



NORDISKE **MEDIEDAGER**
Nordic Media Festival

#NMD16

RAPPORT



11. – 13. mai 2016



VOX – DIGITAL FORMIDLING I VERDENSKLASSE
Chad Mumm

INNHOLDSLISTE

2	LEDER
4	NØKKELTALL
6	RESPONS FRA EVALUERINGSSKJEMA
10	KONFERANSEN
26	MEDIEUNDERSØKELSEN
28	DELTAKERE OG BRANSJEOVERSIKT
29	PROGRAMOVERSIKT
32	NMD UNG
38	NMD EXPO
42	SAMARBEIDSPARTNERE
44	PRESSEOMTALE
45	TEKNIKK OG KOMMUNIKASJON
48	KVELDSARRANGEMENT
54	TALL OG ANDRE RESSURSER
58	PROGRAMKOMITÉ
60	ORGANISASJONSOVERSIKT
61	HISTORIKK

Nordiske Mediedager

Olav Kyrres gate 11
5014 Bergen

E-post: post@mediedager.no
www.mediedager.no

ÅRETS STORE SAMLING

«Nå kommer blodbadet!»

– Det var omkvedet da vi startet programarbeidet mot Mediedagene 2016. Omstillingskrevende år ville bare fortsette, med nye innsparinger, nye kutt, nedbemanning, til og med rene oppsigelser.

For oss som står bak Nordiske Mediedager, virket det viktigere enn noen gang å tilby bransjen faglig påfyll, belyse relevante problemstillinger, demonstrere innovasjon og fremtidshåp – og ikke minst, å samles og å snakke sammen!

Det er derfor svært tilfredsstillende å oppleve at bransjen igjen omfavner arrangementet og tar del i den store samtalen om medienes fremtid. Mange års arbeid har skapt gode tradisjoner og relasjoner, og Mediedagene har for lengst blitt en viktig årlig arena for hele bransjen. Men det er ekstra gledelig at vi oppleves relevante også når «the going gets tough». Årets Mediedager samlet igjen over 1830 deltakere (1860 i 2015) og ikke engang omfattende hotellstreik eller en mulig NRKJ-streik stoppet entusiasmen

og iveren etter å komme til Bergen i mai. Det er vi veldig glade for.

Det var stor begeistring for årets program, og selv er vi stolte av at vi klarte å knoppskyte i et år der bransjen er i jevn motbakke. Nettopp med tanke på sviktende inntekter på annonsesiden, lanserte vi et nytt programspor vi kalte *NMD AdTech*. Her dreide det seg utelukkende om inntektssiden og de mulighetene og utfordringer som ligger i begreper som for eksempel *programmatisk*. Med dette «sporet» fikk vi muligheten til å nå enda bredere med høyst relevant medieinnhold. Vi opplever at årets program hadde stor appell og tilbakemeldingene har vært veldig gode.

Fra både norske og internasjonale speakere mottar vi svært positiv respons på programbooking og på service og gjennomføring. Dette betyr mye for oss. Våre speakere er våre beste ambassadører, og mange av dem har stort faglig utbytte også av å møte hverandre og de fortsetter å møtes lenger etter NMD! Chief Digital Officer i The Guardian, Aron Pilhofer, har gjestet Mediedagene flere ganger. I år sa han fra scenen at Mediedagene «*is indisputably one of the coolest conferences on the planet.*» Hvilket skussmål! Mange av våre internasjonale speakere holder foredrag over hele verden, og uttrykker at det er en

ÅRETS STORE SAMLING

Guri Heftye, Festivalsjef

ekstraordinær opplevelse ved NMD – både Bergen, atmosfæren, det uformelle samværet og ikke minst, nivået på speakere de møter.

Vi ønsker å holde et høyt internasjonalt nivå på alt vi gjør og det er fantastisk inspirerende å få en slik tilbakemelding.

Som i fjor var MBL (Mediebedriftenes Landsforening) og NR (Norsk Redaktørforening) på plass med *Medieleder 2016* på Scandic Ørnen på onsdag, og mange kom direkte fra egent arrangement til åpningen. MBLs «Den Store Prisfesten» samme kveld er også blitt et viktig arrangement for bransjen, med stor oppslutning.

Ungdomskonferansen Nmd UNG ble også i år en stor suksess, med 670 deltakere og ventelister. I år kom det elever fra Bergen, Stord, Voss og Øystese. Programmet er spesialsydd for denne målgruppen, og bestod av foredrag og debatter. NRK-profilen Selda Ekiz ledet konferansen. Nmd UNG roses for å gi elever et like seriøst og dagsaktuelt innhold som hovedkonferansen, og selvsagt skal vi ta kommende mediefolk på alvor!

Mediemessen EXPO er en viktig del av Mediedagene. I år var det 18 selskap som profilerte seg her, mot 23 selskap i 2015. Denne reduksjonen i antall skyldes gledelig nok at flere av selskapene har bestilt større lounges og investert mer for å øke besøkendes opplevelse. Vi hadde maks kapasitet med selskapene som var inne. Åtte av disse holdt også presentasjoner i såkalt «Sidetrack».

I år som tidligere år, ble fagdagene i Bergen avsluttet med prisdryss og fest. Mediedagene har et viktig og godt samarbeid med stiftelsen Gullruten, og med

TV-sendingen fra Grieghallen fredag kveld, samler Gullruten hele den norske TV-bransjen. En perfekt avslutning på innholdsrike dager i her i vest!

Nordiske Mediedager har gode samarbeidspartnere, og flere av dem har vært med oss i mange år, som Schibsted og PwC.

I år innledet vi også et nytt samarbeid med Google, Starcom, Digilab Scandinavia, Arkena og Knowit. Vi hadde også nytt samarbeid med NCE Media om to programposter om temaet innvoasjon. Sentralt står våre stiftere, NRK, TV 2, Bergensavisen, Bergens Tidende, Institutt og for informasjons- og medievitenskap, UiB, Dagens Næringsliv og Bergen kommune.

Vi retter en stor og hjertelig takk til disse og til våre offentlige støttespillere; Kulturdepartementet, Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune, og for viktige bidrag fra Fritt Ord, Amedia, Norsk Journalistlag og Rådet for anvendt medieforskning (RAM). Tusen takk også til alle våre 80 frivillige. Dere er alle helt avgjørende for at vi lykkes!

Takk for et godt stevne og en god fest! På gjensyn i Bergen 10.-12. mai 2017!



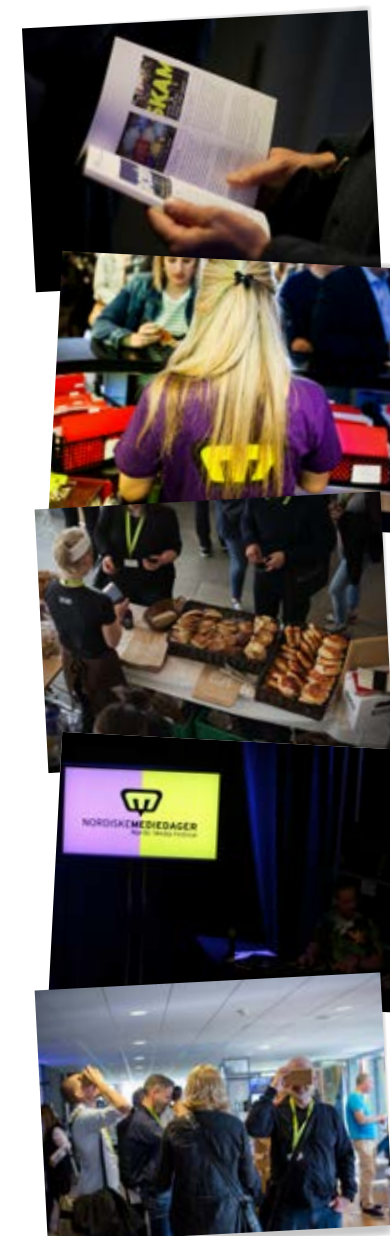
Guri Heftye, Festivalsjef

NØKKELTALL

-
- 1 830** deltakere
 - 151** speakers
 - 53** sesjoner
 - 8** sidetracks
 - 18** utstillere i EXPO
 - 46** sesjoner ble sendt direkte i NMD TV
 - 47** sesjoner er tilgjengelige i NMD TV
 - 1 489** unike brukere fulgte NMD TV under konferansen
 - 18** utstillere på EXPO
 - 194** treff i norske medier; papir, web, TV og radio (pr. 31. mai)
 - 6** eksterne konferanser og arrangement i tilknytning til NMD
 - 670** deltakere på Nmd UNG

SITATER:

-
- »» Takk til dere for et strålende opplegg med et imponerende ensemble og gjennomføring i verdensklasse!!
—
Victoria C. Schultz, Konserndirektør Amedia Salg og Marked
 - »» The Nordic Media Festival was a highlight of my year... Fantastic hospitality, great people, interesting conversations. I learned a lot and plan to come back as often as they'll have me.
—
Mark Duplass, Togetherness, HBO
 - »» Indisputably one of the coolest conferences on the planet. Thank you for having me back, I always learn a ton when I'm here.
—
Aron Pilhofer, Chief Digital Officer, The Guardian



RESPONS FRA EVALUERINGSSKJEMA

- ET UTVALG:

Hvilke sesjoner likte du best?

- **Bli god på søk**, veldig nyttig. Nordisk nabokrangel. Aktualitet, godt nivå og temperatur.
- **Preben Carlsen** – aktualiserende, engasjerende og inspirerende.
- **"Mobil only"** og **"Kan Google redde journalistikken"**. Gode foredragshaldarar, spennande tema.
- **Trigger** (bra og inspirerende foredrag), TV-toppmøtet (alltid interessant) og **Nobel** (fantastisk innblikk i arbeidsmetoden og trileren).
- **Når algoritmen styrer nyhetene**. Mest håndfast og matnyttig til jobben.
- **TV-Toppmøtet**: Fordi det alltid er interessant og spennende. Norges TV-elite samlet på et sted, i et humoristisk innslag. Blir det bedre?
- **VR Spesial**. Blir aldri lei foredragene til Eirik Solheim.
- **Togetherness**. Veldig inspirerende.
- **ADTech** – aktuelt og relevant
- Fra **Friday Night Lights** til **Vanity Fair m/Buzz Bissinger**. For en fyr! For en journalist! Flink historieforteller. Skulle gjerne hørt mer.
- **Petter Uteligger**. Bra moderator, gode spørsmål, fin samtale, tankevekkende.
- **Nordisk nabokrangel** – godt forberedt, godt gjennomført.
- **I hodet til BuzzFeed**. Konkret og inspirerende.
- **Mannen som grunnla internett** – morsomt, aktuelt, men allikevel noe nostalgisk over det.
- **Live Pitch**. Forfriskende og inspirerende. Nye tanker.
- **Syria!** Meget sterkt.
- **Panama papers**. Imponerende stykke arbeid.
- **Dette er Aftenposten 2015**. Mette Bugge var kanongod!
- **I krig for journalistikken**. Viktig!
- **Skam** var eksklusivt, aktuelt og interessant. Svært godt intervju av Spurkland. Passet perfekt til sesjonen.
- **Giæver og Joffen**. Aktuelt og bra, med god porsjon humor
- **Vox**. Inspirerende. Ga meg troen på fremtiden.
- **Dette er Aftenposten 2025**; kjempebra, gjennomarbeidet presentasjon og herlig med en sprudlende Mette Bugge.
- **Veien til (høye) digitale inntekter**: veldig interessant og inspirerende.
- **Maniac**, fantastiske foredragsholdere, underholdene men også svært nyttig
- **Rettighetsskolen** – Nok engang; veldig matnyttig





PETTER UTELIGGER
Petter Nyquist

KONFERANSEN

Med nysatsingen NMD AdTech, var årets utgave av Nordiske Mediedager større enn noen gang. Programmet bestod av i alt 61 sesjoner, og samlet rundt 130 speakere på scenene i Grieghallen og på Scandic Ørnen. Syv nasjonaliteter var representert: USA, England, Sverige, Danmark, Nederland, Tyskland og Syria – i tillegg til Norge.

I en tid der mediebransjen er i dramatisk utvikling, og der omstilling og nedbemanning er høyst reelt, var det svært viktig å presentere et bredt, relevant og innholdsrikt program på årets Mediedager. Programmet skulle både beskrive den faktiske situasjonen bransjen står i, men også peke fremover mot nye løsninger, og gi inspirasjon og ny kunnskap. Av evalueringsskjema og øvrige tilbakemeldinger, ser det langt på vei ut til at denne målsetningen ble innfridd.

Internasjonale toppnavn som presenterer blikk og innsikt utenfra, verdsettes alltid av våre delegater. I år hadde NMD igjen en svært eksklusiv internasjonal rekke av foredragsholdere, anført av Ben Thompson fra Stratechery (i samarbeid med NCE Media), Chad Mumm fra Vox, Stacy-Marie Ishmael fra BuzzFeed,

Aron Pilhofer fra The Guardian og James Lamont fra Financial Times. I tillegg til Europasjef i Google, Matt Brittin og ikke minst legendariske Vint Cerf, mannen som var med på å grunnlegge internett. Som en av delegatene beskrev sistnevnte: «morsomt, aktuelt, men allikevel noe nostalgisk over det».

Vi ser at sesjoner som reflekterer de temaer og dramaer som bransjen selv opplever, trekker mye folk. Fra mediekrise og Giæver & Joffens *Der Untergang* via BuzzFeed Mobile News, VOX – digital formidling i verdensklasse, Kan Google redde journalistikken, *Instant Articles: En god løsning?* til *Dette er Aftenposten 2025* med Espen Egil Hansen er alle eksempler på dette. Samtidig er det viktig å gi rom for de positive bevegelsene og innovasjonen som foregår i bransjen, med sesjoner som for eksempel *Happy Hour! Medieinnovasjon i medvind*, Are Traasdal: *Mediegründer i milliardklassen* og Preben Carlsens *Hva kan mediebransjen lære av verdens beste PR-byrå?*. Denne balansen er viktig å ivareta.

Den sesjonen som fikk mest positiv oppmerksomhet i år, var helt klart *TV-toppmøtet*. Og det er spesielt gledelig siden toppmøtet i år hadde nye programledere på jobben; *Dagsnytt 18s* Sigrd Sollund og Fredrik Solvang, som bestod debuten med glans. Det er generelt et godt og høyt nivå på moderatorene på NMD, noe evalueringsskjemaet også reflekterer.

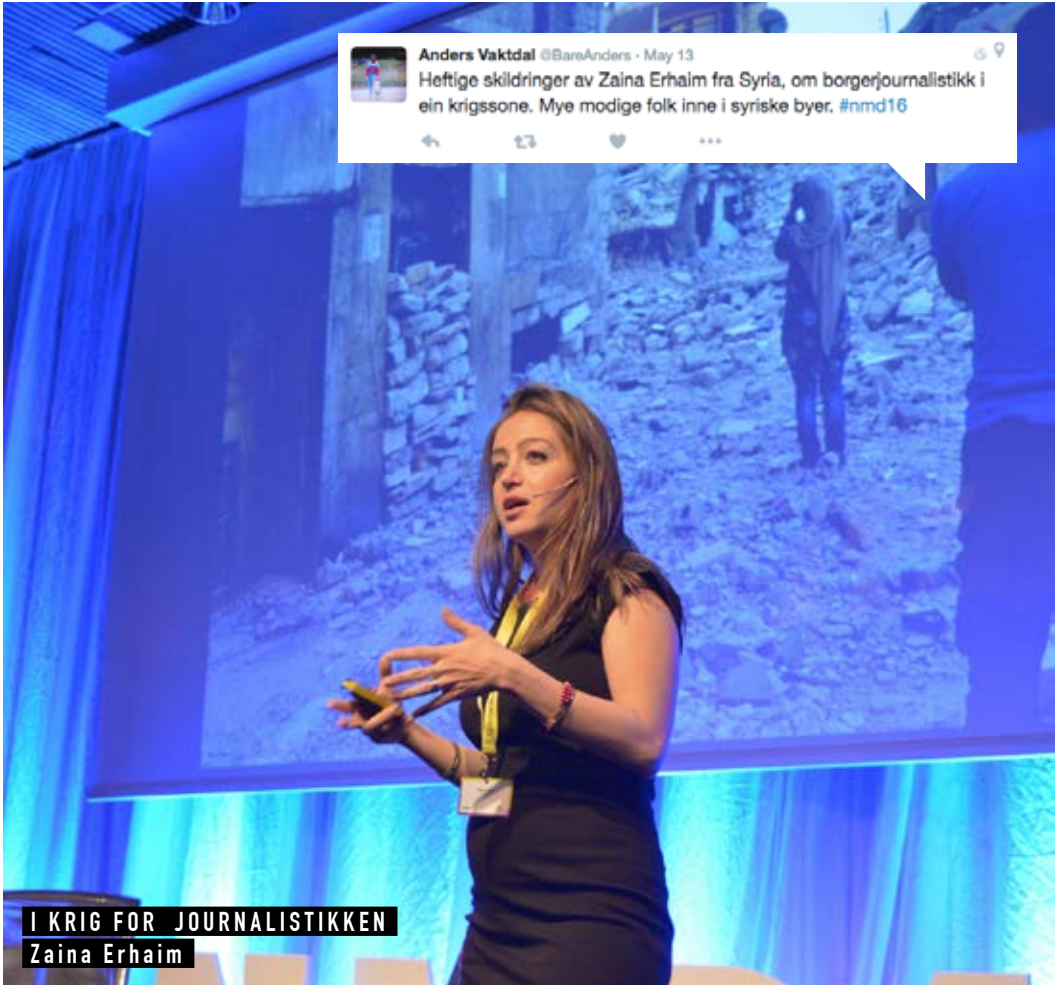


KAN GOOGLE REDDE JOURNALISTIKKEN?
Matt Brittin



**MANIAC - SKOLEPROSJEKTET
SOM BLE NETFLIX-SERIE**
Espen PA Lervaa

KONFERANSEN



I KRIG FOR JOURNALISTIKKEN
Zaina Erhaim

Det er viktig for NMD å sette de store journalistiske temaene på dagsorden. Sesjonen med journalist Zaina Erhaim fra Syria ble for mange en skjellsettende opplevelse, og omtales i evalueringen som rystende, men et høydepunkt. Da krigen brøt ut i Syria, gjorde Erhaim det motsatte av de fleste andre; hun reiste fra

Storbritannia til Aleppo, for å kunne dokumentere og rapportere fra krigen. Sesjonen om Panama Papers, med tyske Frederik Obermaier fra Süddeutsche Zeitung og Nina Selbo Torset fra Aftenposten var også rykende dagsaktuell.

KONFERANSEN

Tyske Hajo Seppelt som står bak dokumentarene om Russlands omfattende dopingmisbruk innen friidrett, fortalte om bakgrunnen for filmene og om hvordan han jobbet. Fotosjef i VG Helg, Espen Rasmussen, presenterte både eget prisvinnende arbeid, og fortalte om hverdagen i VG Helg.

Av internasjonalt TV-drama, var det en glede å presentere amerikanske Mark Duplass fra HBO-serien *Togetherness*. Hans blikk på overgangen fra å lage film til å lage TV-serie og den forretningsmessige utviklingen i film og TV, var interessant og engasjerende. Sesjonen med Vanity Fair-journalist, Pulitzervinner, TV-produsent og forfatter Buzz Bissinger, var også lærerik. Bissinger skrev i sin tid boken som siden både ble film og TV-serie, *Friday Night Lights*, og har gjort flere minnerike «cover stories» i Vanity Fair, bl.a. med Caitlyn Jenner og Tiger Woods.

Vi så også at sesjonene med norsk TV-innhold traff godt, med stor oppslutning og entusiasme rundt *Datoen*, *Maniac*, *Petter Uteligger*, *Unge Lovende* og ikke minst *SKAM*. Sistnevnte med manusforfatter Julie Andem og nettproduser Mari Magnus på scenen, som til stor begeistring for salen kunne avsløre at det blir minst én sesong til med ungdommene på Hartvig Nissens skole.

«Nytte-sesjoner» er alltid populære. *Rettighetsskolen* med Stine Helén Pettersen og Jon Wessel-Aas tok i år for seg bruk av bilder i sosiale medier. *Bli god på søk* med nederlandske Henk van Ess var også svært matnyttig og en workshop mange roste.





**DATOEN: EN HISTORIETIME
HELT UTENOM DET VANLIGE**
Sandra Hafsahl

KONFERANSEN



**TRUE CRIME:
HVOR MANGE LIKES FOR ET LIK?**

Det nordiske aspektet ved NMD ble ivaretatt med sesjonen *Nordisk nabokrangel* med danske Mikael Jalving, svenske Åsa Linderborg og norske Hilde Sandvik, og denne ble svært godt mottatt.

I *Hvordan tjene penger på pod?* fikk vi innspill fra blant andre Therese Nilsson, salgssjef i svenske Perfect Day Media. I en annen debatt spurte vi *Driver norske journalister selvsensur?* der svarene fra deler av *Medieundersøkelsen* dannet bakteppet. Filosof Lars Fr. Svendsen snakket rundt myter om frykt og ensomhet i sesjonen *Redd, syk, feit og ensom*. Og i sesjonen *True Crime: Hvor mange likes for et lik?* så en nærmere på bølgen av dokumentarer basert på ekte krim saker.

Enkelte av sesjonene er gjengangere, slik som *TV-toppmøtet*, *Redaktørens dilemma*, *Medieundersøkelsen* og *Live Pitch*. At et konsept fungerer ett år, er ingen garanti for at det vil fungere «for alltid». Det jobbes derfor kontinuerlig med disse, og justeringer gjøres fra år til år. (Mer om *Medieundersøkelsen* på s.26).

2016-utgaven av *Live Pitch* ble svært god. Mentorene ble koblet på tidligere i prosessen, og dette fungerte godt. Årets vinnere kom fra UiB, og NRKs utviklingsavdeling stilte med premie. At NMD kan fortsette å ha rollen som utklekkingssted av nye talenter og ideer, synes vi er viktig og riktig.

KONFERANSEN

Vi hadde i år et programsamarbeid med NCE Media. Vi ønsket begge å ha fokus på innovasjon, og dette ble til to sesjoner:

Innholdsprodusentens død – og mulig gjenoppstandelse med Ben Thompson fra Stratechery og *Happy Hour! Medieinnovasjon i medvind*, der vi presenterte fire gode mediecaser.



Vi hadde én kansellering: Jonathan Calvert som skulle snakke om *Monsterbedriften: Løgn & bedrag i FIFA*. Denne sesjonen ble ikke erstattet.

Gullruten gikk i år på fredagen. Sesjonene ble denne dagen avsluttet kl. 15.40 (mot kl. 16.40 dagen før), for å unngå glisne saler. Dette så ut til å fungere bra og etter intensjonen, alle sesjonene var godt besøkt. I 2017 er Gullruten planlagt som vanlig på lørdagen, noe som absolutt er å foretrekke for NMD sin del.





"People who say it can't be done,
shouldn't interrupt those who are doing it"



#NMD16

NORDISKE MEDIEDAGER
Nordic Media Festival

DETTE ER AFTENPOSTEN 2025
Mette Bugge og Espen Egil Hansen



FRA FRIDAY NIGHT LIGHTS
TIL VANITY FAIR
Buzz Bissinger

KONFERANSEN



DEN AUTOMATISERTE FREMTIDEN
Stian Giskeødegård

NYTT AV ÅRET - NMD ADTECH!

NMD AdTech ble lansert for første gang og gikk på Scandic Ørnen kl. 09:00 – kl. 16:40 torsdag 12. mai, parallelt med øvrige sesjoner i Grieghallen.

Hensikten med NMD AdTech var å teste ut interessen for et nytt spor, favne bredere faglig, tiltrekke oss nye målgrupper, ta opp i oss mer av det kommersielle i dagens medievirkelighet og ikke minst: tilby relevant innhold.

Dagspressens reklameomsetning er mer enn halvert på fire år. Hvordan skal de tradisjonelle mediene tjene penger når en stadig større del av annonseaktørene går til Facebook og Google? AdTech gav delegatene muligheten til å få dypere innsikt i begreper som programmatisk, annonseblokkering, automatisert kjøp, digitale børser osv. Programmet til NMD AdTech ble utviklet av festivalsjef i samarbeid med Bjarne Hareide fra Digilab Scandianvia, og med mediebyrået Starcom som samarbeidspartner. (Programkomiteen var ikke involvert i dette arbeidet.)

AdTech-sporet er å betrakte som en pilot, og var en veldig verdifull erfaring å bygge videre på. Vi la opp til 20 minutters sesjoner og etterstrebet ekstremt konkret og håndfast innhold. Dagen ble stødig ledet av Kjetil H. Dale fra TV 2 Nyhetene.

Tilbakemeldingene er gode, og vi traff stort sett godt på innhold. Det som trekkes frem er Are Traasdahl (*Teknologislaget om annonsekronene*), Chris Kane (*Making sense of AdTech*), Mette Fossum Beyer, Aina Lemoen Lunde (*I hodet på annonsørene*), og Rian Liebenberg (*Hvordan gjenoppfinne mediebransjen*). Oppslutningen var noe varierende, fra 50 til 250 i salen.

Noen synes det er problematisk at sesjonene var på Ørnen, og ikke i Grieghallen. Intensjonen er imidlertid å venne delegatene til at NMD presenterer ulikt innhold på ulike arenaer, også med tanke på Media City Bergen står klar til bruk for NMD18. NMD AdTech ble så godt mottatt at vi ønsker å videreutvikle konseptet.



GIÆVER & JOFFEN:
DER UNTERGANG

MEDIEUNDERSØKELSEN 2016:

DEN NORSKE SKOLEN – BEDRE ENN SITT (MEDIE-) RYKTE?

Medieundersøkelsen 2016 satte søkelys på journalistikk om den norske skolen: Alle har et forhold til skolen – først som elev selv, og senere som foreldre eller som arbeidstaker eller –giver.

Også media bruker mye tid og plass på norsk skole. Hvordan opplever lærerne å stadig være gjenstand for andres blikk og vurdering? Hvordan opplever de at mediene gjengir deres hverdag og arbeidssituasjon? Hvordan vurderer de journalistenes kompetanse på området? Og hva med journalistene og redaktørene – hva mener de om medienes dekning av norsk skole?

Dette var noen av spørsmålene som ble stilt i årets undersøkelse. Årets medieundersøkelse inkluderte medlemmer fra NR, NJ, Norsk Lektorlag og Utdanningsforbundet, samt øvrig befolkning. I tillegg til spørsmål om skole og opplæring, ble det også inkludert en egen spørsmålsrekke om selvsensur blant norske journalister. Disse ble brukt som bakteppe til sesjonen *Driver norske journalister selvsensur?*

Prosjektgruppen bestod av Frank Aarebrot (UiB), Thore Gaard Olaussen (Respons Analyse), Pål Andreas Mæland (BT), samt Hjørdis Losnedahl (NMD).

Debatten om resultatene rundt skoleundersøkelsen ble ledet av Arill Riise (TV 2), og deltakere her var: Håvard Tjora (allmennlærer) Jon Hustad (historiker og journalist, Dag og Tid), Rita Helgesen (leder, Norsk Lektorlag), Shazia Sarwar (journalist og kommentator, VG) og Jens Garbo (politisk rådgiver, Utdanningsforbundet).

Frank Aarebrot presenterte resultatene av undersøkelsen før debatten og presenterte partilthørighet blant respondentene etterpå.

Medieundersøkelsen er en viktig del av Mediedagene, og gir oss hvert år mye positiv omtale og ny dagsaktuell kunnskap om bransjen og medienes status i befolkningen. Det er imidlertid viktig å se om det er mulig eller ønskelig å gjøre endringer som kan forbedre og styrke den.

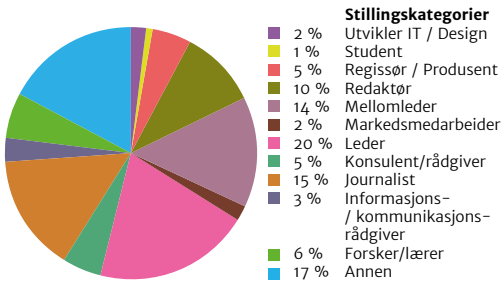


MEDIEUNDERSØKELSEN
Frank Aarebrot

DELTAKERE

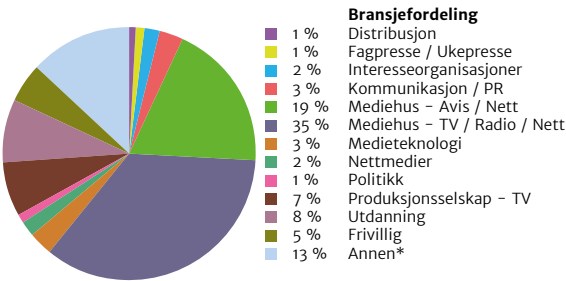
Med over 1830 deltakere, beholder Mediedagene posisjonen som Nordens største årlige mediekonferanse, og er en bekreftelse på at arrangementet har etablert seg som det viktigste møtestedet i Norge for mediebransjen. Det er vi glade for, særlig i en krevende tid for bransjen.

Deltakerne kommer fra et bredt spekter av bedrifter og profesjoner. En hovedvekt av deltakerne kommer fra produksjonsmiljøene knyttet til TV og film,



etterfulgt av mediehusene innen nett og papir. Vi har også mange deltakere fra medieutdanning og forskningsinstitusjoner, fra informasjonsbransjen og byråkrati. Svært mange er tilreisende, og bidrar til at Bergen blir preget av festivalstemning både på dag- og kveldstid. I tillegg til det rent faglige fungerer Mediedagene også som et unikt møtested for den brede mediebransjen.

Deltakerlisten kan lastes ned på mediedager.no



*Annen: inkluderer alle bidragsytere på scenen, NMDs Administrasjon og samarbeidspartnere under arrangementet, samt deltakere tilhørende andre arbeidsplasser som ikke passer inn i de ulike kategoriene, som TNS Gallup, Mediabemannig AS, advokatfirmaer, frilansere osv.

PROGRAM

ONSDAG 11. MAI

12:00	Innsjekken åpner Inngang Peer Gynt, Grieghallen.
18:00	Åpning Peer Gynt, Grieghallen.
19:00	Mottakelse Spissen, Grieghallen. I regi av Bergen kommune.
19:30	Mediebar Rick's. Fri adgang så langt det er plass v/visning av deltakerpass.
20:30	Den store prisfesten Rick's teater. I regi av Mediebedriftenes Landsforening. Fulltegnet, husk billett.

TORS DAG 12. MAI

	PEER GYNT SALEN	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	NMD ADTECH ØRNEN
08:00	Grieghallen åpner				
09:00 - 09:40	Mobil only! I hodet til BuzzFeed [E] Med: Stacy-Marie Ishmael Moderator: Ola E. Stenberg	Hva kan medie-bransjen lære av verdens beste PR-byrå? Med: Preben Carlsen	Datoen: En historietime helt utenom det vanlige Med: Sandra Hafsa hl, Ingrid Wevang Moderator: Hallgeir Opedal	Bli god på søk! Med: Henk van Ess 09:00 - 09:20 09:20 - 09:40 NB dobbelsesjon!	Teknologislaget om annonsekronene Vi må ikke sove i timen! - Are Traasdahl På tide å revurdere de klassiske forretningsmodellene. - Stefan Kehl I hodet på annonsørene Skal Rema 1000 redde norske medier? - Mette Fossum Beyer Vipps! Sann tids-markedsføring i praksis. - Aina Lemoen Lunde Beste praksis Utfordringer og muligheter i dagens annonsemarked. - Elnaz Esmailzadeh Slik holder TV 2 takten. - Bjørn Ingeborgrud
10:00 - 10:40	Kan Google redde journalistikken? [E] Med: Matt Brittin Moderator: Andreas Thorsheim	Togetherness - HBO-serien som feirer menneskehetens særheter [E] Med: Mark Duplass Moderator: Thomas Seeborg Torjussen	Nordisk nabokangel Med: Mikael Jalving, Åsa Linderborg, Hilde Sandvik Moderator: Ingunn Solheim		
11:00 - 12:00	Medieundersøkelsen 2016 Med: Jens Garbo, Rita Helgesen, Jon Hustad, Shazia Sarwar, Håvard Tjora, Frank Aarebrot Moderator: Arill Riise	Are Traasdahl: Mediegründer i milliardklassen Med: Are Traasdahl Moderator: Per Valebrokk	Petter Uteligger: Årets mest overraskende TV-suksess Med: Petter Nyquist, Vidar Nordli-Mathisen Moderator: Jeannette Platou	SIDE TRACKS ----- Mediabank Press «play» på din digitale strategi - hvordan gjøre dette i praksis? Med: Marius Borge, Espen Halvorsen	
12:00	Lunsj				
12:45 - 13:45	TV-toppmøtet #2016 Med: Thor Gjermund Eriksen, Torry Pedersen, Trygve Rønningen, Olav T. Sandnes, Harald Strømme Moderator: Sigrid Sollund & Fredrik Solvang	True Crime: Hvor mange likes for et lik? Med: Grete Lien Metlid, Jens Christian Nørve, Tor-Erling Thømt Ruud, Finn Erik Rødsand Moderator: Ingerid Stenvold	Når algoritmen styrer nyhetene Med: Ian Vännman, Fredric Karén		Gigantene som forandret verdikjeden Å vinne øyeblikkene som betyr noe. - Johan Thorbjørnsson TBA
14:00 - 14:40	Mannen som grunnla Internett [E] Med: Vint Cerf	NOBEL- den neste store drama-suksessen? Med: Per-Olav Sørensen, Mette M. Bølstad. Moderator: Øyvør Dalan Vik	Driver norske journalister selsensur? Med: Trine Eilertsen, Nina Hjerpset-Østlie, Marie Simonsen, Kjetil Rolness Moderator: Erik Wold	NTB & Bakken & Bæck Møt Norges første ro-botjournalist Med: Helen Vogt, Gunnar Aastrand Grimnes, Magnus Aabech	14:00 - 14:40 Making sense of AdTech - Chris Kane og Bjarne Hareide
15:00 - 15:40	Redaktørens dilemma Med: Kirsti Husby, Gard Steiro, Jan Ove Årsæther Moderator: Ole Torp	Fra Friday Night Lights til Vanity Fair [E] Med: Buzz Bissinger Moderator: Asbjørn Slettemark	Top Secret Doping - historien om hvordan én mann stengte Russland ute av internasjonal friidrett. [E] Med: Hajo Seppelt Moderator: Leif Welhaven	PwC Creating a winning culture in the ever changing advertising market Med: Helene Kubon Skulstad, Øystein Sandvik, Eivind Nilsen	15:00 - 15:30 Hvordan gjenoppfinne mediebransjen? - Rian Liebenberg
16:00 - 16:40	Monsterbedriften: Løgn og bedrag i FIFA [E] Med: Jonathan Calvert Moderator: Andreas Selliaas	VR Spesial: Virtuell virkelighet fra dokumentar til porno Med: Marius Arnesen, Eirik Solheim	Redd, syk, feit og ensom? Med: Lars Fredrik Svendsen	Akamai The Return on Quality Med: Ian Munford	16:00 - 16:20 Den automatiserte fremtiden Trenger vi selgere i en automatisert annonseverden? - Victoria C. Schultz 16:20 - 16:40 Årets mediebyrå ser inn i krystallkulen - Stian Giskeødegård 16:40 - 16:50 Oppsummering - Gunnar Stavrum
	RICKS				
18:00	DAGSNYTT 18 DIREKTE				
20:00	DEN STORE MEDIEQUIZEN				
22:00	MEDIESPESIAL: LØRDAGSRÅDET PÅ EN TORS DAG				

(E) = ENGELSK

FREDAG 13. MAI

	PEER GYNT SALEN	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	TROLDTOG
08:00	Grieghallen åpner			
09:00 - 09:40	VOX - digital formidling i verdensklasse [E] Med: Chad Mumm Moderator: Hildegunn A. Soldal	Veien til (høye) digitale inntekter [E] Med: James Lamont	Dette er årets bilde Med: Espen Rasmussen	
10:00 - 10:40	Innholdsprodusentenes død - og mulige gjenoppstandelse [E] Med: Ben Thompson I samarbeid med NCE Media	MANIAC-skoleprosjektet som ble Netflix-serie Med: Espen PA Lervaag, Håkon Bast Mossige Moderator: Nils Stokke	Hvordan tjene penger på pod? Med: Nicolai Flesjø, Therese Nilsson, Cathinka Rondan, Lisa Tønne Moderator: Marius Karl sen	SIDE TRACKS ----- Google Google News Lab: A digital tools workshop Med: Matt Cooke
11:00 - 12:00	Glæver & Joffen: Der Untergang Med: Anders Glæver, Frithjof Jacobsen, Trygve Hegnar, Bernt Olufsen, Kjersti Mo, Harald Klungtveit, Hadia Tajik	Fra lesere til medlemmer: På innsiden av the Guardians nye relasjonsstrategi [E] Med: Aron Pilhofer	Happy Hour! Medieinnovasjon i medvind I samarbeid med NCE Media. Med: Christian S. Andersen, Tobias Bæck, Svein-Erik Hole, Stig Frode Opsvik Moderator: Guro Valland	Knowit Downloads eller retention? Med: Baste A. Christiansen
12:00	Lunsj			
12:45 - 13:45	Dette er Aftenposten 2025 Med: Espen Egil Hansen	Unge lovende Med: Siri Seljeseth, Alexandra Gjerper, Gine Cornelia Pedersen, Bård Fjulsrud Moderator: Mikal Olsen Lerøen	I krig for journalistikken [E] Med: Zaina Erhaim Moderator: Pål T. Jørgensen	Ezyl insights Every second counts - How to earn an extra €1m in 5 minutes Med: Duane Atkins
14:00 - 14:40	Instant Articles: En god løsning? [E] Med: Ehsan Fadakar, Frank Gander, Hildegunn Soldal, Nick Wrenn Moderator: Mads A. Andersen	Live Pitch Med: Berit Boman, Per Hustad, Sandra Hafsa hl, Kristian Westgaard Moderator: Anette With	Rettighetsskolen: Det lå jo ute på Insta ... Med: Stine Helén Pettersen, Jon Wessel-Aas	UiB Hvilken kompetanse er det behov for i fremtidens medielandskap? Med: Petter Ole Jakobsen, Øyulf Hjertenes, Astrid Gynnild, Eirik Stavelin. Moderator: Anne Jacobsen
15:00 - 15:40	SKAM Med: Julie Andem, Mari Magnus Moderator: Marte Spurkland	Panama papers - tidenes største dokumentlekasje [E] Tidenes største dokumentlekkasje Med: Frederik Obermaier, Nina Selbo Torset Moderator: Gøran Skaalmo	Det digitale radioskiftet - dommedag eller åpenbaring? Med: Kenneth Andresen, Svein Larsen, Marius Lillelien. Moderator: Sarah Natasha Melbye	

(E) = ENGELSK

NMD UNG

640 elever og 30 lærere fra 13 ulike videregående skoler i Hordaland deltok. I hovedvekt fra Bergensområdet, i tillegg til skoler fra Stord og Voss. Det er stor pågang fra lærere som ønsker å følge elevene sine, så her måtte vi operere med venteliste. Elevene er alltid prioritert.

Nmd UNG får mye ros for at vi har like høye ambisjoner for innholdet vi presenterer for skoleelever, som det vi presenterer på hovedkonferansen.

Selda Ekiz fra *Anno* vår årets konferansier. Hun var godt forberedt, morsom og «kjapp i replikken» og inkluderte salen på en god måte.

Programmet bestod av:



Marco Elsafadi delte sine tanker om hvordan vår digitale hverdag påvirker oss, og hva vi ikke må undervurdere i et "ekte" møte mellom mennesker.

NMD UNG

Program



Mari Magnus, netthistorieproduseren bak SKAM fortalte om serien som ble Gullrute-vinner i flere kategorier. Å se Marie Bendiksen intervjuet.



Programkomiteens Henrik Hylland Uhlving, tidligere digital utviklingssjef og leder for nett-TV i Bergens Tidende, stirret inn i glasskula og ga oss spådommene for fremtidens medielandskap. Gjest: Norges yngste redaktør, Elise By Olsen (resence.com).



**KILDEKRITIKK PÅ
NETTET**

Gründer Gaute Kokkvold presenterte Demand The Source – en sosial plattform for digital kildekritikk. I tillegg kom Silje Thalberg fra TV 2 skole for å minne oss på at kildekritikk også omhandler bilder. Hun hadde med seg pressefotograf Eivind Senneset.



**LINE
JORDA RUNDT**

Line Elvsåshagen og fotograf Stian Thilert tok oss med bak produksjonen og fortalte om sin store verdensreise uten penger til mat eller opphold.



**FRA JOURNALIST
TIL AKTIVIST**

Den tidligere NRK-profilen Annette Groth snakket om sitt arbeid gjennom organisasjonen Dråpen i Havet. Journalist Hanne Louise Åkernes fra BT intervjuet.



**PROGRAMMÉR DIN
EGEN FREMTID**

Tjerand Silde er utdannet matematiker og gjennom bevegelsen Lær Kidsa Koding snakket han om viktigheten av å kunne programmering og mulighetene det gir.



Ståle Grut, NRKbeta så nærmere på hvordan nyheter fungerer vertikalt og hvorfor det er nøkkelen for Snapchat i framtiden.

Nytt av året!

Et eget programråd ble satt sammen i forkant av årets Nmd UNG, bestående av fem elever fra Laksevåg VGS og Nordahl Grieg VGS, samt en medielærer. Prosjektleder for Nmd UNG, Guro Dugstad, hadde to møter med dem, samt korrespondanse via en lukket Facebook-gruppe, for å få innspill og gode ideer til årets konferanse. Dette var svært fruktbart og vil gjentas i neste runde.

» Veldig godt samansett program, og veldig fint at det er så oppdatert!

—
Gro Prestegard Gjeraker, lærer



NMD EXPO

18 selskap profilerte seg under årets NMD EXPO gjennom stands og større lounges, og messen var i år fylt opp til max kapasitet. Til glede for våre delegater, hadde flere selskap valgt større lounges med sittegrupper og servering. Fra 2015 var følgende selskap med videre: Arkena, Institutt for journalistikk, Mediebedriftenes Landsforening, NTB, PwC, Radisson BLU Hotel Norge, Retriever, Universitetet i Bergen, Video 4 og Vizrt.

Nye av året var: Akamai, Entra, EzyInsights, Google, Knowit Experience, Mediabank, Stargate Media og Time to RIOT.

Åtte av selskapene som deltok i Mediemessen holdt også foredrag i Mediedagenes sidespor, Sidetrack. Disse var: Mediabank, NTB (med Bakken & Bæck), PwC, Akamai, Google, Knowit, EzyInsights og Universitetet i Bergen.





SAMARBEIDSPARTNERE

Nordiske Mediedager er i kontinuerlig vekst, og har store ambisjoner for videre utvikling. Det koster å drifte et arrangement på dette nivået og virksomheten er avhengig av samarbeidspartnere på alle nivåer. Stiftelsen har partnere, støtte fra fond og offentlig støtte for å drifte Mediedagene. Vi arbeider for gode relasjoner og kontinuitet med våre partnere, og mange har vært med oss i en årrekke. Vi er takknemlig for deres bidrag til utviklingen av

Nordiske Mediedager, og vi arbeider aktivt for å ivareta eksisterende relasjoner – og for å etablere nye samarbeid.

De inspirerer, utvider våre muligheter og bidrar på ulike måter til å høyne den helhetlige kvaliteten på Mediedagene. En stor takk til våre samarbeidspartnere:



VÅRE STIFTERE



Takk til våre støttespillere: Bergen kommune, Hordaland fylkeskommune, Kulturdepartementet, Sparebanken Vest, Amedia, Fritt Ord, Norsk Journalistlag, Rådet for anvendt medieforskning (RAM).



PRESSE

I mai hadde Nordiske Mediedager 194 treff i norske medier. Dette er inkludert papir, web, TV og radio.

Enkelte sesjoner og tema ble naturlig nok diskutert mer enn andre, og sesjonen med skaperne bak NRK-suksessen *SKAM* fikk flest oppslag. Serien var nominert og vant flere priser under Gullruten, og i tillegg ble det bekreftet ny sesong av serien fra scenen under konferansen – til stor glede for publikum og presse. Sesjonen ble også sendt direkte på NRK.

Også Medieundersøkelsen har blitt bredt omtalt i media for ulike funn i undersøkelsen, og Googles sesjon med Europasjef Matt Brittin om DNI (Digital News Initiative) fikk mange oppslag.

TV-toppmøtet høster også mye oppmerksomhet. Sesjonen ble sendt direkte på TV 2 Nyhetskanalen og NRK Nyheter. Mediene trekker frem flere saker fra sesjonen, blant annet innhold, distribusjon, strømming, allmennkringkasterrollen – og ikke minst kringkastingssjefens uttalelse om at kanalene må «hooke mer med hverandre».

Andre sesjoner som resulterte i flere medieoppslag, var sesjonene om brukerbetaling fra Financial Times med James Lamont (Managing Editor) og The Guardian med Aron Pilhofer (Chief Digital Officer).

Sesjonen *Petter Uteligger – Årets mest overraskende TV-suksess* ble også en snakkis da Petter Nyquist fra scenen annonserte opprettelsen av «Stiftelsen Petter Uteligger» med ambisjoner om å skape en varmere hverdag for folk som lever store deler av livet på gata.

Nylanseringen NMD AdTech fikk også flere oppslag da Mette Fossum Beyer, kommunikasjonsdirektør i Rema 1000 under sitt foredrag lanserte at Rema 1000 skal lage sitt eget mediehus.

Ben Thompson, grunnlegger av Stratechery som analyserer tech-industrien spesielt, ble også nevnt i flere saker. Sesjonen med Mark Duplass fra HBO-suksessen *Togetherness* vakte begeistring i pressen. Duplass har vært fascinert av norske forfattere og filmskapere som Karl Ove Knausgård og Joachim Trier og med uttalelser som «Joachim Trier? Fuck that guy. He is amazing» ble det selvsagt en del oppslag.

Den potensielle NRK-streiken ble selvsagt nevnt flere ganger. Det var fare for at alle NRK-ansatte blant Mediedagenes delegater og speakere måtte forlate Grieghallen dersom streiken ble en realitet. Hotellstreiken fikk også flere oppslag. Det samme gjorde Årets Mediepriser i regi av MBL.

Også i år hadde Mediedagene satt opp NMD-STUDIO i Grieghallen med Martin Giæver som reporter. Her ble delegater og speakere intervjuet og klippene ble delt på NMD-TV og på Facebook.

TEKNIKK OG KOMMUNIKASJON

Arkena var ny partner på Mediedagenes web-TV, NMD-TV. Mediedagene eier nå selv innholdet som produseres under konferansen, noe som ikke var tilfellet tidligere, da YouTube ble brukt som plattform. Dette er en klar fordel med tanke på rettighetsproblematikk fra speakere og visning av klipp. Med ny plattform er det nå også mulig å sende direkte fra flere saler. Dermed har interesserte som ikke deltar på selve konferansen flere valgmuligheter når de følger med via web-visningen.

50 sesjoner ble holdt i Grieghallen og Scandic Ørnen over to dager, og 46 av disse ble sendt direkte på NMD-TV. 47 av årets sesjoner er tilgjengelig for publikum via NMD-TV i etterkant av konferansen. Det var 1.489 unike brukere inne og så på sesjoner under Mediedagene.



SITAT TWITTER

Reidun Kjelling Nybe @ReidunN - May 12
Vi som står her burde hooke litt mer -
@TGERiksenNRK tar #skam -sosiolekten i
bruk på #tvtoppmøtet #nmd16

Roger von Zernichow @vonzerni - May 12
"En merkevare er ikke verdt noe før den
betrer noe for forbrukeren." Spot on!
#NMD16 @pcarlson

Karianne Steinsland @karis - May 12
Alltid klar for #frankaarebrot 🙌 #nmd16
#medieundersøkelsen



Heidi Grinde Rinding @HGRin - May 12
Fantastisk Datoen-inspirert innledning til TV
Toppmøtet 2016 #nmd16

Miriam Øyna @MirCyna - May 12
Are Traasdahls tips for å lykkes: Stå opp tidligere
om morgenen og legg seg senere om kvelden.
#nmd16 @Tapad @aretraasdahl

Petter Omdal @petteromdal - May 12
Tårevåte øyeblikk på @mediedager! #PetterUteligger #NMD16

Åshild Nylund @asashild - May 13
Så inspirerende og lærerikt med Ben Thompson og Vox' Chad Mumm
på #nmd16 i dag. Og klokken er bare 10.28

andreas grimsæth @grime - May 13
Genialt av @eghan ha ta Mette Bugge på
scenen. I NRK driver også vi med
spydspissarb. og lar oss inspirere! #nmd16



Marius Karlisen @marikarlisen - May 13
For et fyrverkeri av @remebugg under #nmd16!
:-D Om digital omstilling: "Det handler ikke om
alder, men vilje". Amen.

Tora Knudsen @toraknudsen - May 13
Huff... Snart er det over for i år. Takk til Guri og resten av
programkomiteen for nok et Hefty program! #nmd16

stacy-marie ishmael @s_m_i - May 13
Sitting next to someone so impressed by James
Lamont's talk at #nmd16 he's whipped out his
credit card and is becoming an @FT subscriber

Oeran Skazlino @skazlino - May 13
For første gang snakker @i_obemaler om #panamapapers for åpen
scene. Ki 15 i Dovregubben #nmd16 med @ninasebe og yours truly.
Be there!

Aron Piihofer @piiofer - May 13
Thank you to @mediedager for another fantastic #NMD16! I always
learn a ton and meet brilliant people.

KVELDSARRANGEMENT OG ØVRIGE ARRANGEMENT

OFFISIELL ÅPNING MED PÅFØLGENDE MOTTAKELSE

Her deltok Solveig Kloppen (konferansier), kulturminister Linda Hofstad Helleland, byrådsleder Harald Schjelderup og festivalsjef Guri Heftye. Åpningen var, som hvert annet år, arena for Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister. Denne gikk til Brennpunktjournalistene Mari Allgot Lie, Geir Pettersen og Inger Marie Norstrøm. Det musikalske innslaget var ved Bergens egne Razika.

DEN STORE PRISFESTEN

Prisfesten er Mediebedriftenes Landsforenings store fest, og har de siste årene utviklet seg til å bli en happening. «Alle» har kommet til byen og stemningen er ellevill begeistret. Kulturminister Linda Hofstad Helleland delte ut hovedprisen, Espen Beranek Holm og Cecilie Steinmann Neess stod for underholdningen.



DEN STORE MEDIEQUIZEN

Mediequizen samler hvert år en stor og dedikert gjeng og er blitt en stemningsfull del av Mediedagene. Annette Groth og Martin Gæver var årets strenge, men rettferdige quizmastere. Mediequizen ble avviklet, som tidligere, i samarbeid med Bezzerwizzer, som er leverandør av oppgaver og premier.

MEDIESPESIAL: LØRDAGSRÅDET PÅ EN TORSDAG

Lørdagsrådet med Siri Kristiansen er programmet der Siri, sammen med tre profilerte hjelpere løser seernes problemer. Under årets Mediespesial, tok vi problemene live på scenen på Rick's. Thomas Giertsen, Silje Sandmæl og Christian Borch var med som rådgivere som løste små og store problemer, både innsendte og direkte fra salen.

VIP-BÅTTUR MED MIDDAG, CORNELIUS

Start en time tidligere, kortere varighet, ikke bordsete, men «ståmat», og tilbake til byen innen kl. 22; dette var endringer som gjorde at båtturen i år ble svært vellykket. Maten var like god selv om den kom i mindre formater, og det hjalp også at vi i år hadde fantastisk godt vær! 110 gjester deltok.



SOLVEIG KLOPPEN
ledet Den offisielle åpningen

ÅRETS GULLRUTEN-VINNERE:

Beste underholdningsprogram: **Skavlan**
Beste konkurransedrevne reality: **Mesternes mester**
Beste reality: **Dama til**
Beste dokusåpe: **Villmarkas voktere**
Beste TV-drama: **Skam**
Beste humorprogram: **Neste sommer**
Beste barne- eller ungdomsprogram: **Labyrint**
Beste livsstilsprogram: **Med livet som innsats**
Beste nyhetssending eller aktualitetsprogram: **Edderkoppen**
Beste TV-dokumentar: **Drone**
Beste dokumentarserie: **Petter Uteligger**
Beste kvinnelige skuespiller: **Ine Willmann, Det tredje øyet**
Beste mannlige skuespiller: **Eivind Sander, Det tredje øyet**
Beste kvinnelige programleder: **Line Jansrud, Newton – Fødsel**
Beste mannlige programleder: **Kristian Ødegaard for Huskestue**
Årets deltaker: **Tone «Gullet» Knudsen for Datoen**
Beste nye programserie: **SKAM**
Beste event eller sportssending: **Special Olympics, Mats og Erling i LA**
Årets Hederspris: **Anne Grosvold**
Årets nyskapning: **SKAM**
Årets TV-øyeblikk: **Hundepatruljen – Toffen taes ut av tjeneste**

ÅRETS MEDIEPRIS- VINNERE:

Årets Avis: **Adresseavisen**
Årets Magasin: **Det Nye**
Årets Nyskapning: **NRKs SKAM**
Årets avismagasin: **VG Helg**

AVIS-KATEGORIEN:

Årets forside: **Askøyværingen 23. april 2015**
Årets magasinfor side: **VG Helg, 19. september 2015**
Årets sportssak: **Drammens Tidende**
– **Spillet om Martin**
Årets nyhetssak: **VG – Nedlasterne**
Årets featuresak: **Dagbladet Magasinet**
– **Våt-draktmysteriet**

DIGITAL-KATEGORIEN:

Årets nasjonale nyhetsnettsted: **VG Nett**
Årets lokale nyhetsnettsted: **Nordlys.no**
Årets nisjenettsted: **Teknisk Ukeblad – tu.no**
Årets digitale historie: **Aftenposten**
– **En helt vanlig syrisk flukt**
Årets program/serie på web-tv/-tv:
NRK – SKAM
VGTV/FlimmerFilm – Asylbarna (Excellence)

MAGASIN-KATEGORIEN:

Årets cover: **Dine Penger nr. 3/2015**
Årets magasinfoto: **KK**
– **Vetle Lid Larsen Foto: Geir Dokken**
Årets featuresak: **Det Nye – Når mørket faller**
Årets inspirasjonssak: **Tara Smak – Søtt punktum**
Årets portrett: **KK – Det er viktig at det finnes**
damer som meg



MEDIESPESIAL:
LØRDAGSRÅDET PÅ
EN TORSDAG

KVELDSARRANGEMENT

og andre arrangement



I forbindelse med Mediedagene ble følgende program avviklet i Bergen:

MEDIELEDER 2016

MBL og NR gikk igjen sammen om Medieleder 2016. Før lunsj var det felles foredrag, etterpå ble salen delt til parallellsesjoner.

KOMMUNIKASJONSFORENINGEN:

Tweets that matter. Politisk kommunikasjon i sosiale medier

Onsdag 11. mai kl. 16:30, Ørnen.

Debatt i regi av Kommunikasjonsforeningen. Moderator Bente Kalsnes (UiO). Panel: Henning Warloe (Høyre), Ingrid Lønrusten Rogstad (UiO), Marie Simonsen (Dagbladet), Pål Andreas Mæland (BT) og Karina Asbjørnsen (Arbeiderpartiet).

BROEN.XYZ OG FORENINGEN NORDEN: FELLESNORDISK MEDIENYHET

Torsdag 12. mai kl. 15:30, Lysverket.

Hilde Sandvik, tidligere kultur og debattredaktør i BT, presenterte planene med sitt nye fellesnordiske prosjekt Boen.xyz.

NCE MEDIA SPECIAL: STRAIGHT FROM THE LABS

Torsdag 12. mai 17:00, Rick's.

NCE Media presenterte noen av fremtidens digitale løsninger, sammen med selskapene i medieklyngen i Bergen.

I tillegg var det to direktesendinger på NRK P2:

DAGSNYTT 18, Torsdag 12. mai kl. 18:00, Rick's med full sal og høy stemning.

NRK KULTURNYTT, Fredag 13. mai kl. 08.05, Grieghallen v/ hovedinngangen.

TALL OG ANDRE RESSURSER

Faglig engasjement, idealisme og store visjoner har kjennetegnet Nordiske Mediedager siden starten og er bakgrunnen for den posisjonen Mediedagene har opparbeidet frem til i dag. Konferansen har vist seg å være stadig relevant for beslutningstakere og opinionsledere.

Kombinasjonen av et variert program, gode muligheter for nettverksbygging og et sympatisk prisnivå, gjør at Mediedagene skiller seg fra sammenlignbare internasjonale arrangement og nisjekonferanser på ett vesentlig punkt: Hit kommer ikke bare ledelsen, men hele spekteret av mediebedriftenes ansatte. Her kommer også hele spekteret av bedrifter; fra små start-ups til internasjonale mediehus, i tillegg til FoU-miljøene, politikere, studenter og medie-organisasjoner. Denne bredden er unik og viktig å ivareta.

Vi legger til rette for kompetansedeling mellom den regionale, nasjonale og internasjonale medienæringen. Erfaringsdeling mellom norske medieaktører er av stor verdi i en tid der den digitale utviklingen og

brukermønster endrer seg raskt. På Mediedagene kombineres dette med toneangivende internasjonale aktører som kan tilføre norsk bransje ny kunnskap.

RINGVIRKNINGER

Nordiske Mediedager tiltrekker hele den nasjonale mediebransjen til Bergen, og med 1830 påmeldte delegater, opplever regionene målbart høyere aktivitet som direkte konsekvens av Mediedagene. I evalueringen etter konferansen spør vi også delegatene om hvordan de reiser til Bergen, hvor de reiser fra, hvor de bor, hva de gjør på i tillegg til å være på Mediedagene osv.

- Ca. 75 % av delegatene er tilreisende, hovedsakelig fra Oslo og reiser hit med fly.
- Ca. 80 % av de tilreisende bor på hotell.
- De aller fleste går på restaurant og café/bar under oppholdet.
- 20 % av delegatene oppgir å bruke taxi under oppholdet (utenom transport til og fra flyplass).
- 40 % av deltakerne holder ulike møter og samlinger til Bergen i nettopp disse dagene, både interne og eksterne møter.
- Disse møtene genererer mange ekstra hotellnøyn, utover hotellnøyn i forbindelse med selve konferansen.

TALL

og andre ressurser

DELTAKERAVGIFT

Deltakeravgiften til Nordiske Mediedager er lav, både sett i forhold til programmets bredde og sammenlignet med andre konferanser og kurstilbud. Vi operer med tre ulike prisnivå; *early bird* (1. februar til 1. mars), *ordinær* (1. mars til 24. april) og *last minute* (frem til konferansestart). Denne inndelingen fungerer etter hensikten da antall fullbetalende har økt, samtidig som *early bird* har et sympatisk prisnivå.

Målsetningen er fortsatt å holde avgiften på et rimelig nivå, for å gjøre konferansen tilgjengelig for flere og legge til rette for at også mindre ressurssterke organisasjoner og bedrifter kan delta. Derfor tilbyr vi adgangsrabatt til forskere, studenter og mediepedagoger. I en usikker tid for mediebransjen, er det gledelig og betryggende å oppleve at NMD prioriteres av delegatene og deres arbeidsgivere.

Av de budsjetterte inntekter og tilskudd på kr 9,35 mill. i 2015, utgjør egne inntekter fra operasjonelle aktiviteter 55% (55% i 2014), sponsorer 25% (26% i 2014) og de resterende 20% (20% i 2014) fra offentlige tilskudd.

REISE & OPPHOLD

Hvert år samler Nordiske Mediedager en rekke toneangivende internasjonale fagpersoner. Å legge til rette for at den norske mediebransjen kan få umiddelbar, direkte og eksklusiv adgang til fagpersoner som kan inspirere og engasjere – og ikke minst bidra til kompetanseheving – er en viktig prioritering for oss.

Og nettopp dette internasjonale aspektet ved konferansen er noe som ofte fremheves av våre deltakere som avgjørende for det faglige utbyttet. Med mange internasjonale bidragsyttere er imidlertid utgifter til reise og opphold betydelige. Det koster å samle over 150 foredragsholdere fra inn- og utland i Bergen, til tross for at vi har som praksis å ikke betale honorar. Dette er nødvendig pga. økonomiske begrensninger, og det faktum at vi er en ikke-kommersiell stiftelse med begrensede ressurser. Vi gjør heller vårt ytterste for å legge til rette slik at alle våre speakere får maksimalt ut av oppholdet, enten de ønsker å reise med Flåmsbanen eller delta på historisk vandring med guide på Bryggen.

En utfordring i 2016 var at vårt hovedhotell og samarbeidspartner Hotel Norge ble tatt ut i streik og stengte helt, bare dager før konferansen. Øvrige hotell

hadde stort belegg disse dagene. Stor innsats fra vår samarbeidspartner Kongress og kultur og fleksible gjester (både speakers og delegater), førte til at alle fikk rom og tak over hodet. Som følge av streiken pådro vi oss en betydelig ekstraordinær kostnad, noe som er krevende for en ikke-kommersiell stiftelse med begrensede ressurser.

NMD UNG

Nmd UNG er et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå, etablert for å styrke ungdoms kompetanse som brukere og formidlere. Nmd UNG kan også fungere som en rekrutteringsarena for mediebransjen, og ikke minst en synliggjøring av kunnskapen og innsatsen som kreves for å lykkes. Interessen fra skolene er svært stor. Vi vil gjerne tilby plass til alle som ønsker, samtidig som konferansen er et gratistilbud til skolene. Vi er avhengige av frivillig innsats, offentlig tilskudd og bidrag fra sponsorer og fond for å realisere Nmd UNG.

TEKNIKK & KOMMUNIKASJON

Mediebransjen tar raskt i bruk ny teknologi, og som fagarena er det avgjørende å bli oppfattet som aktuell og relevant. Vi har gjennom flere år ønsket å prioritere oppgradering og fornying av NMD-TV, og innledet samarbeid med Arkena i 2016. Mediedagene eier nå selv innholdet som produseres under konferansen, noe som ikke var tilfellet tidligere, da YouTube ble brukt som plattform. Å holde seg oppdatert på

denne fronten er kostnadsdrivende, men viktig, og prioriteres derfor.

Vi når ut til et bredt publikum, som gjør innholdet på Mediedagene lettere tilgjengelig gjennom hele året, og som fungerer som en god markedsføringskanal for kommende arrangement.

NMD-TV formidler både norsk og internasjonalt innhold som vil være relevant for inspirasjon, faglig oppdatering, medieundervisning osv. Innholdet er fritt tilgjengelig.

DUGNADSÅND

Programgruppens medlemmer jobber vederlagsfritt. Det samme gjelder foredragsholdere, styremedlemmer og andre ressurspersoner, i tillegg til de over 80 frivillige og en rekke andre. Den betydelige dugnadsånden og idealismen som Nordiske Mediedager lener seg på, er uvurderlig.

Fra både norske og internasjonale speakere mottar vi svært positiv respons på service og gjennomføring. Dette betyr veldig mye for oss. De er våre beste ambassadører og mange av dem har stort faglig utbytte også av å møte hverandre. Vi ønsker å holde et høyt internasjonalt nivå på innhold og service og sammenlikner oss med konferanser av samme størrelse <<ute>>.



TAKK TIL VÅRE FOTOGRAFER:

- Thor Brødreskift
- Nikita Solenov
- Suellen Meidell
- Victoria Grace
- Freddy Foss
- Jarle H. Moe
- Iselin Fløysvik
- Martin Håndlykken

PROGRAMKOMITEEN 2016

Medlemmene i programkomiteen har sitt utspring i stifterne av Nordiske Mediedager: Bergens Tidende, Bergensavisen, NRK, TV 2, Dagens Næringsliv og Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB. I tillegg deltar også festivalsjef Guri Heftye og prosjektleder Hjørdis Losnedahl i programarbeidet.

Vilde Batzer

Redaksjonssjef, P3, NRK Oslo

Vilde har jobbet i NRK siden 1998, som radiojournalist, netttjournalist, musikkprodusent, fotograf, prosjektleder for radio, nett, event og TV og siden 2009 som redaksjonssjef for humor og underholdningsprogram i P3. Hun har ledet eventer som Urørtfinalen og radioprogram som Are og Odin, Ken eller Torkil, Ylvis i P3 og Radioresepsjonen. Hun har også jobbet ett år som daglig leder i web-designbyrået Klapp Media og jobbet med kortfilm og spillefilm. Hun har også studert Medieproduksjon og ledelse ved Mediehøgskolen i København. Som redaksjonssjef leder hun satsninger som blant annet P3morgen. Hun jobber kontinuerlig med å utvikle nye program og med å finne de nye, store talentene for NRK.

Linn Gjerstad

Journalist

Linn har vært journalist, vaktstef og frontstef gjennom 13 år i BA, der har hun jobbet mye med reportasjeledelse og avisdesign. Hun har også jobbet som community manager med sosiale medier på digitale flater for MK Norway. Linn ledet Bergens Tidendes nisjesite Bonansa. Hun har utdannelse i medievitenskap fra UiB, og har vært med i programkomiteen siden høsten 2013.

Alex Iversen

Kommunikasjonsrådgiver, TV 2

Alex har vært ansatt i TV 2s kommunikasjonsavdeling siden 2006. Her har han hatt PR-ansvar for en rekke store underholdningskonsepter (Farmen, Big Brother, Da damene dro, The Amazing Race Norge, Det store korslaget mm.), dramaserier (Frikjent, Dag, Okkupert mm), og dokumentarer (Dokument 2, De syv dødssyndene, Fjorden Cowboys mm.). Han har også vært aktiv som skribent og foredragsholder, med spesiell interesse for bla. reality-TV, kjendiskultur og amerikansk TV-drama. Alex Iversen er utdannet medieviter fra UiB og var ansatt som lektor i Medievitenskap ved Høgskolen i Lillehammer 2003 – 2006.

Per Christian Magnus

Journalist, NRK Hordaland

Per Christian er en erfaren journalist og prisbelønt dokumentarfilmskaper. Han var utenriksreporter i TV

PROGRAMKOMITEEN

2016

2 fra 1994 til 1998. Etter to år som leder av Nordisk Film & TV sin dokumentarfilmavdeling, kom han tilbake til TV 2 i 2000, der han ledet Dokument 2 i to år, samt var reporter og produsent i samme avdeling frem til 2009. Fra høsten 2010 er han ansatt i NRK. Per Christian er utdannet cand.mag. fra UiB og har en master i dokumentarfilmproduksjon fra Regent University i USA.

Leif-Åge Reme

Utviklingssjef og produsent, Monkberry

Leif-Åge er programsjef, produsent og medeier i Monkberry AS. Tidligere var han redaksjonsleder for Skavlan og produsent av På bortebane. Leif Åge har jobbet 12 år i NRK der han foruten å være mangeårig researcher i Først & Sist, også var prosjektleder for blant annet MGP, Mesternes Mester og Trygdekantoret.

Siri Skaalmo

Leder forretningsutvikling redaksjon, Dagens Næringsliv

Siri har hatt en rekke ulike stillinger i Dagens Næringsliv og DN.no siden 2000, blant annet som journalist, digital utgavesjef og nettredaktør. Hun har vært en nøkkelspiller i det meste av digital utvikling i avisen og jobber nå som leder for redaksjonell forretningsutvikling. Som journalist dekket hun hovedsakelig teknologi, telecom og mediebransjen. Siri har en cand.mag. i Media og kommunikasjon fra Bergen, Leeds og Gøteborg, samt Strategisk Forretningsutvikling og Innovasjon fra Handelshøgskolen BI.

Henrik Hylland Uhling

Freelance

Henrik er siviløkonom med en bachelorgrad i retorikk fra UiB. Han har tidligere jobbet i flere år som økonomijournalist i Aftenposten, BT og BA, samt fem

år som digital utviklingssjef og reportasjeleder for nett-TV i Bergens Tidende. Våren 2016 sa han opp i BT for å bli filmprodusent, manusforfatter og klipper på fulltid. Henrik har vært med i programkomiteen siden høsten 2013.

Guri Heftye

Festivalsjef, Nordiske Mediedager

Guri er utdannet tekstforfatter fra Westerdals School of Communication og i markedsøkonomi fra BI og har over 20 års erfaring som merkevarebygger, tekstforfatter, journalist, idéskaper, TV-produsent- og programleder. Hun har jobbet i reklamebyråene New Deal, Ogilvy & Mather, JBR og Filadelfia og i NRK og Rubicon TV, i tillegg til utstrakt virksomhet som frilansjournalist. Hun har ledet 25 litteraturprogram for Kanal 24, skrevet kokeboken Barmen Unplugged og ledet utallige bokbad for Bokklubben. Som programleder er hun kjent fra NRK-seriene Vis meg ditt kjøleskap, Portrettørene, Maraton og Løvebakken. Guri har tidligere sittet i styret i DNS og Festspillene i Bergen.

Hjørdis Losnedahl

Prosjektleder, Nordiske Mediedager

Hjørdis har vært ansatt i Nordiske Mediedager siden våren 2014. Hun er utdannet cand.mag. fra Universitetet i Bergen og Université de Nice, samt ulike kurs fra NHH. Før Mediedagene jobbet Hjørdis i flere år i Festspillene i Bergen. Hun har også vært administrasjonsleder i Logen Teater, hvor hun også er medeier. I Mediedagene har Hjørdis blant annet ansvar for all praktisk tilrettelegging av konferansen.

ORGANISASJONSOVERSIKT

PR. MAI 2016

REPRESENTANTSKAP

Leder: Ingar Myking, Universitetet i Bergen
Øyulf Hjertenes, Bergens Tidende
Bjørn Eckblad, Dagens Næringsliv
Vibeke Fürst Haugen, NRK
Kjell Øvre-Helland, TV 2

STYRE

Leder: Andreas Thorsheim, Otovo
Katrine Bøckman, Bergensavisen
Lene Eltvik Vindfeld, Bergens Tidende
Anne Grethe Teigland, NRK
Tor Magne Nondal, Dagens Næringsliv
Jens E. Kjeldsen, Universitetet i Bergen
Roy Tore Jensen, TV 2

PROGRAMKOMITÉ

Vilde Batzer, Redaksjonssjef, P3 NRK
Linn Gjerstad, Journalist, freelance
Alex Iversen, Kommunikasjonsrådgiver, TV 2
Per Christian Magnus, Journalist, NRK
Siri Skaalmo, Leder forretningsutvikling redaksjon, Dagens Næringsliv
Henrik Hylland Uhlving, Journalist, freelance
Eirik Vatnøy, Stipendiat, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB
Leif-Åge Reme, Produsent, Monkberry

ADMINISTRASJON

Guri Heftye, Festivalsjef
Hjørdis Losnedahl, Prosjektleder
Annette Tveit, Prosjektleder NMD EXPO, Sidetrack, presse
Guro Dugstad, Prosjektkoordinator:

PROSJEKTPARTNERE

IT-ansvarlig: **Mikkel Berger**, Bright Group
Påmelding og booking: **Kongress & Kultur**
Produsent: **Kulturoperatørene**
Reporter NMD TV: **Martin Giæver**
Prosjektmedarbeider: **Hege Cathrine Kristensen**, **Janicke Karlsen** og **Trine Karlsen**

STIFTERE

Bergen kommune
Bergensavisen
Bergens Tidende
Dagens Næringsliv
Universitetet i Bergen
NRK
TV 2 Gruppen

FESTIVALSJEFENS RÅDGIVERE

Geir Terje Ruud, Ruud & Co
Anngun Dybsland, Vizrt
Nicolai Flesjø, NRK On Demand

HISTORIKK

1988 Konferansen Nordiske TV Dager (NTVD) arrangeres for første gang.
Etablert av Bergen kommune, NRK og Universitetet i Bergen. Nordiske TV Dager arrangeres annethvert år.

1993 Stiftelsen Bergen Media By (BMB) etableres. BMB blir praktisk arrangør av Mediekonferansen og er sekretariat for Nordiske TV Dager.

1998 Gullruten legges til Bergen. Gullruten avslutter Nordiske TV Dager og showet sendes for første gang på TV 2.

1999 Media 2000 arrangeres for første gang, i regi av Bergens Presseforening.

1999 Første medieundersøkelse gjennomføres.

1999 Første Journalist i klassen gjennomføres.

2000 Stiftelsen Nordiske TV Dager opprettes.

2000 Nordiske TV Dager og Media 2000 samarbeider under fellesnavnet Den norske Mediefestivalen. NTVD og Media 2000 veksler på å arrangere konferansen annethvert år. Bergen Media By er paraplyorganisasjonen til arrangementet. Irmelin Nordahl ansettes som festivalsjef.

2004 Den norske Mediefestivalen endrer navn til Nordiske Mediedager.

2006 Ungdomskonferansen arrangeres for første gang. 220 deltakere.

2007 Stiftelsen Nordiske Mediedager etableres, og trekkes dermed ut av Bergen Media By. Bak stiftelsen står Bergen kommune, Bergensavisen, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, NRK, TV 2 Gruppen og Universitetet i Bergen. Guri Heftye ansettes som festivalsjef, Kjell Jarle Høyheim (NRK) blir valgt som styreleder. Stiftelsen Nordiske TV Dager og Media2000 legges ned.

2010 Nordiske Mediedager rundt 1500 registrerte deltakere.

2011 Nordiske Mediedager rundt 1600 registrerte deltakere.

2012 Nordiske Mediedager rundt 1700 registrerte deltakere.

2013 Andreas Thorsheim (Bergens Tidende) tar over som ny styreleder. NMD Ung-konferansen setter ny deltakerrekord med 670 elever.

2015 Nordiske Mediedager rundt 1860 registrerte deltakere.

2016 NMD AdTech arrangeres for første gang.



NORDISKE MEDIEDAGER

Nordic Media Festival



KULTURMINISTEREN OVERREKKER KULTURDEPARTEMENTETS
MENNESKERETTSPRIS FOR JOURNALISTER



MOBILE ONLY! | HODET TIL BUZZFEED
Stacy-Marie Ishmael



MANNEN SOM GRUNNLA INTERNETT
Vint Cerf



TOGETHERNESS - HBO-SERIEN SOM FEIRER
MENNESKEHETENS SÆRHETER
Mark Duplass og Thomas Seeberg Torjussen

A man with short brown hair and a light beard, wearing a blue button-down shirt, is standing on a stage. He is holding a small yellow and black device in his right hand and gesturing with his left hand. The background is a large screen displaying a blue and white abstract graphic. The lighting is blue.

HVA KAN MEDIEBRANSJEN LÆRE AV
VERDENS BESTE PR-BYRÅ?
Preben Carlsen



TV-TOPPMØTET

Sigrid Sollund og Fredrik Solvang,
Olav T. Sandnes, Thor Gjermund Eriksen,
Harald Strømme, Trygve Rønningen og Torry Pedersen.

#NMD16



facebook.com/mediedager
twitter.com/mediedager
flickr.com/mediedager
instagram.com/mediedager



NORDISKE**MEDIEDAGER**
Nordic Media Festival