dagblade, der ligner hinanden i størrelse, dækning og læsemønster har haft afsmittende effekt på hinanden, når der skulle genereres læsertal. Dette har man nu ændret, så sandsynligheden for at læse én avis ikke påvirker læsertallet for en anden avis.

Således giver halvårstallene nu et mere retvisende billede end tidligere, men er egentlig ikke udtryk for et fald i antallet af reelle læsere på markedet, men mere en justering mod større sammenhæng mellem aktualitetstal og halvårstal.

Metodeændringen har kun indflydelse på de landsdækkende aviser, mens regionale aviser som fx Dagbladet Ringkøbing-Skjern, Midtjyllands Avis og Herning Folkeblad oplever en lille fremgang.

Svendborgs borgmester dropper sag mod fynske dagblade

I stedet har han bedt forbrugerombudsmanden om en principiel udtalelse

Curt Sørensen (S), borgmester i Svendborg, anlægger alligevel ikke civilt søgsmål mod Fynske Medier, der står bag Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis, skriver de to aviser.

"Det kan du godt kalde en 'blød landing'. Men når jeg har valgt at indbringe sagen for Forbrugerombudsmanden, så er det for at få en hurtig afgørelse. Et civilt søgsmål kunne sagtens trække ud i både et og to år, og så ville det hele være glemt", siger Curt Sørensen, der har bedt Forbrugerombudsmanden komme med en principiel udtalelse, til Fyns Amts Avis.

I sidste uge proklamerede Curt Sørensen, at han ville sagsøge de to aviser for uden tilladelse at have brugt et billede af ham i en avissalgsannonce. Annoncen reklamerer for avisernes dækning af de fynske skolelukninger, og Curt Sørensen mener ikke, at aviserne har ret til at bruge et pressefoto af ham som del af reklamen.

Fyens Stiftstidendes ansvarshavende chefredaktør Per Westergård tvivler ikke på sin ret til at bringe billederne, men støtter Curt Sørensens kontakt til Forbrugerombudsmanden.

"Det er fint, at han prøver at køre sagen gennem Forbrugerombudsmanden, det er et vigtigt etisk spørgsmål", siger Per Westergård til Fyens Stiftstidende.

Det er i givet fald markedsføringsloven, der vil komme i anvendelse.

I lovens paragraf 1 om god markedsføringssskik hedder det overordnet, at "Erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringssskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser".

I "retningslinjer og vejledninger" i afsnittet om "portrætbilleder m.v." redegøres mere detaljeret for vejledende retningslinjer for anvendelse af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn i markedsføringen. Heraf fremgår, at billeder af personer ikke må bringes i reklamer uden forudgående tilladelse fra de afbildede personer.

Men disse regler gælder ikke i den pågældende sag, vurderer juridisk seniorkonsulent Christina Moshøj fra Danske Dagblades Forening.

"Det er rigtigt, at markedsføringslovens § 1 beskytter kendte og ukendte personer mod en kommerciel udnyttelse, herunder brug af deres billeder uden samtykke. Men Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis har ikke forbrudt sig mod denne bestemmelse, da anvendelsen af borgmesterens billede sker som led i en helt legitim foromtale/ reklamering af avisens redaktionelle indhold", siger hun.

Christina Moshøj henviser til bl.a. en afgørelse fra Sø- og handelsretten fra 1989, der fastslår, at et medie gerne må reklamere for en konkret artikelserie i eget medie og med et ledsagende billede.

Danmarks Radio nedlægger 114 stillinger på tværs af mediehusets afdelinger

Spareplanen fik medarbejderne til at nedlægge arbejde fra mandag til tirsdag

Som en konsekvens af den politiske medieaftale for 2011-2014 har DR skulle foretage økonomiske besparelser, der i mandags tog form af 67 afskedigede medarbejdere og 37 medarbejdere med frivillige fratrædelsesaftaler.

"Det er en meget kedelig dag for DR, hvor vi må sige farvel til en lang række af vores dygtige medarbejdere. Men vi står i en situation, hvor vi bliver nødt til at forholde os til nye økonomiske rammer for de kommende fire år, og derfor er det desværre uundgåeligt", siger DR's generaldirektør Kenneth Plummer i en pressemeddelelse.

Blandt de kanaler og programmer som bliver påvirket af besparelserne er 'Deadline 17' på DR2, underholdningsprogrammet 'Talent', som sendes for sidste gang i år på DR1 samt 'Forsvundne danskere', som bliver sendt for sidste gang i 2011.

En række afskedigelser af journalister fra DR's nyhedsudsendelser fik en lang række nyhedsjournalister til at strejke i løbet af mandagen. Medarbejderne hos DR Nyheder havde ellers ved en afstemning mandag formiddag afvist at strejke, da et flertal stemte imod strejken. Men da andre afdelinger i DR begyndte at strejke, forlangte nogle af medarbejderne i DR Nyheder en ny afstemning. Og ved afstemning nummer to samme dag - nu på eftermiddagsholdet - var der flertal for at strejke, skriver DR.

MEDIEVERDENEN

Dagbladet Ringkøbing-Skjern har 130 års jubilæum

Avisen kan fejre dagen med klikrekord på den digitale udgave

Dagbladet Ringkøbing-Skjern fylder 130 år om en måneds tid, og selvom meget har ændret sig gennem tiden, er trangen til lokale nyheder der heldigvis stadig uanset platform, skriver chefredaktør Søren Christensen i avisen.

I august fik den digitale udgave af avisen en ny rekord, når det gælder antallet af klik, nemlig 1.176.000. Den korte nyhedsopdatering, gallerier fra store og små begivenheder i kommunen, konkurrencer og de lidt mere skæve historier, er noget Dagbladets netbrugere elsker, har taget til sig og forventer på menuen.

”Udover Dagbladets hjemmeside, og selvfølgelig ugeaviserne i Ringkøbing og Skjern, findes også www.dinby.dk, hvor du selv kan lege journalist og som bruger kan lave nyheder fra netop dit sogn, din gade eller opgang. Med Din By tages endnu et skridt i retning af, at det i højere og højere grad og på visse platforme bliver brugerne, der bestemmer indholdet”, skriver chefredaktøren.

Berlingske Nyhedsmagasin fejrer 25 års jubilæum med en særudgave

Magasiner rummer et tilbageblik på de seneste 25 år for dansk erhvervsliv

Denne fredag er det 25 år siden, Berlingske Nyhedsmagasin udkom for første gang. Dengang som Børsens Nyhedsmagasin og siden 2002 som Berlingske Nyhedsmagasin, et magasin som landets topledere har taget til sig.

”Magasinets har fastholdt sit læsertal og redaktionen oplever, at vi nyder stor respekt fra de danske topledere især på baggrund af den dybde, som magasinet præsterer i sine artikler. Så man kan roligt sige, at vi er et stolt fødselsdagsbarn” siger redaktør Pia Fuglsang i en pressemeddelelse.

I anledning af 25-års jubilæet udkommer i dag en jubilæumsudgave med en større specialrapport, hvor der ses tilbage på de sidste 25 år for dansk erhvervsliv og spekuleres i, om erhvervslivet er klar til de store omvæltninger, der venter.

Magasinet kommer omkring dot.com-boblen i 2000, det nye terrorkapitel efter angrebet på World Trade Center (WTC) i 2001, den globale finanskrisen og tidens erhvervsskandaler.

Læserne kan også glæde sig til et dobbeltinterview med repræsentanter for to generationer af erhvervsledere. Michael Fiorini, 62 år, tidl. CEO i ØK, og Humphrey Lau, 43 år, direktør for Grundfos i Kina.

Fusion mellem tre lokale ugeaviser i Rudersdal

Politikens Lokalaviser samler nu de nuværende tre ugeaviser i én

Fra på tirsdag er Rudersdal Avis kommunens nye samlede lokalavis, der udkommer to gange ugentligt til samtlige husstande, der ønsker det, skriver avisen.

Hidtil har kommunen haft tre lokale ugeaviser, men Birkerød Avis går på pension efter 58 år og Det Grønne Område stopper den redaktionelle dækning af den gamle Søllerød Kommune og sektionen Søllerød Tidende.

Den nye fælles avis for hele kommunen udgives af Rudersdal Mediecenter, der er en del af Politikens Lokalaviser A/S.

”På redaktionen håber vi naturligvis, at der bliver taget godt imod den nye udgave af Rudersdal Avis, som første gang så dagens lys, da borgerne i Birkerød og Søllerød havde stemt ja tak til hinanden og en ny Rudersdal Kommune. Den har dermed fem år på bagen”, skriver lokalredaktør Helle Christoffersen.

Hun håber, at man med den nye avis bedre kan sørge for, at alle i kommunen får den samme adgang til de samme nyheder, så det styrker den demokratiske dialog på tværs af de gamle kommunegrænser.

Læs mere på: <http://rudersdal.lokalavisen.dk/farvel--og-paa-gensyn-/20100831/artikler/709019958>

Danmarks Radio fusionerer DRåben og DR Nyt

DRåbens ansvarshavende redaktør fortsætter som leder af den fælles redaktion

Direktionen i DR har besluttet, at de to interne medier DRåben og DR Nyt fusionerer.

Mens DRåben har frihedsbrev og udkommer dagligt på DR's intranet og som et ugentligt nyhedsbrev hver fredag, er DR Nyt forankret i kommunikationsafdelingen og udsender blandt andet koncerninformation, pressemeddelelser og ledelsesbeslutninger, skriver journalisten.dk.

DRåbens ansvarshavende redaktør Bent Ketil Christensen fortsætter som leder af den nye samlede redaktion, og han tror, det nye medie vil signalere en klarere forskel mellem journalistik og ledelseskommunikationen. Og han hæfter sig ved, at han fra ledelsen har fået lovning på, at DRåbens kritiske journalistik føres med over, når de to medier fusionerer.

Det bekræfter generaldirektør Kenneth Plummer i en artikel på DR's intranet:

"DRåben har aldrig været ubekvem - og jeg mener, at der ligger et tydeligt signal i, at jeg har bedt om, at DRåbens baggrunds-følgegruppe er med til at udarbejde et oplæg til de kommende redaktionelle retningslinjer, og at jeg har bedt DRåbens redaktør om at stå i spidsen for det nye medie", siger generaldirektøren ifølge journalisten.dk.

AVISEN I UNDERVISNINGEN

Politiken laver ugentlig opslag om hverdagen i klasseværelset

Også regeringens 360 graders undersøgelse af folkeskolen vil blive fulgt nøje

Er mobiltelefoner en plage? Eller kan de bruges til noget fornuftigt i undervisningen? Skal en lærer være ven med sine elever på Facebook? Og er det o. k. ikke at invitere hele klassen til børnefødselsdagen?

Debatterne fra forældremøderne får nu mulighed for at blive luftet i et større forum, når Politiken fra 7. september sætter fokus på det liv, børnene lever i skolen, skriver avisen. På et opslag hver tirsdag vil avisen gøre hverdagen i klasseværelset nærværende for avisens læsere.

"Folkeskolen er en institution, alle har mening om, og som der altid er kamp om. Nu mere end nogen sinde, idet regeringen hen over efteråret vil lave det, som undervisningsministeren kalder en revolution af skolen. Det vil vi følge tæt på Politiken", siger uddannelsesredaktør Jacob Fuglsang i Politiken.

Fokus på siderne vil være de nære problemer, som elever fra børnehaveklassen til sidste dag i gymnasiet eller den tekniske skole konfronteres med. Det vil være dilemmaer, som forældre oplever i deres kontakt med skolerne. Og det vil være de arbejdsforhold, som skolelærere og skoleledere støder på i deres hverdag.

De nye sider vil ud over reportager og nyheder have faste elementer, der vil gå igen. Fx 'Min skoletid', hvor kendte mennesker fortæller om deres skoletid og 'Skal du have skolepengene tilbage?', der er en quiz, hvor læserne kan teste, om de kan svare på tre spørgsmål fra en udvalgt skoleopgave.

Finske dagblade tilbyder unge mellem 16 og 24 år gratis aviser i to måneder

51 dagblade i Finland er med i en ny kampagne, der skal få unge til at holde avis

Fra den 1. september indleder de finske dagblade en ny kampagne rettet mod de unge læsere. 51 dagblade er med i kampagnen, der tilbyder 16 til 24-årige, der flytter hjemmefra, muligheden for dagligt at få en gratis avis i to måneder til den nye adresse.

Kampagnen "Min tidning" er sat i gang, fordi undersøgelser viser, at unge dropper at læse avis, når først de er flyttet hjemmefra, hvor forældrene ikke længere betaler avisen for dem, skriver Tidningarnas Förbund, der er den finske brancheforening for dagblade.

De finske dagblade ønsker at tage deres demokratiske rolle alvorligt ved at fremme unge menneskers avislæsning. Undersøgelsen "Youth Media DNA" fra 2008 viste blandt andet, at der er langt større valgdeltagelse blandt unge avislæsere end ikke-læserne i alderen 15-29 år. Ved seneste valg i Finland stemte 71 procent af de unge avislæsere, mens kun 40 procent af ikke-avislæsere stemte ved valget.

Læs mere på: <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=2529>

UDVIKLING

Kristeligt Dagblad introducerer 'seniorliv' som nyt stofområde

Dagbladet indfører en scribe nye tiltag for at forstærke avisens kerneområder

I den kommende tid lancerer Kristeligt Dagblad blandt andet et nyt stofområde i avisen, så læserne hver tirsdag kan læse journalistisk indhold med fokus på livet for folk over de 60 samt en ny seniorlivsbrevkasse, der bestyres af journalist og tidligere chef på TV- Avisen Lis M. Frederiksen.

Bogstoffet får også en skud ny energi med en fast bogside hver dag, så avisen fremover som minimum rummer to sider kulturstof dagligt. Avisens internationale dækning styrkes på to forskellige måder. Hver torsdag udvides navne-og menneskestoffet, så der også sættes fokus på relevante personer uden for landets grænser. Om lørdagen udvides med en ny side om den internationale værdidebat.

Radio-og tv-programmerne tilpasses læsernes ønsker, som de kom til udtryk i en omfattende undersøgelse, der er lavet tidligere på året. Programmer for fire tv-kanaler udgår og erstattes af programmer for fem andre, heriblandt tre seriøse tyske.

Læs mere på: <http://www.kristeligt-dagblad.dk/artikel/379281: Danmark--Nu-goer-vi-avisen-bedre>

Medieselskabet Nordvestsjælland søsætter ny online kulturkalender i Holbæk

Webportalen er lavet i samarbejde med kulturinstitutionerne i Kulturnetværk Holbæk

Medieselskabet Nordvestsjælland, der blandt andet står bag Holbæk Amts Venstreblad og Kalundborg Folkeblad, er gået sammen med Kulturnetværk Holbæk i et kultur- og erhvervssamarbejde om webportalen www.KulturHolbæk.dk.

Hjemmesiden giver kommunens borgere og turister et samlet overblik over byens kulturelle arrangementer.

"Vi har begge åbenlyse fordele ud af samarbejdet. Nordvestnyt.dk er i forvejen alle kulturaktørernes primære kanal til at eksponere sig gennem, så hvorfor ikke udvide samarbejdet og drage fordel af deres i forvejen store volumen på web-delen?", siger leder af kulturnetværket, Mikkel Thorning, til ugeavisen By & Land – Midtuge.

Bag Kulturnetværk Holbæk står 10 kulturinstitutioner - både kommunale, private og statslige.

For Medieselskabet handler det om at få samlet adgang til kulturarrangementerne, da interessen for kulturnyhederne er stigende. Yderligere forventer man også at kunne lave en forretning på salg af webannoncer i forbindelse med kulturkalenderen. Medieselskabet har udviklet systemet fra bunden, så det modsvarer den funktionalitet, som kulturnetværket har ønsket. Det handler om brugervenlighed og overblik, så både brugere såvel som arrangører har let ved at tumle systemet, skriver ugeavisen.

Læs mere på: <http://www.nordvestnyt.dk/kulturportal>

Frederiksborg Amts Avis' design har fået en ansigtsløftning

I vinterhalvåret går avisen 2. sektion desuden i tabloid

I denne uge vil læserne af Frederiksborg Amts Avis bemærke, at avisen har fået en lille designmæssig ansigtsløftning i form af moderniserede faktabokse, kort og grafikker og andet udstyr. Samtidig får avisen nye bjælker med nye farver.

"Vi flytter heller ikke rundt på stoffet i avisen, som derfor på mange måder vil være helt den samme, men altså opfrisket og fornyet på en række felter", skriver chefredaktør Palle Høj i avisen.

Ændringerne er første etape i en omlægning af Frederiksborg Amts Avis, som i vinterhalvåret kulminerer, når formatet på 2. sektion ændres til tabloid, ligesom 3. sektion Weekend om lørdagen og de månedlige udgivelser af Erhverv Nordsjælland er.

"Frederiksborg Amts Avis har haft samme store format siden 1940'erne, og vi følger nu med de mange andre dagblade, der er gået samme vej i de senere år. Man kan også sige, at vi vender tilbage til vores egne rødder, for Frederiksborg Amts Avis har faktisk tidligere været i det lille tabloide format. Her skal vi dog helt tilbage til den 1. oktober i 1874, da avisen første gang kom på gaden. Det var således en meget fremsynet Chresten Berg, der grundlagde Frederiksborg Amts Avis dengang!", skriver chefredaktøren.

Illustreret Videnskab er første danske magasin til iPad

Den største udfordring har været at bevare den tætte kontakt til indholdet

Via Apples App Store kan man købe det første danske magasin til iPad, nemlig Illustreret Videnskab, skriver Bonnier i en pressemeddelelse.

”Trykksvæerte på glittet papir fungerer fint til et magasin som Illustreret Videnskab, der gør komplicerede sammenhænge overskuelige og nemme at forstå ved at kombinere tekst, billeder og illustrationer, og det har virkelig været en udfordring at få i iPad-udgaven til at fungere. Men det er lykkedes, ikke mindst billederne står langt flottere end i det trykte blad”, siger bladets chefredaktør Jens Matthiesen.

Den største udfordring har været at bevare den tætte kontakt og de følelsesmæssige bånd til indholdet, som kendetegner magasinlæsere. Et par af grundprincipperne er, at det skal have en klart defineret begyndelse og slutning, så det ikke kræver, at man klikker og zoomer og leder efter indholdet i en uendelighed.

”Der er tværtimod fokus på noget så sjældent som ro og fordybelse”, fortæller udviklingsdirektør hos Bonnier Publications, Søren Prien.

Apple har endnu ikke offentliggjort, hvornår iPad'en bliver frigivet til salg i Danmark. Alligevel anslår kilder i branchen ifølge Bonnier, at der allerede findes op mod 10.000 iPads herhjemme. På sigt vil Bonniers og datterselskabet Benjamin Medias øvrige magasiner såsom Bo Bedre, IFORM, Woman og Bilmagasinet også være tilgængelige på den nye digitale platform i takt med, at antallet af solgte iPads og andre e-readere stiger.

JOB OG KARRIERE

Chefredaktør Christian Jensen skifter Berlingske Tidende ud med Information

Han vil udgøre dagbladets øverste ledelse sammen med Mette Davidsen-Nielsen

Christian Jensen stopper i slutningen af denne uge efter 11 år på Berlingske Tidende for at blive ny chefredaktør på Dagbladet Information.

”Jeg er stolt over at blive en del af Informations smukke historie. Jeg har altid haft en stor beundring og respekt for Informations princip om uafhængighed og ideologisk uforudsigelighed”, siger Christian Jensen i en pressemeddelelse.

På Information vil han sammen med den nyansatte direktør, Mette Davidsen-Nielsen, udgøre dagbladets øverste ledelse. En opgave, han ser meget frem til:

”Jeg vil lige lære huset at kende indefra, før jeg kommer med de store programerklæringer. Men Information skal kendes på at fremme journalistisk talent og stå for den grundige, undersøgende og debatterende journalistik, som kvalificerer læserne - hvad enten det handler om det politiske liv, kulturlivet eller internationale anliggender”, siger Christian Jensen til Information.

Han tiltræder sin nye stilling i oktober.

Læs mere på: <http://www.information.dk/243435>

Online-direktør Mette Bove-Nielsen stopper i Berlingske Media

1. december indtræder hun som medejer i sin ægtefælles virksomhed, Forlaget Libris A/S

Efter 15 år i Berlingske-huset stopper direktør for forretningsudvikling Mette Bove-Nielsen ved udgangen af november i år.

"Berlingske har været en fantastisk arbejdsplads for mig, og jeg har lært utroligt meget af at være en del af "Huset". Jeg vil helt sikkert komme til at savne rigtig mange af mine kolleger både i og udenfor Berlingske," siger hun i en pressemeddelelse.

Mette Bove-Nielsen har valgt at blive selvstændig og kaste sig ud i digitalisering af forlagsbranchen. Den 1. december indtræder Mette som medejer i sin ægtefælles virksomhed, Forlaget Libris A/S, hvor Mette overtager ansvaret for forretningsudvikling og digitalisering.

Koncernchef Lisbeth Knudsen beklager Mette Bove-Nielsens afgang og siger:

"Mette har i Berlingske Medias koncernledelse i de senere år i den grad været med til at præge realiseringen af ønskerne om en markant satsning på det digitale område og har med stor kompetence, kontant handling og engagement bidraget til den markante position, vi nu har opnået, lige som hun har haft til opgave at repræsentere Berlingske Media i flere bestyrelser. Jeg er sikker på, at hun nok fortsat vil være at finde blandt de digitale ildsjæle i branchen omend nu i en ny funktion".

Michael Kjær er ansat som kommerciel chef hos avisen.dk.

Fokus er at skabe flere, nye kommercielle, indholdsbaseede partnerskaber

I et tæt samarbejde med Freeway Media, der står for salg af bannerannoncer til avisen.dk, bliver 41-årige Michael Kjærs opgave at udvikle den kommercielle profil for netavisen gennem blandt andet kommercielle, indholdsbaseede partnerskaber.

"Avisen.dk har skabt et spændende og dynamisk kommercielt univers, hvor et miks af redaktionelt indhold kan kombineres med annoncørernes kommercielle budskaber. Derfor vil avisen.dk's kommercielle afsæt være at arbejde med annoncørernes branding, kendskab og præference", siger Michael Kjær i en pressemeddelelse.

Michael Kjær har de seneste 15 år arbejdet indenfor medier, tele og internet og senest som selvstændig management konsulent med vægt på ledelse, salg og processor, ligesom han har været involveret i en række iværksætterprojekter. Tidligere har han haft ledende poster hos bl.a. SBS Radio/The Voice, Nordjyske Medier, TDC og senest hos Søndagsavisen, hvor han var markedsdirektør hos portalen Ofir.

ANNONCER

VikarTanken: Huller i vagtplanen?

Vi finder helt gratis en medarbejder til dig

Når du mangler mandskab i forbindelse med orlov, sygdom eller lignende, så står topkvalificerede mediefolk klar til at afløse.

Vi finder de rigtige kandidater til dig. Og formidlingen er gratis.

Hos Dansk Journalistforbunds vikarordning, VikarTanken formidler vi dygtige journalister, kommunikationsrådgivere, fotografer, grafikere, tegnere og andre mediefolk.

Ring 33 42 80 00 eller mail djuk@journalistforbundet.dk

Du kan læse mere om VikarTanken her: <http://www.journalistforbundet.dk/sw33145.asp>

Fagfestival: Mediebranchens Roskildefestival

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. Alt fra den store scene med verdensberømtheder til små, intime sessions. Det er Dansk Journalistforbunds Fagfestival.

Med aftenfest, hvor Jan Gintberg spidder branchen og Niels Skousen Trio forsøder tilværelsen.

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

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