

DANSK PRESSE

NYHEDSBREV UGE 9 - 2010

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

JOURNALISTIK OG YTRINGSFRIHED

World Press Photo-vinder er blevet diskvalificeret for manipulation med billede

Juryen opdagede, at fotografen havde fjernet en fod fra billedet

Glæden blev kort for fotografen Stepan Rudik, der vandt en tredjepræmie for sine sort-hvide billeder af Street Fighting i Ukraine ved fotokonkurrencen World Press Photo i kategorien 'Sports Feature'.

Efter bare to uger måtte juryen diskvalificere vinderen, fordi det af fotografens råfiler fremgik, at han havde ændret på et af billederne, skriver journalisten.dk.

Det er i strid med World Press Photos retningslinjer at manipulere med de indsendte billeder, og derfor får Stepan Rudik frataget sin pris, og billederne er nu fjernet fra vindergalleriet på hjemmesiden.

I år er der for første gang et krav om, at deltagerne i konkurrencen, hvor grænserne for manipulation er blevet rykket med teknologiens fremskridt, skal vedlægge råfiler til de indsendte billeder.

Ifølge journalisten.dk har [Petapixel.com](http://petapixel.com) har fået det originale billede fra fotografen, så verden nu kan se forskellen.

Det indsendte billede er kraftigt beskåret og redigeret, men det er i sig selv ikke nok til en diskvalificering. Under bokserens hånd tittede et lille stykke fod frem, der tilhører manden i baggrunden. Fotografen fjernede foden, men der var grænsen nået.

Se billedet på: <http://www.petapixel.com/2010/03/03/world-press-photo-disqualifies-winner/>

UGENS EXTRA

LEDER: Tegningen

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

Danske Dagblades Forening står klar til at hjælpe de dagblade, som har modtaget henvendelser fra den saudiske advokat Yamani, hvis det kommer til en retssag.

Foreløbig venter vi nu på tredje måned på at få svar på en mail, som 26. december blev sendt fra Berlingske til advokaten for at få rede på, hvem han egentlig repræsenterer og ved hvilket lands ret, han i givet fald kunne tænkes at føre retssag.

Den offentliggjorte dokumentation vedrørende Politikens forlig med ham besvarer dog formentlig spørgsmålet om, hvem klienterne er, medens forskellige udtalelser fra Yamani tyder på, at han – formentlig i konsekvens af, at spørgsmålet er udtømmende behandlet ved dansk ret – tænker på en udenlandsk ret, måske en engelsk. En beslutning, som, hvis den accepteres ved engelsk ret, vil koste dagbladenes fællesskab ærgerlige penge.

Der er sågar arabiske udtalelser om, at kampen mod danske dagblade vil kunne føres i 100 år, og sommetider kan man da også næsten føle, at miseren om Muhammed-tegningen allerede har varet meget længere end de godt fire år, der reelt er tale om.

På næsten enhver måde er der tale om et gigantisk kultursammenstød.

I Danmark er injurier noget, hvor det kun er den enkelte person, der kan have retlig interesse. Vi har lagt tanken om familien som solidarisk retsobjekt bag os, omend de islandske sagaer viser os, at vi selv har haft lignende opfattelser århundreder tilbage.

I Danmark opfatter vi vel ikke, at det er en overbevisende vej til æresoprejsning at finde et tilfældigt retssystem med bekvemme regler for at ramme en modpart gennem, hvad der kunne opfattes som økonomisk krig.

I Danmark er den tid forbi, hvor tanken om en Jesus-film med eksplicite beskrivelser om Jesu seksualitet kunne få debatten til at koge i Danmark.

I Danmark har ytringsfriheden vide rammer, og der er en stærk bevidsthed om, at netop dén i bund og grund danner forudsætning for, at de øvrige menneskerettigheder kan slå rod.

Danske Dagblades Forenings formålsparagraf siger bl.a.: "Foreningens grundlæggende opgave er at værne pressens frihed og dens anseelse, borgernes informationsret, den grundlovshjemlede trykkefrihed og den redaktionelle uafhængighed... Foreningen skal virke for at fastholde og udbygge dagspressens placering i samfundet og styrke dens adgang til at udøve sine demokratiske funktioner som formidler af nyheder, meninger og synspunkter."

Da ordene blev skrevet for over 30 år siden, kan ingen have forestillet sig den problemstilling, som nu rulles op. Men det gør ingen forskel. Foreningen er altid parat til at stå inde for sine mål med handling og økonomi, uanset at udfordringerne ændrer karakter, som tiden går, og verden udvikler sig på godt og ondt.

MARKED OG ØKONOMI

Selvstændige freelancere er ikke dækket af freelanceoverenskomsten

En voldgiftsskendelse giver Aller Media ret i, at den kun gælder "fastlancere"

Aller Media har fået "rettens" ord for, at selvstændige freelancere ikke kan dækkes af freelanceoverenskomsten. Det blev bestemt ved en voldgiftssag mellem Dansk Journalistforbund og Aller, der blev afgjort i søndags, skriver journalisten.dk.

Det er den gældende freelanceoverenskomsts dækningsområde, som parterne var uenige i tolkningen af. Aller Media mente, at overenskomsten kun gælder for de såkaldte "fastlancere", der opfylder de kriterier, der forbindes med egentligt lønmodtagerarbejde.

Og det var opmanden i sagen enig i. Resultatet af sagen betyder, at "freelancere, der af Skat betragtes som selvstændige og/eller er momsregistrerede, har et enmandsselskab m.v. ikke anses for at have været omfattet af overenskomsten", skriver journalisten.dk.

Hos Aller er administrerende direktør Pål Thore Krosby tilfreds med afgørelsen og samtidig lettet over, at den varslede freelanceblokade mod Aller er droppet.

"Nu har vi god mulighed for at sætte os ned og forhandle overenskomst med Dansk Journalistforbund for de faste freelancere, som alle kan være tilfredse med", siger Krosby til journalisten.dk.

Læs mere på:

<http://www.aller.dk/Presse/Presse%20og%20selskabsmeddelelser/DJ%20ophaever%20blokadearsel.aspx>

Helsingør Dagblad bliver personalegode for kommunens medarbejdere

Dagbladet har indgået samarbejde med Helsingør Kommune om avisen som personalegode

Alle fastansatte i Helsingør Kommune kan fremover få Helsingør Dagblad som skattefrit personalegode.

"Vi er stolte over, at Helsingørs største arbejdsplads har indgået denne aftale med os. Kommunens ansatte kan dermed blive opdateret om det lokale miljø, de arbejder i", fortæller Lars Nymann Andersen, der er administrerende direktør for Helsingør Dagblad, til avisen.

Samarbejdet er baseret på den såkaldte "bruttotræksordning", hvor prisen for avisen hver måned bliver trukket fra den ansattes bruttoløn, og dermed får de ansatte et skattefrit personalegode i form af det lokale dagblad.

Lars Nymann Andersen tilbyder andre virksomheder samme løsning og understreger, "at det smarte er, at medarbejderne får et godt og fornuftigt gode, uden at det koster virksomheden noget", siger han til Helsingør Dagblad.

Helsingør Kommune ønsker med samarbejdet at give medarbejderne en endnu bedre lokal indsigt i byen:

"Vi er meget åbne over for den slags personalegoder. Vi føler, at Helsingør Dagblad er et vigtigt element i det kommunale og byens liv, og det er en vigtig medspiller i forhold til at kommunikere om det daglige liv, aktiviteter og ikke mindst den demokratiske proces", siger Helsingørs kommunaldirektør, Flemming Jensen, til avisen.

Avisen.dk leverer fremover indhold til gratisavisen metroXpress

Nyheder og guides fra webavisen vil kunne findes på en fast ugentlig side i gratisavisen

Med en fast ugentlig side med nyheder og guides om arbejdslivet i metroXpress vil avisens.dk fremover få sine nyheder bragt på papir.

”Som ny avis med et halvt år på bagen er vi glade for muligheden for at øge kendskabet til Avisen.dk og nå ud til endnu flere danskere med vores journalistik. Det vil uden tvivl bidrage til avisens positive udvikling og generere trafik på alle ugens dage”, siger chefredaktør Rasmus Emborg, Avisen.dk, i en pressemeddelelse.

Han mener, at matchet er godt, fordi gratisavisen læses af mange mennesker på vej til og fra arbejde, og det er de samme læsere, avisens.dk henvender sig til. Også chefredaktør Jakob Høyer fra metroXpress glæder sig til samarbejdet, fordi det giver ”bedre og mere tidssvarende arbejdslivsjournalistik” i avisen.

”Avisen.dk har evnet at skabe meget originale og nærværende historier om danskernes jobliv. Det glæder vi os til at kunne bringe i metroXpress, der netop satser på at være tæt på vores mange læsers hverdag”, siger han i pressemeddelelsen.

MEDIEVERDENEN

SNDS: Vinderne i den nordiske designkonkurrence er fundet

Listen over, hvilke dagblade, der modtager hæder eller metal, er nu offentliggjort

Berlingske Nyhedsmagasin, Jyllands-Posten og Politiken kan godt begynde at glæde sig til æren over at have vundet enten hæder eller metal ved den årlige nordiske designkonkurrence afholdt af SNDS, Society for Newsdesign Scandinavia.

I konkurrencen for printaviser, hvor aviser fra de nordiske lande har sendt næsten 700 avissider ind, har de tre aviser indsendt tilsammen 60 avissider.

Præmieoverrækkelsen finder sted i Oslo den 22. april på SNDS-konferencen, og her kan Politiken hente to medaljer, mens JP og Berlingskes Nyhedsmagasin vil få hæder for deres sider.

Også Fyns Amts Avis, Fyens Stiftstidende, JydskeVestkysten, Kristeligt Dagblad, Lolland-Falsters Folketidende og Nordjyske Stiftstidende havde indsendt avissider til konkurrencen.

I printkonkurrencen var der samlet set lidt færre bidrag end i 2009, fordi det samme antal mediehuse som sidste år i år sendte lidt færre bidrag ind.

I konkurrencen for webaviser var der en stor stigning i antallet af dagblade, der gerne ville være med. I alt deltog 29 nordiske dagblade med tilsammen 77 bidrag.

Af bidrag fra de danske dagblade var 19 elektroniske bidrag som webaviser, mobilsites og webtv fra i alt otte dagblade: Tre fra Berlingske Tidende, fem fra Ekstra Bladet, to fra Information, to fra JydskeVestkysten, to fra Kristeligt Dagblad, én fra Lolland-Falsters Folketidende, tre fra Jyllands-Posten samt én fra Politiken.

Fem bidrag vil blive belønnet med enten metal eller hæder. Mens Politiken som den eneste vinder metal, får Information, Kristeligt Dagblad, Berlingske Tidende og Ekstra Bladet hæder.

Se alle vinderne på: http://snds.org/Vindere_2010-87.aspx

Berlingske Media udgiver ny ugeavis i Slagelse

Ugeavisen Slagelse skal også udbredes via den sociale net-plattform www.dinby.dk

Borgerne i Slagelse får nu mulighed for at få et endnu stærkere indblik i deres lokalområde. Med Ugeavisen Slagelse vil Berlingske Media skabe et stærkt bindeled mellem borgerne i den vestsjællandske by og erhverv, forretninger, organisationer og andre lokale myndigheder.

"Jeg er glad for, at vi nu kan lancere en ny ugeavis til gavn for borgerne i Slagelse Kommune. For Berlingske Media har udviklingen af vores lokale ugeaviser og serviceringen af de lokale fællesskaber både på print og på nettet en stor betydning, og vi betragter det som et af vores udviklingsområder", siger koncernchef Lisbeth Knudsen i en pressemeddelelse.

Ugeavisen Slagelse skal udover print fungere som et led i udbredelsen af den sociale net-plattform www.dinby.dk, der formidler lokale nyheder og debat og giver brugerne konkrete muligheder for at styrke og opbygge lokalområdet.

Avisen får kontor i Langes Gård i centrum af Slagelse og bliver dermed en del af bybilledet. Daglige ledere på avisen bliver salgsschef Ole Poulsen og redaktør Bjarne Stenbæk. Med Post Danmark som distributør udgives Ugeavisen Slagelse tirsdag/onsdag i et oplag på cirka 20.000, står der i pressemeddelelsen.

Publicistprisen går til Dorte Toft for afsløringen af Stein Bagger

IT Factory-sagen giver it-journalisten endnu en pris til samlings

Business-bloggeren Dorte Toft følger nu bl.a. Ulla Terkelsen, Uffe Ellemann-Jensen, Connie Hedegaard og Lisbeth Knudsen i rækken af modtagere af Publicistprisen.

For sit store bidrag i arbejdet med at afsløre Stein Bagger i IT Factory-sagen tildelte Den Danske Publicistklub Dorte Toft prisen og de medfølgende 25.000 kroner, skriver business.dk.

Det var journalisterne Erik Svarre og Hans Bischoff, der indstillede Dorte Toft til Publicistprisen blandt en stribe andre kandidater.

"Dorte Toft har som IT-journalist været en bølgebryder for dette fagområdes gennembrud i dansk journalistik. Senest har hun gjort sig stærkt bemærket i en større offentlighed i forbindelse med afsløringen af storsvindleren fra IT Factory, Stein Bagger. Dorte Tofts journalistiske indsats i den forbindelse er forsøgt underspillet. Men det var faktisk hende, der som den klassiske journalistiske jagthund – både på print med reportager i fagbladet Computerworld og på sin egen blog – drev desperadoen Stein Bagger ud på hans spektakulære dødsridt. Det skete på samme måde, som en vaks journalist i sin tid fik sat en stopper for Nordisk Fjer direktøren Johannes Petersens vilde ridt, dengang dog mere ved et lykketræf end ved indædt journalistisk arbejde, som det Dorte Toft udførte", lød det blandt andet i begrundelsen fra Erik Svarre, skriver business.dk.

Læs mere på: <http://www.business.dk/tech-mobil/dorte-toft-faar-publicistprisen>

AVISEN I UNDERVISNINGEN

Norge: Netbrugerne bliver stadig yngre

Medietilsynet fremlagde i denne uge en ny undersøgelse om børnenes medievaner

25 procent af børn på 5 og 6 år er på nettet, viser en ny undersøgelse fra det norske Medietilsynet om børns medievaner, skriver Aftenposten.

Dermed er antallet øget kraftigt siden 2003, hvor bare otte procent af de 5-6-årige var på nettet.

Undersøgelsen viser også, at én ud af fire forældre bekymrer sig mest om barnets tidsforbrug, mens hele ni ud af ti forældre mener, at fordelene ved at bruge internettet er større end ulemperne.

Aktiviteter, som er mest populært på nettet blandt børn og unge under 18 år, er spil, videoer og chatting.

Læs mere på: http://www.aftenposten.no/kul_und/article3548219.ece

UDVIKLING

Dagbladet Information starter ny kampagne for at få en bredere læsergruppe

Dagbladet indgår samarbejde med marketingbureauet Fireball om "at pakke avisen ud"

Siden årsskiftet har Dagbladet Information og marketingbureauet Fireball arbejdet på den kampagne, der fra denne uge skal skaffe avisen flere læsere, skriver Markedsføring.

I de kommende måneder vil Information således være meget synlig i det danske mediebillede med kampagnen kørende i dagblade, specialtidsskrifter, magasiner og online.

Ifølge Informations direktør Karin Petersen har alle kampagneaktiviteterne stærkt fokus på produkt og indhold i avisen, som fremover desuden kommer med et helt nyt lørdagsmagasin, Moderne Tider.

"Det er vores oplevelse, at der stadig er myter om Information som tung, kedelig og "ikke noget for mig". Ved at give flere adgang til vores faktiske indhold tror vi på, at myterne visner. Vi er nemlig spændstige, kritiske og perspektiverende og et alternativ til "nyhedssuppen", der serveres så rigeligt af", siger hun til Markedsføring.

JydskeVestkysten er klar med det første hyperlokale skridt

'Dit Vodder' er JV's første bud på et af de "hyperlokale kraftcentre"

Først var der fokus på det lokale på nettet. Nu er JydskeVestkysten gået skridtet videre til det 'hyperlokale' med borgerjournalistik, kalender, profiler, Googlemaps og nyheder på den hyperlokale netsatsning jv.dk/ditvodder.

'Dit Vodder' er JydskeVestkystens første bud på et af de "hyperlokale kraftcentre", som er en del af dagbladets strategi om at komme tættere på kunderne, oplyser JydskeVestkystens konstituerede chefredaktør, Peter Orry, til Mediawatch.

Frem til 1. maj følger JydskeVestkysten op med ni til ti andre sites, og det er kun begyndelsen.

I det hele taget er nettet virkelig kommet i fokus på såvel avisen som blandt brugerne. Webavisen [jv.dk](http://www.jv.dk) blev relanceret i januar og har i februar slået nye rekorder, siger Holger Madsen, chef for [jv.dk](http://www.jv.dk), til Mediawatch.

Samlet nåede [jv.dk](http://www.jv.dk) op på 9.705.685 sidevisninger og 454.470 unikke besøgende i februar. Det er et løft på cirka tre millioner sidevisninger siden februar 2009 og brugertallet er mere end tredoblet.

"Modsat mange andre webmedier satser vi benhårdt på de lokale nyheder, og det er her stort set hele trafikken ligger. Sladderstof samt nyheder fra ind- og udland fylder ikke meget i vores statistik, og det viser jo, at satsningen er rigtig", siger Holger Madsen til Mediawatch.

Se mere på: <http://www.jv.dk/ditvodder>

Berlingske Media starter mobilselskaber med billig mobiltelefoni

Det betyder lavere takster og fri surf på Berlingskes egne nyheds-mobilsider

Alle brugere af Berlingskes medier har nu mulighed for at flytte deres mobiltelefoni til enten berlingskemobil.dk eller btmobil.dk. Det betyder lavere takster og en række kundefordele, som f.eks. fri surf på Berlingskes egne nyheds-mobilsider.

"Berlingske Media ser en stor fremtid i mobilen som medieplatform, og derfor er det oplagt og naturligt for os også at tilbyde vores læsere og brugere nogle fornuftige priser på selve telefonien og bredbåndet. Ligesom vi, med vores redaktionelle tilbud i avisen og på nettet, gerne vil udbygge kontakten og dialogen med kunderne, så vil vi også gerne gøre det via den nye mediekanal, som er mobiltelefonen", siger koncernchef, Lisbeth Knudsen, i en pressemeddelelse.

Kunderne kan vælge mellem enten btmobil.dk, som knytter an til B.T. og B.T.'s nyheder og services eller berlingskemobil.dk, som er tæt knyttet til Berlingske Tidendes redaktionelle tilbud. Begge mobiltelefoni-selskaber kører efter prepaid-modellen, hvor der kun betales for tale/surf-tid og ikke indgår abonnement.

Berlingske Media tilbyder i dag nyheder fra alle sine dagblade til mobilplatformen og har de seneste måneder også lanceret applikationer til iPhone, hvoraf flere nye er på trapperne.

Læs mere på: www.btmobil.dk og www.berlingskemobil.dk.

Jyllands-Posten lancerer nyt mobilsite

Nu kan jp.dk's nyheder, erhvervsstof, forbrugerstof og sport læses på mobil.jp.dk

Alle brugere uanset mobiltelefon-type kan nu få adgang til Jyllands-Postens nyheder, erhvervsstof, forbrugerstof og sport på mobil.jp.dk i et nyt brugervenligt design tilpasset den enkelte mobiltelefon (iPhone, HTC og almindelige mobiltelefoner).

Ifølge JP's kommercielle chef, Jesper Hansen, viser de foreløbige resultater, at brugerne har taget godt imod det nye mobilsite.

"I de få dage, vi har været i luften, har vi oplevet en stigning i trafikken på 30 pct. uden markedsføring, og det må siges at være meget positivt", siger Jesper Hansen i en pressemeddelelse.

"Erfaringen viser, at et mobilsite skal være tilpasset telefoner med "touch display"-skærm for at give den bedste brugeroplevelse. I Danmark udgør trafikken fra mobiltelefoner med "touch display" allerede ca. 50 pct. af den samlede trafik. Brugervenligheden, det store display og den lette adgang til at surfe på nettet har gjort det mere attraktivt at få nyheder på mobilen. Og med nye takster fra mobil-selskaberne er det heller ikke så dyrt som tidligere", fortæller han endvidere.

I forvejen tilbyder Jyllands-Posten sms-baseret "breaking news" på mobilen, og der bliver i øjeblikket kigget på en række nye initiativer, forskellige mobil-applikationer og tv på mobilen.

JOB OG KARRIERE

Jyllands-Posten styrker netredaktionen med nye roller

Jp.dk har fremover en netnyhedschef og en netredaktionel udviklingschef

Efter flere års oprustning ønsker Jyllands-Posten at tydeliggøre nogle af de centrale roller på netredaktionen.

"Netredaktionen er inde i en rivende udvikling journalistisk som kommercielt, og den udvikling skal fastholdes", siger internetredaktør Jørgen Schultz-Nielsen i en pressemeddelelse.

Det sker bl.a. ved to udnævnelser.

Niels Chr. Bastholm udnævnes til netnyhedschef og får dermed det overordnede ansvar for, at alle Jyllands-Postens sites bliver optimeret på forsiden af jp.dk, der er indgangen til mediehusets nyhedsunivers for langt de fleste af brugerne.

Marie Bering udnævnes til netredaktionel udviklingschef. Marie Bering skal styrke samarbejde mellem net og papir, så de journalistiske muligheder bliver udnyttet bedst muligt på de forskellige platforme. Jobbet indebærer bl.a. projektplanlægning af større begivenheder og inddragelse af de sociale medier.

Suzanne Moll skal hjælpe afrikanske medier med journalistik og ledelse

Den tidligere B.T.-chefredaktør skal efter det korte ophold i DR arbejde for bl.a. WAN

Den tidligere underdirektør i DR Programproduktion, Suzanne Moll vil de næste 14 dage undervise journalisterne på en lille radiostation i Zambia med ca. 5 mio. lyttere. Og det er bare starten på et halvt år med undervisningsprojekter, der skal hjælpe afrikanske medier og mediearbejdere til at udvikle sig journalistisk og ledelsesmæssigt, skriver Mediawatch.

Udviklingsprojektet sker i samarbejde med verdensorganisationen for dagblade, WAN-IFRA (World Association of Newspapers og News Publishers), samt IMS (International Media Support) og danske Danicom.

"Jeg har fået projekter fra alle tre organisationer, og det betyder, at problemet nu mest er at få kalenderen til at hænge samme. Men det føles utrolig rigtigt for mig, og jeg glæder mig til at bruge det, jeg kan om journalistik og ledelse og medieproduktion", siger Suzanne Moll til Mediawatch.

Suzanne Moll er glad for at kunne lægge sin korte og turbulente tid i DR sidste år bag sig, hvor hun blev fyret efter bare 17 dage.

"Det var tre- fire meget intense uger i mit liv. Men fire uger er heller ikke særlig meget i et helt liv, og i dag tænker jeg mest på det som en absurd parentes. Tilingen af min ansættelse var helt elendig, og det var en meget voldsom oplevelse, fordi den kom så uvarslet, som den gjorde. Men i dag er jeg faktisk rigtig glad, fordi det er endt godt", siger Suzanne Moll til Mediawatch.

Egmont ansætter tre digitale direktører

Nordisk Film, Egmont Kids Media og Egmont Magasiner får hver sin digitale direktør

Egmont koncernens helejede divisioner Nordisk Film, Egmont Kids Media og Egmont Magasiner, får nu hver sin digitale direktør. Formålet er klare ambitioner om digital udvikling og indtjening, skriver Markedsføring.

"Vi arbejder kontinuerligt på at gøre Egmont mere digital. Vi har mange stærke brands og medievirksomheder, som tænker og arbejder tværmedielt. Ansvarer ligger godt placeret ude i frontlinjen. Nu bygger vi oven på det med nye chefer for at styrke transformationen og for at styrke udviklingen af forretningsmæssige projekter", siger koncernchef i Egmont, Steffen Kragh, ifølge Markedsføring.

Hos Egmont Magasiner er det Cato Broberg, som også skal varetage en stilling som direktør for forretningsudvikling og teknologi i norske Hjemmet Mortensen, der er en del af Egmont Magasiner. Han kommer fra en stilling som direktør for udvikling og it i Orkla Media/Mecom.

Egmont Kids Media får Jørgen Nilsson, som kommer fra en stilling som direktør for forretningsudvikling i Egmont Serieforlaget i Norge.

Hos Nordisk Film bliver det Christian Lund, tidligere redaktør og administrerende direktør på kino.dk.

Foruden ansvarer i deres respektive divisioner, skal de nye direktører også tage del i udviklingen af Egmont koncernens samlede digitale strategi, heriblandt etableringen af to digitale centre i henholdsvis Oslo og København. De skal medvirke til at skabe nye og kreative miljøer for projekter, der ikke er knyttet til Egmonts eksisterende brands, skriver Markedsføring.

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 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