

DANSK PRESSE

NYHEDSBREV UGE 12 - 2010

Læs også nyhedsbrevet direkte på vores hjemmeside:

<http://www.danskedagblade.dk/nyhedsbrev>

MEDDELELSE TIL ABONNENTER

Dansk Presse holder påskeferie i næste uge

Nyhedsbrevet er tilbage fredag den 9. april

Redaktionen holder ferie i anledning af påsken. Nyhedsbrevet Dansk Presse udkommer igen i uge 14 fredag den 9. april.

God påske!

JOURNALISTIK OG YTRINGSFRIHED

En reform af den britiske injurielov vil ikke nå at komme dagbladene til gavn

Retssagen om Mohammed-tegningen mod danske dagblade vil blive en dyr affære i UK

Skulle det lykkes den saudiarabiske advokat Yamani at anlægge injuriersag i London mod de danske dagblade, vil en ventet reform af den britiske injurielovgivning komme for sent, skriver Information.

En retssag i London er ifølge en rapport fra Oxford Universitet 140 gange dyrere end i noget andet europæisk land, og den liberale britiske lovgivning gør det muligt for udenlandske enkeltpersoner eller virksomheder at anlægge disse kostbare injuriersager mod borgere fra andre lande.

Det har vakt harme hos blandt andre ytringsfrihedsforkæmpere, der i tirsdags demonstrerede foran det britiske parlament, Westminster for at få en hurtig og omfattende reform af lovgivningen.

Men selv om den britiske justitsminister Jack Straw har meddelt, at han vil reducere profitten for de advokater, der fører sagerne, til kun at være 10 procent, så vil denne og mere grundlæggende lovændringer komme for sent til at redde de danske aviser, erkender en af de tre organisationer bag gårsdagens demonstration.

"Hvis sagen skulle blive accepteret, hvilket teknisk set kan ske, så kan det vise sig at blive en ekstrem dyr, grov og distraherende proces for de danske medier", siger Pádraig Raidy, nyhedsredaktør på Index on Censorship til Information.

Retssagen mod de danske dagblade er kommet på tale, fordi profeten Muhammeds efterkommere ifølge Yamani har følt sig krænket af genoptrykkningen af Kurt Westergaards Muhammed-tegning i februar 2008.

Læs mere på: <http://www.information.dk/228220>

Google's forsøg på at lade kineserne søge via Hong Kong er blevet stoppet

Den kinesiske regering har atter fået blokeret de "forbudte" søgninger

Der gik kun få timer, før kampen mellem den kinesiske regering og Google om den frie søgning var tilbage til status quo.

Først krævede den kinesiske regering censurering af "problematisk" kinesiske internetsøgninger. Det fik efter lang tids mæglen mellem parterne Google til sløjfe censuren mod i stedet at omdirigere besøgene på sitet google.cn til et nyt kinesisk-sproget site Google.hk, der drives fra Hongkong, hvor de kinesiske censurmyndigheder har begrænset magt.

Men nu har myndighederne i Kina atter havde fået en blokering på plads. Blokeringen af redirect-trafikken gælder ifølge New York Times kun Google-søgninger, der ville have været censureret i Kina, skriver comon.dk.

Flere iagttagere havde ellers ventet, at myndighederne helt ville lukke Google.cn eller helt blokere for redirect-trafikken til Google.hk.

Men der er alligevel grænser for, hvor meget myndighederne tør udfordre Google-brugerne i den kinesiske befolkning, der oftere end andre kinesere tør give deres mening til kende, lyder det fra direktøren for research-firma Marbridge Consulting, Mark Natki, i Beijing.

"At gennemføre en fuldstændig blokering af Google er ikke ønskværdigt for staten," siger han til New York Times. I følge AP lagde mange kinesere i dag blomster på det store Googleskilt udenfor Googles kontorbygning i Beijing, skriver comom.dk.

UGENS EXTRA

DILEMMA: Oplag eller læsere? – Dagbladene skal have betaling ved kasse 1

Af Mogens Flyvholm, chefredaktør, adm. direktør A/S Medieselskabet Nordvestsjælland.

Kriser kommer og går. Men efter hver krise er der sket ændringer, så verden ikke ser ud, som den gjorde før, og så ved vi alle, at verden vel aldrig har set ud, som vi har ønsket det.

Hos mange læsere er det opfattelsen, at vi laver tyndere aviser, efter krisen har sat sit præg på dagbladene. Helt ærligt må vi indrømme, at det gør vi også. Vi mangler annoncerne, og dermed er der færre spalter i aviserne. De fleste redaktører vil nok hævde, at der fortsat produceres det samme antal redaktionelle spalter. Ja, der er måske endda nogle, der vil påstå, at der produceres flere redaktionelle spalter. Men det forrykker ikke på læsernes opfattelse af, at der laves tyndere aviser. Læseren skelner ikke altid mellem annoncer og journalistisk indhold. Læsestof er læsestof.

Det kan heller ikke holdes som nogen hemmelighed, at annoncerne i dagbladene har været med til at "betale gildet". Godt nok hører man ofte det udsagn, at dagbladene har været grådige. Abonnementspriserne er steget mere, end priserne i øvrigt er steget i samfundet. Den sandhed kan redaktørerne såmænd også godt indrømme, og det kan også meget vel være en del af forklaringen på, at abonnenter siver.

Og hvad så?

Vi må erkende, at uanset om der er tale om landsdækkende dagblade, regionale dagblade eller lokale dagblade, så er og bliver dagbladet et nicheprodukt. Skulle man ikke have den erkendelse i dagbladsledelserne, er det på høje tid, man får den.

Nichekarakteren er nemlig den eneste tungtvejende begrundelse for, at man kan opkræve penge for sit produkt. Her opstår så et dilemma, for det er ikke urealistisk at forestille sig, at der er en sammenhæng mellem pris og oplag. Ja, reelt er det vel yderst sandsynligt, at det er tilfældet.

Uanset, hvornår krisen reelt stopper, så må man forvente, at dagbladene ikke vil have den samme annonceportefølje, hvorfor det bliver nødvendigt at kræve en større betaling for indholdet.

Med andre ord, så går øvelsen ud på, at abonnementsprisen skal sættes op. Der skal ganske enkelt betales ved kasse 1. Det vil få betydning for oplagets størrelse, men det vil ikke nødvendigvis være det samme, som dagbladene dermed får færre læsere.

Holbæk Amts Venstreblad og Kalundborg Folkeblad - de to dagblade, vi udgiver i A/S Medieselskabet Nordvestsjælland - tabte til sammen 323 abonnenter i første halvår af 2009 i forhold til andet halvår af 2009. Til gengæld viste målingerne af læsertallet, at samlet var der tale om et plus på 4.000 læsere. Det er altså ikke en naturlov, der siger, at et lavere oplagstal giver færre læsere.

Skulle der så komme indvendinger mod den sammenligning, vil jeg gerne pege på, at et lavere oplag som følge af en prisstigning ud over den almindelige prisudvikling i samfundet godt kan være en bedre forretning.

Som rene publicister hævder vi, at vi ikke udgiver aviser for at tjene penge, men vi tjener penge for at udgive aviser. Men det skal vel ikke afholde os fra at tage betaling for det produkt, vi leverer, og uanset det ideelle udgangspunkt, så skal vi også have forretningen til at hænge sammen.

De danske dagblade skal være kvalitetsprodukter og prisen skal sættes derefter. Vi skal have mere for indholdet. Vi skal se mere på læsertallet end oplaget. De mange tiltag, der gøres for at få større oplag, er ikke altid ensbetydende med en bedre forretning. Udfordringen set isoleret for dagbladet, som vi kender det i dag, er at få en bedre forretning ud af et faldende oplag. Det kan man vist også anskue som et dilemma.

Skribentens synspunkter i DILEMMA er ikke nødvendigvis sammenfaldende med Danske Dagblades Forenings.

MARKED OG ØKONOMI

Syddanske Medier fik overskud på 5,5 millioner i 2009

Reducering i omkostningerne og overskud hos distributøren hjælper økonomien på vej

Syddanske Medier K/S, der blandt andet står bag JydskeVestkysten, jv.dk og den kommercielle lokalradio, skala.fm, kommer ud af 2009 med et årsresultat på 5,5 millioner kroner efter skat.

Driftsresultatet blev negativt med 4,3 mio. kr., mens urealiserede kursgevinster på værdipapirer samt andelen i overskuddet i Dansk Avis Omdeling trak i positiv retning, skriver koncernen i en pressemeddelelse.

Omsætningen faldt fra 421 mio. kr. i 2008 til 387 mio. kr. i 2009, og det skyldtes så godt som udelukkende et markant dyk i annonceomsætningen, mens indtægterne fra bladsalget kun faldt marginalt.

"Et negativt driftsresultat er aldrig tilfredsstillende. Det er dog opnået i et marked, der som følge af finanskrisen er faldet meget drastisk, og som har ramt alle danske medievirksomheder hårdt. På den baggrund er vi glade for, at vi med en markant reducere af vores omkostninger og et flot resultat i Dansk Avis Omdeling alligevel har kunnet skabe et positivt resultat på bundlinjen", siger konstitueret adm. dir. i Syddanske Medier, Peter Orry.

Selskabets hovedaktivitet er udgivelsen af JydskeVestkysten, og Peter Orry glæder sig over, at avisen siden efteråret har haft en relativt pæn oplagsudvikling.

"Den udvikling skal vi fastholde ved at satse helhjertet på den lokale journalistik, som vi målretter langt de fleste af vores ressourcer mod. Da vi samtidig ser en meget positiv udvikling på vores elektronisk medier, tør vi faktisk godt være forholdsvis optimistiske omkring at forbedre vores resultat i 2010", siger Peter Orry.

De to fynske dagblade forventer positivt resultat i 2010

Fyens Stiftstidende fik overskud, mens Fyns Amts Avis fik underskud i 2009

Trods annoncetab kunne Mediehuset Fyens Stiftstidende A/S, der ejer Fyens Stiftstidende, glæde sig over et overskud i 2009 på 10,5 mio. kroner efter skat. Det er en fremgang i forhold til 2008, hvor virksomheden havde et underskud på 4,8 mio. kroner efter skat.

I Aktieselskabet Svendborg Avis, der ejer Fyns Amts Avis, sluttede regnskabsåret 2009 med et underskud på 7,2 mio. kroner efter skat mod et overskud i 2008 på 3,6 mio. kroner.

I efteråret 2009 besluttede de to medieselskaber at udvide samarbejdet, så udgivelsen af de to aviser samt distributionen og alle medarbejdere blev lagt ind i Fynske Medier P/S pr. 1. januar 2010.

Mens Fyens Stiftstidende A/S med 491 medarbejdere ejer 68,5 af aktierne, ejer A/S Svendborg med 66 medarbejdere de resterende 31,5 procent.

Begge selskaber forventer positive resultater for 2010.

Bladkompagniet har fyret budfirma med illegalt ansatte bude

Toor Transportservice Aps har ikke længere kontrakt hos BK og er meldt til politiet

Budfirmaet Toor Transportservice Aps kunne ikke dokumentere, at skatte- og udlændigeloven var overholdt for en række af virksomhedens medarbejdere. Bladkompagniet har derfor taget konsekvensen og opsagt kontrakten med firmaet, der hidtil har uddelt morgenaviser i Albertslund for Bladkompagniet, skriver Politiken.

Det sker efter, at TV 2's dokumentarprogram 'Operation X' torsdag aften afslørede, at firmaet har benyttet illegal arbejdskraft som avisbude.

Programmet handlede primært om de udenlandske agenter, der lokker unge mennesker til Danmark med urealistiske løfter om uddannelse. Men i stedet for uddannelse ender mange af dem som ansatte i blandt andet rengøringsbranchen, hos døgnåbne spilleforretninger og så i det nævnte budfirma.

Ifølge programmet har budfirmaet både haft de illegale personer ansat og organiseret boligforhold for dem. Men nu har firmaet altså ikke længere kontrakt hos Bladkompagniet og er endvidere anmeldt til politiet.

Pressens Fællesindkøb melder faldende priser på avispapir for 2010

Året byder på et prisfald på 13-14 procent samt mulighed for miljømærket papir

Årsforhandlingerne om 2010-kontrakterne for papirmarkedet gik i retning af faldende priser på papir sideløbende med den generelle tendens med faldende forbrug af papir. Og så vil alle dagblade få muligheden for at købe miljømærket avispapir.

Det fremgår af årsberetningen fra Pressens Fællesindkøb, der i denne uge afholdte generalforsamling.

Resultatet lyder, at priserne for avispapir vil falde med 13-14 procent i 2010 i forhold til 2009. Et prisfald, der kommer efter, at priserne i forvejen er faldet godt 8 procent over de sidste to år i Danmark.

"Det er et generelt godt marked for købere for tiden. Producenterne har mulighed for at reducere deres omkostninger på blandt andet returpapir og elektricitet, og så er der jo samtidig en overkapacitet i markedet. Det giver mulighed for gode priser til udgiverne", fortæller Thomas Isaksen, adm. dir. for Pressens Fællesindkøb.

Foreningen kom ud af 2009 med et samlet papirindkøb, der svarer til det samlede papirforbrug herhjemme, på 180.000 tons avispapir. Det svarer til en omsætning på 833 millioner kroner.

Forbruget af papir er generelt faldet de seneste år fra 263.000 tons i 2007 og 225.000 tons i 2008. Forventningerne til forbruget i 2010 følger tendensen, og man regner med at lande på 150-160.000 tons avispapir.

2010 vil endvidere byde på en 2.bølge af det miljø-projekt, som tre dagblade har medvirket i i 2009. Information, Kristeligt Dagblad og Politiken lykkedes den 1. december med at blive få det anerkendte FSC-mærke for bæredygtig skovdrift, og nu planlægger fællesindkøbsforeningen i løbet af 2010 at tilbyde alle dagblade FSC-certificeret papir.

Koncernen bag Søndagsavisen ændrer navn til North Media

Distribution Danmark, der fremover indeholder al distribution, hedder nu Forbruger-Kontakt

Søndagsavisen er gået i gang med en modernisering af sin koncernstruktur, så moderselskabet fremover kan fungere som holdingselskab uden selvstændige driftsaktiviteter.

I forbindelse med omlægningen ændrer moderselskabet Søndagsavisen a-s navn til North Media A/S, mens Distribution Danmark a-s, der fremover vil indeholde alle koncernens distributionsaktiviteter, ændrer navn til Forbruger-Kontakt A/S. Endelig samles koncernens aktiviteter omkring stillingsannoncering i datterselskabet Kandidathuset A/S.

Det fremgår af en selskabsmeddelelse som følger indkaldelsen til koncernens generalforsamling i næste måned.

"Ved at gennemføre omlægningen opnår Søndagsavisen a-s en moderne og effektiv koncern- og selskabsstruktur. Samtidig muliggør omlægningen en selvstændig finansiering og en mere fleksibel ejerstruktur af de enkelte driftsselskaber. På den måde opnår vi større mulighed for at udvikle de enkelte aktiviteter optimalt", siger Richard Bunck, bestyrelsesformand i Søndagsavisen a-s i meddelelsen.

Læs mere på:

http://www.son.dk/DK/Aktionarinfo/Fondborsmeddelelser/Aktionmeddelelser/2010/SM-nr.%2004-10%20omstruk_DK.pdf

TV 2 kommer ud af 2009 med et underskud på 27 mio. kr. før skat.

Hovedkanalen trækker økonomien ned, mens nichekanalerne trækker den op

TV 2's bestyrelse har i onsdags godkendt resultatet, der dækker over hovedkanalens underskud på 363 mio.kr. før skat og et overskud før skat på 336 mio.kr. på nichekanalerne m.v, skriver TV 2 i en pressemeddelelse.

Ifølge bestyrelsesformand Lars Liebst er underskuddet et udtryk for "en betydelig skævvridning mellem økonomien på hovedkanalen og på nichekanalerne, som er meget utilfredsstillende. Det bliver ikke ændret, før abonnementsbetalingen bliver indført i 2012.

Forventningen til resultatet for 2010 er præget af den fortsatte økonomiske usikkerhed og vil afhænge af udviklingen i reklamemarkedet.

"TV 2's strategi er aktivt at arbejde for, at virksomheden skal blive en god forretning, så vi ikke i fremtiden skal præsentere underskud som dette for 2009, selv om et resultat så tæt på nul er acceptabelt i det aktuelle marked. TV 2's hovedkanal oplever som mange andre hovedkanaler en faldende kommerciel seerandel, men vi er stadig Danmarks største fællesskab, og den position skal cementeres i de kommende år, ligesom nichekanalerne skal udbygges til at være de stærkeste på markedet, og TV 2 NET skal være førende på udvalgte områder. Vi arbejder for større handlefrihed", siger TV 2's adm. direktør, Merete Eldrup, i pressemeddelelsen.

Læs regnskabsmeddelelsen på:

http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/aarsrapporter/TV_2_-_AArsregnskabsmeddelelse_2009.pdf

MEDIEVERDENEN

Morsø Folkeblad fortsætter succesen med områdeaviser

En 8 siders avis med 100 procent borgerjournalistik udkommer snart for femte gang på Mors

Avisens formål er at styrke øens lokale netværk og at fremme de gode små lokale historier. Det har vist sig at lade sig gøre med de fire første udgaver af den lille hyperlokale områdeavis, Morsø Folkeblad siden efteråret 2009 har udsendt.

"Vi udgiver i øjeblikket én områdeavis, men har planer om at lave flere, alt efter hvor mange ildsjæle, vi kan finde rundt om på øen. Økonomien hænger ikke helt sammen, men det er tæt på. Derimod får vi 8 siders lokaljournalistik uden nævneværdige omkostninger til glæde for alle på øen", fortæller Claus Thomsen, der er direktør og chefredaktør hos Morsø Folkeblad.

Aviserne er skrevet af ildsjæle, foreninger, politikere og andre lokale borgere, og hidtil har artiklerne blandt andet handlet om akuthjælpere fra Sygehuset Thy-Mors, den nye præst, at være ung på Sydmons og en dag med Juniorklubben.

Ifølge Claus Thomsen med god modtagelse fra læserne.

"Avisen er blevet meget vel modtaget, da alt i avisen er lokalt skrevet og vedrører lokale og kendte emner. Man vil jo gerne læse om dem, vi kender, så vi igen har noget at snakke om over kaffen. For os som mediehus handler det om involvering, da jeg ser en stor grad af borgerinvolvering som absolut nødvendigt i et fremtidig trængt mediemarked, og hvor vi – der er meget små- nok ikke lige som det første bliver styrtende rige af at have en lækker hjemmeside", lyder det fra Claus Thomsen med afsluttende bemærkning:

"Vi får godt nok en ny – og meget moderne – hjemmeside i efteråret, og vi trænger da også...".

Se områdeavisen på: <http://www.mf.dk/index.php?id=1&0=>

WAN-IFRA-Konference om mobile forretningsmuligheder

Markedsvækst kan skabes på andet end underholdning og spil

Det er budskabet, arrangørerne WAN-IFRA ønsker at fortælle på konferencen Mobile Media Day, der finder sted 18.-19.april i Amsterdam i Holland.

Konferencen dækker de mobile forretningsmuligheder hos verdens udgivervirksomheder, og en række af dem vil vise deres voksende rækkevidde af innovative betalings- eller sponsorerede anvendelser.

"I år er der en bred interesse blandt kunder for at indføre applikationer og mobilt webindhold samtidig med, at mange nye udgivere leverer top kvalitetsindhold", fortæller Stig Nordqvist, chefen for Emerging Digital Platforms and Business Development hos the World Association of Newspapers and New Publishers (WAN-IFRA), som arrangerer begivenheden.

På konferencen vil blandt talerne være Matt Jones, Vice President, Mobile Strategy & Operations, Gannett Digital/USA TODAY, og Patrick Lenehan, Chief Technology Officer, Independent Digital (Independent Newspapers Ireland Ltd).

Læs mere på: <http://www.ifra.com/mobilemediaday>

Mediedirektør: DR2-satiren lukker ikke

Programstrategien for DR fremlægges for bestyrelsen i løbet af fredagen

Flere medier skriver, at DR2 planlægger at droppe satiren. Men det er ikke tilfældet, forsikrer DR's mediedirektør Mikael Kamber.

"Satiren på DR2 lukker ikke. Der er i DR's programstrategi for det kommende år lagt op til, at der skal spares nogle penge på DR2 - og det berører satiren. Det betyder dog langt fra, at satiren helt forsvinder. Men næste år bliver det efter alt at dømme på et lidt lavere blus end tidligere", siger Mikael Kamber.

Præcis hvor meget satire, DR vil sende i 2011, er ikke afgjort. Programstrategien er fortsat under behandling internt i DR, og det er derfor endnu for tidligt at sige noget definitivt om omfanget af programmerne.

"Vi er inde i en proces, hvor der stadig er mange uafklarede spørgsmål. Så det er alt for tidligt at sige noget præcist. Men selvfølgelig lukker vi ikke satiren. Den er en del af DR2's identitet og vil også være at finde på kanalen fremover", forsikrer Kamber.

Ifølge journalisten.dk bliver programstrategien fremlagt for bestyrelsen fredag, og et andet truet hjørne hos DR kan være udlandsdækningen på DR2 Udland, der efter kort levetid kan være på vej ud.

UDVIKLING

Den nye forside på ekstrabladet.dk skrotter sidespalterne

Idéen er at skabe mere plads til artiklerne og bedre annonceplaceringer

Først røg venstrespalten, og i sidste uge forsvandt højrespalten hos ekstrabladet.dk, så sitet fylder hele skærbilledet. Ifølge ekstrabladet.dk's ledende redaktør Geir Terje Ruud er det nye forsidedesign en revolution og måske den første i verden, skriver Mediawatch.

Den nye forside gik online 18. marts og er skabt af designchef Kim Pedersen, der fik til opgave at skabe mere plads til artiklerne og bedre annonceplaceringer. Den nye forside følger op på forandringerne fra sidste år, hvor ekstrabladet.dk indførte forskellige størrelser på overskrifterne og brød webavisens skarpe kasser op.

Ifølge Geir Terje Ruud er de vigtigste forandringer, 1) at siden loader 25 pct. hurtigere end det tidligere design. 2) At der er plads til dobbelt så mange artikler, så gode historier kan leve længere på forsiden. Og 3) at de små og billige annonceplaceringer er erstattet med større og fleksible annonceområder, som skal give annoncørerne muligheder for bedre at udnyttet mediet, skriver Mediawatch.

Se forsiden på: <http://ekstrabladet.dk/>

Midtjyske Medier samler ugeaviserne på Djursland

Udvidet dækningsområde og færre aviser, der bliver delt ud med posten, lyder planen

Midtjyske Medier har haft Djursland under udviklingsluppen og er nu klar med en omfattende modernisering af det samlede medieudbud i området. Tre ugeaviser bliver til to, dækningsområdet udvides og fremover modtages aviserne med posten.

"Vi indrømmer gerne, at det har været lidt komplekst og uoverskueligt at finde rundt i alle vores lokale digitale og avis udgivelser på Djursland. Men nu kan vi til gengæld tilbyde alle borgere i området nogle medier, der tilsammen skulle give den bedst mulige og mest levende lokale indsigt", siger Dorthe Carlsen, der er ansvarshavende chefredaktør i Midtjyske Medier, i en pressemeddelelse.

Konkret betyder det, at de nuværende tre ugeaviser (Djursland Posten, Grenaa Bladet og Folkebladet Djursland) bliver til to, når kræfterne samles om at øge den lokale dækning gennem to nyudviklede ugeaviser, GrenaaBladet-Djurslandsposten og Folkebladet Djursland-DjurslandsPosten.

Sammen med omlægningen opstår en ny avis-vendemodel, hvor de hyperlokale nyheder findes ved at læse avisen den ene vej fra og de mere regionale den anden vej – der bliver således tale om to aviser i én. På nettet vil borgerne på Djursland fremover finde mange flere lokale nyheder om Nord- og Syddjurs på de eksisterende lokale undersider både på stift.dk og amtsavisen.dk.

Omlægningen af aviserne betyder også, at dækningsområdet for GrenaaBladet-Djurslandsposten og Folkebladet Djursland-Djurslandsposten udvides betragteligt. Distributionen af aviserne ændres ligeledes, sådan at borgerne fremover får avisen leveret direkte i postkassen af Post Danmark, står der i pressemeddelelse.

Danmarks Radio fejrer 50 års jubilæum for regionale udsendelser

Et særligt jubilæumssite er tænkt som en totaloplevelse gennem historien

Mandag den 29. marts åbner DR et særligt jubilæumssite i anledning af de regionale udsendelsers 50 års fødselsdag.

På www.dr.dk/regioner/50aar vil man kunne gå på opdagelse i fortiden og blandt andet kunne læse beretningen af Ole Damgaard fra DR København, som fortæller regionalradioernes historie fra den første udsendelse til nu.

På sitet kan brugerne også indsende billederne af sig selv med deres radio og fortælle anekdoter om betydningen af deres regionalradio. Og så kan brugerne skrive lykønskninger, gense Preben Heide i et tv-klip fra 1975 om radioudviklingen, høre de første udsendelser og meget andet. Sitet er tænkt som en totaloplevelse i tekst, billeder, levende billeder og lyd - og det ligner "dengang".

De regionale udsendelser startede som nogle få radiopionerers enkeltstående udsendelser. Tre kvarter om ugen var DR uden for Valby Bakke - resten blev sendt fra hovedstaden. I dag bliver en meget stor del af de regionale programmer produceret i et af DR's ni distrikter, der sender fra de 11 byer Aabenraa, Vejle, Esbjerg, Holstebro, Århus, Aalborg, Odense, Næstved, Holbæk, Rønne og København.

Læs mere på:

http://www.dr.dk/DRPresse/Artikler/2010/03/23/101125_1.htm?nyhedsbrevOMDR

New York Times indfører dagligt videoindslag til læserne om morgendagens avis

Kom din avis et skridt nærmere. New York Times inviterer fra på mandag læserne "bag om avisen" gennem et kort, dagligt videoindslag på webavisen om arbejdet bag dagens historier, skriver Guardian.

Videoindslaget, der kaldes TimesCast, er en kort opsummering af de største historier i morgendagens avis i form af klip fra redaktionsmøderne, redaktørernes kommentarer til et par af historierne samt Q&A med journalisterne om baggrunden for historien.

Idéen er ikke bare at sælge avisen over for læserne, men også at understrege at avisen er en del af et multimediehus, der er med på alle platforme.

"Det er ikke bare de rene 'breaking news'. Det viser, hvordan New York Times griber historierne an - vores analyser, vores egen vinkel på historien", fortæller Ann Derry, redaktionel chef for video og tv, på Times' blog Media Decoder.

Mandagens version af TimesCast varer 6,5 minutter og vil blive bragt som alle andre dage kl. 13.00 lokal tid.

Læs mere på: <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/mar/23/new-york-times-timescast>

Fox Mobile lancerer mobil tv-tjeneste til iPhone

Brugerne kan se tv-serier og film leveret af Fox, NBC Universal og Discovery

Fox Mobile lancerer nu en helt ny mobil tv-tjeneste kaldet Bitbop, der gør det muligt at abonnere på on-demand tv via smartphones som iPhone og BlackBerry, skriver journalisten.dk.

Via Bitbov kan man se tv-serier og film leveret af Fox, NBC Universal og Discovery.

Der bliver tale om både streaming og download, og man kan se sneak previews gratis. Vil man have fuld adgang, så koster det 10 dollar om måneden, skriver journalisten.dk.

Læs mere på: <http://gigaom.com/2010/03/24/fox-mobile-offers-hulu-like-service-but-itll-cost-you/>

JOB OG KARRIERE

Informations chefredaktør Palle Weis fratræder

En ny ledelsesstruktur kan være på vej for avisen

Efter fem år i spidsen for dagbladet Information stoppede chefredaktør Palle Weis i fredags for at fortsætte i en stilling som seniorskribent på avisen.

"Det har været fem spændende år i spidsen for Informations redaktion, men også krævende at holde Informations oplag i konstant fremgang i et i øvrigt trængt dagbladsmarked. Informations bestyrelse har nu ønsket en anden ledelsesmæssig sammensætning, og det har jeg taget til efterretning. Jeg ser frem til at kunne bruge andre sider af mig selv og til for en tid at koncentrere mig om journalistik og skribentvirksomhed", siger Palle Weis i en pressemeddelelse.

Medredaktør Bent Winther er udpeget som ansvarshavende chefredaktør, indtil Informations bestyrelse har sammensat den nye ledelse, som muligvis får færre chefer end strukturen i dag med både en adm. direktør, underdirektør, medredaktør og en chefredaktør.

ANNONCER

SDU: Master i redaktionel ledelse – bliv redaktionel topleder

Master i redaktionel ledelse er en universitetsbaseret lederuddannelse skræddersyet til mediebranchen, og med masteruddannelsen bliver du klædt på til redaktionelle topstillinger.

Kom til informationsmøde den 7. april kl. 9-11 hos Berlingske Media i Århus eller den 8. april kl. 15-17 i DR-byen i København.

Tilmeld dig på:

http://www.sdu.dk/Uddannelse/Efter_videreuddannelse/Master/Master_Redaktionel_Ledelse/Informationsmoeder.aspx

KURSUS: Seks ugers overblik i Norden

Nordisk Journalistcenter afholder kursus om kultur, nordisk identitet, sprog m.m.

Nordiske journalister skal dagligt overskue det uoverskuelige – på rekordtid. Økonomisk verdenskrise og debat om klodens klima øger kravet til den daglige referenceramme hos moderne mediefolk.

"Århus 2010 – Nordisk perspektiv på fremtiden" tilbyder et seks ugers overblik - på kultur, nordisk identitet, sprog, historie og på de største globale udfordringer.

Det sker fra 30. august 2010 - 8. oktober 2010.

Her kan 14 nordiske journalister gennemføre seks hæsblæsende og humørfyldte uger i Århus, Island, København og Bruxelles.

Resultatet er et bedre fundament til at gå fremtiden i møde med oprejst pande og ny appetit på faget. Kurset ledes af erfarne, journalistiske kursusledere. Forelæserne er eksperter og drevne debattører.

Tilmeldingsfrist er 25. april 2010.

Læs mere og tilmeld dig på www.njc.dk

KOLOFON

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

Skriv til redaktionen:

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

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

Har du fået ny e-mailadresse – skriv til ddf@danskedagblade.dk

Frameld Nyhedsbrevet Dansk Presse på: http://danskedagblade.dk/newsletter_signup

Læs tidligere udgaver af Nyhedsbrevet Dansk Presse på:
http://danskedagblade.dk/newsletter_archive

Danske Dagblades Forening
Pressens Hus
Skindergade 7
1159 København K

● DDF · Danske Dagblades Forening