



DANSKE MEDIER

Pressens Hus
Skindergade 7
DK-1159 København K

Telefon 3397 4000
Telefax 3314 2325

info@danskemedier.dk
www.danskemedier.dk

Folketingets Kulturdvalg
Folketinget
Christiansborg
1240 København K

Foreningerne Danske Dagblades Forening, Foreningen af Danske Interaktive Medier, Dansk Magasinpresses Udgifterforening, Danske Specialmedier, Ugeaviserne, Radioerne og Digitale Publicister har besluttet at samle alle deres aktiviteter i den nye brancheforening Danske Medier.

Danske Medier rummer dermed alle medlemmer i de syv "gamle" medieforeninger. Foreningen har ved stiftelsen over 500 medlemmer, som udgiver mere end 1.000 medier.

Vedlagt er 20 eksemplarer af en folder, som fortæller om den nye forening.

Danske Medier vil være mediernes talerør i forhold alle emner i relation til medieforhold. Den eneste undtagelse vil være i forhold til emner, hvor der er en væsentlig interessekonflikt mellem forskellige mediegrupper. Her vil de "gamle" foreninger fortsat repræsentere deres medlemsgrupper i forbindelse med interessevaretagelse. Det gælder bl.a. spørgsmål om mediestøtte og nulmoms.

Nyheder og information

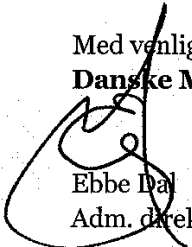
Et af de første synlige tegn på Danske Medier er et nyt journalistisk nyhedsbrev "Danske Medier", som vil udkomme hver fredag middag. Tilmelding til nyhedsbrevet kan ske på : www.danskemedier.dk/abonnement

Desuden er der oprettet et midlertidigt web-site www.danskemedier.dk, som rummer nyheder, information om de mange seminarer, kurser og konferencer, Danske Medier udbyder – samt en række relevante brancheoplysninger.

Spørgsmål om den nye foreningsdannelse kan rettes til undertegnede.

Danske Medier ser frem til et godt samarbejde med kulturdvalgets medlemmer om emner af relevans for medierne.

Med venlig hilsen
Danske Medier


Ebbe Døl
Adm. direktør

VELKOMMEN TIL DANSKE MEDIER

Danske Medier er samlingspunktet for cirka 500 medievirksomheder med tilsammen mere end 1.000 medier.

Vi er en bred og varieret medlemsskare, som i vort daglige virke er i kontakt med alle grupper i befolkningen, og vore medier distribueres på alle platforme: Dagblade, magasiner, ugeblade, internetmedier, fagblade, tidsskrifter, specialmedier, ugeaviser, radioer og tv.

Danske Mediers medlemmer sikrer kvalitet og mangfoldighed i medierne, så danskerne får et alsidigt udbud og reelle valgmuligheder i deres medieforbrug – uafhængigt af status, alder og bopæl. Det er fundamentalt for et levende demokrati, at vi som medier bidrager til oplysningen og stimulerer debatten i hele Danmark.

Vores medlemmer står også overfor en stor udfordring i form af konkurrence fra en række store udenlandske spillere både kommercielt og redaktionelt – og udfordring kræver, at vi er én samlet stærk organisation.

Blandt vore medlemmer er også virksomheder, som ikke er medier i traditionel forstand, men som med deres digitale innovation spiller en vigtig rolle for medieudviklingen.

Danske Medier er ikke en krudttønde, men en smeltedigel. Vores medlemmer står skulder ved skulder i en verden, hvor ytringsfrihed og pressefrihed er under pres fra mange sider. Vi vil vedholdende kæmpe for gennemsigtighed og åbenhed i samfundet.

Terrorbekæmpelsesregler, overvågning, snærende reklameregler og begrænsninger af de digitale muligheder er vidnesbyrd om, at medierne har brug for en stærk stemme. Den opnår vi ved et tolerant syn på de små forskelle, der er os imellem, og ved sammen at formulere troværdige, tydelige og klare synspunkter om de politiske rammevilkår, der har betydning for os.

Danske Medier får en vigtig funktion i at repræsentere medierne over for myndighederne, de internationale institutioner og offentligheden. Vi ønsker samtidig at være mere for vores mange medlemmer. Med rådgivning, udveksling af erfaringer, konferencer, seminarer og et aktivt udvalgsarbejde vil vi være en professionel partner for medievirksomhederne.

Velkommen.



Per Lyngby
Formand

DANSKE MEDIERS BESTYRELSE

Foreningens bestyrelse er sammensat, så alle medietyper er repræsenteret.

Per Lyngby, adm. direktør, ansvh. chefredaktør;
Nordjyske Medier (formand) (DDF)

Ole Døll, chefredaktør;
Skive Folkeblad (DDF)

Lisbeth Knudsen, ansvh. chefredaktør, koncernchef;
Bertingske Media (DDF)

Lars Henrik Munch, adm. direktør;
JP/Politikens Hus (DDF)

Torben Dalby Larsen, ansvh. chefredaktør, adm. direktør;
Sjællandske Medier (DDF)

Erik Bjerager, ansv. chefredaktør, adm. direktør;
Kristeligt Dagblad (DDF)

Kristian Lund, adm. direktør og ansvh. chefredaktør;
Dagens Medicin (DS)

Rasmus Nielsen, adm. direktør og chefredaktør;
Altinget.dk (DS)

Lis Hornø, chefredaktør;
Tænk (DS)

Pål Thore Krosby, adm. direktør;
Aller Media (DMU)

Torsten Bjerre Rasmussen, adm. direktør;
Egmont Magasiner (DMU)

Michael Cordsen, adm. direktør;
Bonnier Publications (DMU)

Christian Peytz, adm. direktør;
Peytz & Co. (FDIM)

Søren Queitsch, adm. direktør;
IDG Danmark (FDIM)

Peter Lundsgaard, direktør;
Dagens Bedste (FDIM)

Jan Halling, adm. direktør;
Politikens Lokalaviser (Ugeaviserne)

Thorkil Christensen, redaktør;
Aars Avis (Ugeaviserne)

Lars Jespersen, chefredaktør;
Nordjyske Medier (Radioerne)

Ole Søndergaard, direktør;
Radio ABC-gruppen (Radioerne)

EN FORENING MED MANGE KOMPETENCER

Danske Medier er resultatet af en sammenslutning af alle væsentlige foreninger for danske professionelle medier: Dansk Magasinpresses Udgiverforening (DMU), Danske Dagblades Forening (DDF), Danske Specialmedier (DS), Digitale Publicister (DP), Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM), Radioerne og Ugeaviserne.

Hver af disse foreninger har haft en vigtig samlende rolle for deres mediegruppe og har stort set samlet alle de virksomheder, som har kunnet være med. Men de kompetencer, hver enkelt mediegruppe har lagt vægt på at have til rådighed i deres sekretariater, har været forskellige. Ved fusionen kan dette vendes til en stor fordel for alle.

Nogle eksempler: DDF har været stærk mht. den juridiske rådgivning af virksomhederne og har med dygtige jurister kunnet skabe et stærkt grundlag for lobbyarbejdet på en række centrale felter. DS har gennemført et væld af korte kurser og seminarer for deres brede medlemskreds, bl.a. om redaktionelle og annoncemæssige spørgsmål. FDIM har med et levende udviklingsmiljø skabt forudsætninger for progressivt arbejde med fremme af de digitale muligheder for medierne. Radioerne har haft stort held med sin politiske lobby på baggrund af indgående kendskab til dette specielle medieområde, Ugeaviserne har ført an i kampen mod restriktive reklameregler og DP har sørget for at skabe rum for en drøftelse af de redaktionelle vilkår i de nye medieformer.

Med de kombinerede kræfter bliver Danske Medier et nyt og meget forbedret tilbud til alle medlemmer. I folderen giver vi et kortfattet signalement af hver enkelt af Danske Mediers afdelinger og præsenterer de medarbejdere, der har løbende kontakt med medlemmerne bl.a. via en række udvalg samt den løbende rådgivning og sparring i hverdagen.

Læsningen kan efterlade spørgsmål. Kontakt i så fald gerne de relevante medarbejdere og få en snak om netop de ting, der trænger sig på. I nogle tilfælde vil der blot være tale om et enkelt spørgsmål og et kort og klart svar. I andre tilfælde kan en henvendelse være indledningen til et større samarbejde.

God fornøjelse med læsningen – og tøv ikke med at kontakte Danske Medier.



Ebbe Dal
Adm. direktør
ed@danskemedier.dk

DANSKE MEDIERS DIREKTION

Foreningens direktion består af:

Ebbe Dal,
adm. direktør

Morten Helveg Petersen,
viceadm. direktør

Christian Kierkegaard,
journalistisk direktør

John Kristensen,
direktør

Marianne Bugge Zederkof,
direktør

Thomas Rønnow,
direktør

I direktionens arbejde deltager også chefjurist
Holger Rosendal og administrationschef
Gert Højer-Petersen

DIGITALE MEDIER

Den digitale afdeling arbejder for at skabe de bedst mulige rammer for at drive digital medievirksomhed i Danmark, inspirere og levere fakta til medlemmernes digitale arbejde, hvad enten det handler om web, mobil, web-tv eller andre digitalt baserede platforme.

Afdelingen har fokus på tre hovedområder:

FORRETNINGSUDVIKLING

Afdelingen skal inspirere til medlemmernes forretningsudvikling. Danske Medier skal identificere, inspirere og, med respekt for konkurrencelovgivningen, foranstalte fælles initiativer på alle platforme, så vi som forening kan understøtte et sundt og konkurrencedygtigt dansk mediemarked. Vi skal identificere og gennemføre relevante digitale medlemsaktiviteter, seminarer og konferencer samt følge arbejdet, tegn og tendenser i det internationale arbejde. Der vil være særligt fokus på det mobile område.

RAMMEVILKÅR

Myndigheder og lovgivere både på EU-plan og i Danmark har fokus på reguleringen af det digitale område. Afdelingen skal i samarbejde med den juridiske afdeling derfor arbejde med at skabe overblik over udviklingen, påvirke relevante myndigheder m.fl. og formidle viden om området til medlemmerne.

DIGITAL YTRINGSFRIHED, ETIK OG ANSVARLIGHED

Endelig arbejder afdelingen også for at fremme den digitale, publicistiske høje standard. Vi skal sikre ytringsfriheden i den digitale verden og se til, at den bliver forvaltet forsvarligt. Og sikre, at de danske medier arbejder ud fra en fælles høj standard, når det gælder etik og ansvarlighed såvel på det kommercielle som det redaktionelle område.

Afdelingen er sekretariat for Digitalt Udvalg.



Morten Helveg Petersen
mhp@danskemedier.dk



Morten Kamper
mka@danskemedier.dk



Susanne Hansen
suh@danskemedier.dk

ANALOG MEDIER

Afdelingens overordnede rolle er at give radio og printmedier de bedste fysiske rammer for at nå læsere og lyttere og samtidigt sætte medierne i stand til effektivt at kunne beskrive og sælge dem til annoncørerne.

Afdelingen rådgiver og vejleder Danske Mediers medlemmer om de bestemmelser og vilkår, der er gældende, ligesom afdelingen aktivt arbejder for at ændre vilkårene, hvor det måtte være nødvendigt. Dette sker dels gennem lobbyarbejde dels gennem deltagelse i råd og udvalg, hvor vilkår af interesse for medlemmerne bliver fastlagt. Arbejdet sker navnlig inden for tre hovedområder:

ANNONCEVILKÅR

Afdelingen for analoge medier følger udviklingen på annoncemarkedet og rådgiver medlemmerne i spørgsmål om markedsforhold samt medvirker til udvikling af værktøjer, der kan drive markedet. Udvikling af samarbejde med bl.a. mediebyureauer og deres brancheforening DRRB er også helt centralt.

DISTRIBUTION OG BLADSALG

Markedet for distributionsløsninger er under store forandringer - ikke mindst i forlængelse af postliberaliseringen. Afdelingen behandler og afdækker distributionsforhold af interesse for alle, ligesom forholdet til Post Danmark, Bladkompagniet og andre distributører behandles. Arbejdet for bladsalget bygger grundlæggende på undtagelser for bindende videresalgspriser og dørsalgsloven. Undtagelser, det er afgørende at sikre opretholdt.

RADIO

Radio adskiller sig fra en række af de andre medier ved at være underlagt og stærkt påvirket af den til enhver tid gældende medieaftale. Afdelingen skal derfor varetage medlemmernes interesser på hele det radiopolitiske område. Vigtige områder for radio er at sikre fortsat støtte fra Public Service Puljen til kommercielle aktører, at sikre den mest hensigtsmæssige overgang til digital radio uanset platform og at sikre de - for medlemmerne - bedste og mest langsigtede beslutninger vedrørende sendetilladelser og frekvenser.

Afdelingen er sekretariat for Distributionsudvalget og Markedsudvalget.



John Kristensen
jk@daniskemedier.dk



Adam Rue
ar@daniskemedier.dk

JURA

Danske Mediers juridiske afdeling leverer ekspertviden og rådgivning om de love og regler, som er særlig relevante for mediernes redaktionelle og kommercielle virksomhed.

MEDIEJURA

Et centralt område er kampen for at sikre pressefriheden. Muligheden for aktindsigt såvel i den offentlige forvaltning som hos domstolene, herunder adgangen til at overvære og referere fra retsmøder og at få aktindsigt i retslistes og domsudskrifter m.v. kommer ikke af sig selv, men kræver konstant opmærksomhed og handling både i Danmark, EU og Europarådet, så medierne kan dække magthavernes arbejde.

Juridisk afdeling rådgiver endvidere om reglerne vedrørende freds- og ærekrænkelser, kildebeskyttelse, persondatabeskyttelse, medieansvar og god presseskik.

OPHAVSRET

Det er en kerneopgave for juridisk afdeling at forsvare udgivernes ophavsret. Medierne leverer dagligt værdifuldt indhold til alle platforme, og så nytter det ikke, at tekst og billeder rask væk udnyttes af andre. I hvert fald ikke uden forudgående aftale.

Juridisk afdeling rådgiver både i sager om mediernes lovlige brug af andres indhold og i sager om andres uretmæssige udnyttelse af mediernes indhold.

MARKEDSFØRINGSRET

Ytringsfriheden gælder også kommercielle budskaber. Gode kommercielle vilkår for medierne er helt centrale for at understøtte bæredygtig redaktionel virksomhed. Dette skal forsvares, når nogle presser på for at begrænse mulighederne for at reklamere for bestemte produkter eller overfor bestemte målgrupper.

Juridisk afdeling rådgiver om brugen af forskellige former for salgsfremmende foranstaltninger, herunder konkurrencer og rabatkuponer, om telefonsalg, spamregler, markedsføring via sociale medier, adskillelsen mellem annoncer og redaktionel tekst og meget andet.

Afdelingen er sammen med Uddannelses- og Kommunikationsafdelingen sekretariat for redaktionelt udvalg.



Håker Rosendal
hrd@danskemedier.dk



Christina Moshøj
cm@danskemedier.dk

KOMMUNIKATION OG UDDANNELSE

Danske Medier formidler viden, inspiration og erfaringer til medlemmer og omverden gennem en omfattende kursus- og konferencevirksomhed, gennem nyhedsbreve, informationsmails og anden medlemskommunikation samt via de eksterne medier.

KONFERENCER OG KURSER

Der gennemføres årligt flere konferencer både om det redaktionelle indhold, de kommercielle muligheder, den digitale udvikling og om udviklingstendenserne inden for andre dele af medieproduktionen såsom salg og distribution.

Konferencerne suppleres af en række korte kurser og seminarer med redskabs- og værktøjsformidling samt videndeling om aktuelle emner med det formål at bidrage til at styrke kompetencerne hos de enkelte medlemmer.

Danske Medier er desuden i tæt kontakt med uddannelsesinstitutionerne om udvikling af grund-, efter- og videreuddannelse.

MEDLEMSKOMMUNIKATION

Kommunikationen til medlemmerne sker både gennem et journalistisk ugentligt nyhedsbrev, Danske Medier, og gennem informationsmails rettet mod de enkelte medarbejdergrupper og mediegrupper – ligesom viden og tilbud på længere sigt samles på et nyt web-site.

Medlemmerne vil desuden få fordele af, at Danske Medier vil indgå aftaler med leverandører om rabatter og andre fordelagtige vilkår, samt at foreningen udsteder pressekort til redaktionelle medarbejdere.

ET SYNLIGT DANSKE MEDIER

Danske Medier skal også være synlig i den offentlige debat og derigennem fremme medlemmernes interesser. Det vil ske både gennem en aktiv kontakt med medierne, gennem debatindlæg og pressemeddelelser og gennem formidling af viden om medier – blandt andet deres betydning for demokratiet, lovgivningsmæssige udfordringer for medier og faktuelle tal om mediebrug.

Danske Medier vil udvikle en online-mediedatabase, der skal skabe overblik over samtlige danske medier i forhold til annoncører, bureauer og andre interessenter.

Afdelingen er i samarbejde med Juridisk afdeling sekretariat for redaktionelt udvalg.



DANSKE MEDIER

Danske Medier • Pressens Hus • Skindergade 7 • 1159 København K
Tlf. 3397 4000 • www.danskemedier.dk • mail@danskemedier.dk



Christian Kierkegaard
ck@danskemedier.dk



Louise Zabel
lz@danskemedier.dk



Peter Djurup
pd@danskemedier.dk



Henrik Thøgersen
ht@danskemedier.dk



Bente Holmstrøm
bh@danskemedier.dk

