

Program-2017

Redaktørernes døgn 2017 den 3. og 4. maj på Hotel Svendborg

Fremtidsdrømme, forretningsmodeller og falske nyheder – hvordan skaber mediebranchen værdi for læsere, lyttere og seere?

Inspiration til udvikling, forretningsmodeller og ledelsesudfordringer – og selvfølgelig netværk, en brag af en fest, en udsøgt gourmetmiddag og satire på nærmeste hold. Det og meget mere får du i løbet af fabelagtige fireogtyve timer på Redaktørernes Døgn 2017.

Onsdags-program

10.30: Velkommen til fireogtyve fabelagtige timer

Formanden for Redaktionelt udvalg i Danske Medier byder velkommen.

10.35: Redefinering af nyheder på TV2 Østjylland: fra kanalfokus til indhold

Fem nye nyhedskriterier og publicering på seks platforme. Det lyder ikke som en regional tv-station, men det er det: TV2 Østjyllands direktør **Inga Vind** fortæller om, hvordan stationen er gået fra at generere indhold til en daglig nyhedsudsendelse til at skabe indhold til mange platforme. Du får et indblik i en stor redaktionel forandring, og i hvordan man som medie kan genskabe sin relevans i et moderne nyhedsbillede. Og om de udfordringer sådan en udviklingsproces møder i en branche med stærk selvforståelse.

11.00: Fremtidens digitale redaktionslokale

Med en ny digital strategi og tryk på den digitale transformation af avisen har Berlingske i 2017 bygget nyt redaktionslokale som hjertet i den digitale operationen. Der er store digitale ambitioner, og kulturen for at lykkes digitalt for hele avisen starter i redaktionslokalet, også for de kommercielle mål. Selv om opgaverne stadig er delt mellem redaktionel og kommerciel virksomhed, er mål, dashboards og rapporter bygget for fælles operationer. Digital udviklingschef **Christian Stavik** fortæller om transformationen.

11.20: Godt indhold er målet – platform blot midlet

Det er ikke længe siden, at hjemmesiderne næsten kvalte papiret, men allerede nu er turen kommet til hjemmesiderne selv. Når nystartede medier dropper hjemmesiden og udkommer på andres platforme, spares udgifter til teknik, og rækkevidden er stor. Også etablerede medier udgiver masser af journalistik på fremmede platforme. Det har både store fordele og masser af ulemper. SDU-fellow og tidl. chefredaktør **Jan Birkemose** giver et rids over den nyeste udvikling og analyserer fordele og ulemper.

11.40: Hvem skal vi have med i redaktionslokalet – fremtidens kompetencebehov

Hvorfor bliver mediecheferne ved med at ansætte digitalt ordblinde i især de ledende stillinger? Det spørgsmål har **Magnus Bjerg** stillet mange gange. Han er projektleder for digitalt indhold på TV 2 Nyhederne og formand for Danish Online News Association (DONA). Han stiller spørgsmål til vores

tre oplægsholdere om, hvordan vi kan sætte skub i transformationen, der skal gøre nyhedsmedierne klar til den digitale fremtid og nutid.

12.00: Frokost

13.00: Fremtidens native advertising

Branchen debatterede det både forrige år, sidste år og i år: Native advertising, sponsoreret indhold, reklamejournalistik. Kært barn har mange navne, og de fleste medier har native advertising i porteføljen som en annoncemodel, der skal lappe hullerne efter faldet i annonceindtægterne. Vi giver en række fremtidsscenerier for native advertising fra eksperter rundt om i verden og spørger **Gerd Maria May**, udviklingschef på Jysk-Fynske medier, og **Thomas Stokholm**, chef for Ekstrabladets Story Studio, om deres vurdering. Ordstyrer er **Stine Bjerre Herdel**, head of content i Nordea.

13.40: New York Times – det nye medborgerhus

Dit medie er et brand i sig selv – og events er den oplagte måde at gøre sit medie til en del af demokratiet. New York Times har arbejdet med events i mere end tyve år, og har gennem debatter med avisens journalister, filmfremvisninger og arrangementer både udbygget sin position og tjent penge. Konsulent i New York Times' event afdeling, **Maria Marqvard**, fortæller om forretningsmodellen og de oplagte fordele ved at brande sig som moderne medborgerhus.

14.00: Fra græsrodsorganisation til dataleverandør

Efter flere år med faldende omsætning har direktør **Jesper Nymark** redefineret og gentænkt Danwatch' forretningsmodel og organisation. Opskriften hedder samarbejde med eksisterende danske og udenlandske medier. Som første danske medieproducent har researchcentret Danwatch fået penge til at udvikle digitale graverjournalistik værktøjer af Googles *Digital News Initiative* – og hvordan gør man så lige det?

14.25: Den lange kaffepause

15.00: Kæl aldrig for kilderne

I filmmagasinet Ekko startede Christoffer Guldbrandsen lækagesagen, og året efter samme år udgav magasinet den Israel-kritiske film Defamation, som DR2 havde slyttet. I samme blad skrev René Fredensborg artiklen "Frygt og lede i Avedøre og omegn", der vakte ophedet debat om indspisthed i filmbranchen. Senere prøvede Peter Aalbæk Jensen at lukke bladet efter et kritisk essay om Zentropa. Nyeste kontrovers er bloggeren Kim Petersens udfald mod Bodil-komiteen. At træde sin egen branche over tæerne synes at være Ekkos kerneopgave. Chefredaktør **Claus Christensen** kalder kærligt sit medie for en "dinosaur". Hør om gamle dyder og nye veje.

15:20 Udgiver ved et tilfælde

I afmagt over at traditionelle medier ikke ville betale for den seriøse sportsjournalistik tog **Peter Brüchmann** konsekvensen og skabte sit eget sportsmedie, Mediano. Cirka ti ugentlige podcast er indtil nu blevet hørt over 1,1 millioner gange, og Mediano breder sig i 2017 over flere sportsgrene. Mediet har formået at tiltrække både lyttere og sponsorer. Peter Brüchmann fortæller hvordan den simple forretningsmodel og de journalistiske produkter er blevet udviklet nærmest ved et tilfælde.

15.40: **En 800 år gammel ide i ny indpakning**

Anders Olling & Hans Erik Havsteen har moderniseret Saxos Danmarkskrønike og skabt et stærkt brand blandt podcast-elskere og historefans: Kongerækken. Den eviggrønne historie om magt og forviklinger er pakket ind som samtale mellem de to. Siden 2015 er Kongerække-podcasten afspillet over 760.000 gange. **Anders Olling** fortæller om konceptet og udviklingen af de mange biprodukter – og om endelig at høste gevinsten af gedigen historiefortælling.

16.05: **Den korte kaffepause**

16.20: **Fake news og journalistikkens tillidskrise**

Propaganda, konspirationsteorier, falske udsagn fra politikere, fiktive nyhedsmedier. Hvordan sorterer vi i begreberne og får et fælles sprog om, hvad der er fake news? Den norske medieforsker **Bente Kalsnes** har analyseret tusind norske artikler og giver os en ramme for at skelne skidt fra kanel.

Derefter diskuterer **Cathrine Gyldensted**, leder af Institut for konstruktiv journalistik ved Windesheim Universitet, hvad medierne kan stille op overfor udbredelsen af fake news med dogmerne fra den konstruktive journalistik i baghovedet.

Er læsere og lyttere ligeglade? Nej slet ikke, og mange af dem har via Mandag Morgens site tjekdet.dk bidraget til at afsløre overdrivelser og spin. Vi skal høre chefredaktør **Lisbeth Knudsen** fortælle om ideen, udviklingen og erfaringerne her efter et lille år i luften.

17.10 **Dagens program slutter, så vi alle kan blive klar til**

Aftenarrangementet

18.00 **Afgang fra hotellet:** Bussen kører fra p-pladsen foran Hotel Svendborg.

18.30 **Gourmet-middag** på Vester Skerninge Kro i landsbyidyl (<http://www.vesterskerningekro.dk>)

20.30 **Aftenens hemmelige taler**

22.00 **Hjemtransport** til hotellet, hvor baren som sædvanlig er åben.

Torsdagsprogram

09.00: **Sølvræve og 12-talspiger:** hvordan leder man den såkaldte millennium-generation samtidig med, at man tilgodeser den erfarne medarbejder? At navigere imellem de to personalegrupper giver mange ledere egne grå hår i hovedet. Ledelsesekspert **Erik Bloch Østergaard** tager konkrete problemer med, som de fleste redaktionelle ledere kan nikke genkendende til – og han leverer også redskaberne til at løse udfordringerne med. I sandhed news you can use - lige til at tage med hjem på redaktionen.

09.50: **Huxi Bach** hudfletter mediebranchen:

Huxi Bach er kendt samfundskommentator og satiriker med altid tankevækkende kommentarer og underfundige pointer. Her giver han mediebranchen det kærlige om end glatte lag og sender os af sted med smil på læben og måske en overvejelse eller to.

10.20: **Farvel og tak – vi ses i 2018**