



# ARF – INFOrmation

Intern Information til ARF-tillidsrepræsentanter  
fra bestyrelsen

ARF tlf. 5152 4374 – mail: [info@arf.dk](mailto:info@arf.dk)

**November måned 2023**

**ARF - INFOrmation** henvender sig til bestyrelsesmedlemmer i kredse og klubber, og forsøger at give informationer til brug i agitationen for nye medlemmer samt i det oplysende arbejde om vores forenings virke og mediepolitikken i almindelighed.

## Adresseændringer

Vi minder dig om, hvor vigtigt det er at holde dine oplysninger opdaterede, især når det kommer til din adresse/mailadresse. Vi vil gerne sikre os, at du fortsat modtager alle de vigtige oplysninger og meddelelser fra forbundet.

Det er nemt at give os besked om din adresseændring. Du kan enten ringe til os, eller du kan sende en e-mail til [info@arf.dk](mailto:info@arf.dk). Uanset hvilken metode du vælger, er vi klar til at opdatere dine oplysninger, så du kan være sikker på, at du ikke går glip af noget vigtigt.

Vi værdsætter din dedikation til at holde dine oplysninger ajour, og vi takker dig for at være en vigtig del af vores forbundsfællesskab. Sammen kan vi fortsætte med at bygge en stærk og givende fremtid.

## Radio- og TV Nyt

	<u>Deadline</u>	<u>Udkommer</u>
Nr. 3/23	4. oktober	primo november 2023

Radio- og TV Nyt kan også læses på foreningens hjemmeside [www.arf.dk](http://www.arf.dk) .

## Møder 2023/24:

13. november	Bestyrelsesmøde - Ballerup
16. november	DR Dialogmøde – DR Byen
27. november	TV2 Dialogmøde - Odense
29. januar 2024	Bestyrelsesmøde SLS - Ballerup
10. april 2024	Repræsentantskabsmøde SLS – TV2 Nord, Aabybro

## Nyt om navne:

- Anne Marie Dohn forladt Radio4 skal være direktør for Fregatten Jylland
- Tina Kragelund konstitueret direktør Radio4, men efterfølgende chef hos TV Midt Vest
- Søren Bygbjerg fra Jysk Fynske Medier bliver ny konstitueret direktør for Radio4

## Top-10 – seermåling – uge 43-2023 (Seertal - til Flow og streaming)

1	Vild med dans	TV2	Fredag	681.000
2	Vild med dans - afgørelsen	TV2	Fredag	663.000
3	Den store bagedyst	DR1	Lørdag	608.000
4	Oxen	TV2	Søndag	593.000
5	Knæk Canser – et show for sagen	TV2	Lørdag	471.000
6	Jo færre jo bedre	TV2	Søndag	462.000
7	Hammerslag	DR1	Mandag	451.000
8	Carmen Curlers	DR1	Søndag	411.000
9	Frank & Kastaniegården	DR1	Onsdag	403.000
10	Landmand søger kærlighed	TV2	Tirsdag	375.000

Kilde: Nielsen

## Superligaen A/S etablerer produktionsselskab med DMC Production

Superligaen A/S og DMC Production er gået sammen om at etablere et produktionsselskab - Match Day Production - der fra sommeren 2024 skal producere alle tv-kampe fra 3F Superliga, NordicBet Liga, Oddset Pokalen samt 2. og 3. Division.

Når TV 2 og Viaplay tager hul på dækningen af dansk professionel klubfodbold i sommeren 2024 bliver det et nyetableret produktionsselskab, der skal stå for produktionen af samtlige kampe. Der bliver tale om mere end 800 live kampe, der skal produceres fra et nyetableret produktionscenter i København.

”Med etablering af et produktionsselskab tager klubberne nu ansvaret for at drive udviklingen af tv-produktet. Ved at pulje alle kampe fra de fire rækker i Herre-DM samt Oddset Pokalen, opnås en volumen, der betyder, at der på den lange bane kan investeres i teknologi og personale, så vi kan tilbyde rettighedskøberne, og dermed seerne, en tv-oplevelse fuldt på højde med det, vi ser internationalt. Tidligere medieaftaler har også givet mulighed for at hjemtage produktionen. Med de nye 6-årige medieaftaler på plads er timingen nu den rette. Det er en vigtig pointe, at rettighedshavere stadig får adgang til at sætte deres kreative præg på produktionerne,” lyder det fra direktør i Divisionsforeningen Claus Thomsen.

Match Day Production introducer et nybrud i måden at producere livesport på, hvor alle kamerabilleder via højhastigheds fiberforbindelser bliver sendt fra stadion til et centralt produktionscenter, hvor det færdige tv-signal redigeres. Det gør, at der kun er behov for kamerapersonale på stadion, mens producer, teknikere, grafikere m.v. arbejder i produktionscenteret.

I dag produceres kampene med OB-vogne indeholdende al teknik til billed- og lydredigering, som køres ud til de enkelte stadions. Ved at samle produktionen ét sted kan teknik og ressourcer udnyttes mere effektivt, og personale, som før kørte landet rundt til de forskellige stadions, kan nu bruge tiden på at arbejde med tv-produktion. En yderligere gevinst ved at centralisere produktionen er, at den mindre transport giver et mindre CO2 aftryk.

”DMC Production er gået ind i samarbejdet med Superligaen A/S med den klare ambition at levere et høj kvalitetsprodukt til danske fodboldfans. Vi har netop idriftsat et tilsvarende produktionscenter i Oslo, og vi bruger erfaringerne derfra i opbygningen af et innovativt teknologisk center i Danmark, der kommer til at give tv-stationerne nye kreative muligheder, når historierne i og omkring kampene skal fortælles.

Kameraudstyr til optagelse på stadion bliver placeret på baser rundt omkring i landet, og vi forventer at indgå samarbejder med lokale partnere om at operere biler og udstyr. Vi glæder os i det hele taget til at skulle producere dansk topfodbold i samarbejde med branchens dygtige fotografer, lydfolk og øvrige produktionsmedarbejdere,” udtaler Paul Henriksen, der er CEO i DMC Production.

”Etableringen af Match Day Production sker på et tidspunkt, hvor interessen for 3F Superliga nærmest aldrig har været højere, og med dette skridt viser klubberne vilje til at drive udviklingen yderligere med en strategisk investering i tv-oplevelsen. Formålet er ikke at opnå mere kontrol med, hvad der vises fra stadion. Det har hele tiden været reguleret i aftalerne med rettighedshaverne, at der i selve kampproduktionen skal

være fokus på det sportslige og f.eks. ikke vises baneløbere eller tilskuere, der har fået et ildebefindende. Hvad rettighedshaverne og den øvrige presse beretter fra stadion i tekst eller billeder er fortsat noget, de helt selv styrer. Nu har vi og klubberne bare taget et skridt op i værdikæden, så vi kan være med til at sikre, at kampene præsenteres på den bedst mulige måde. Og med DMC har vi fået en dygtig partner som deler vores vision om at udvikle kvaliteten af tv-produktet,” siger Claus Thomsen.

Fakta:

Match Day Production ejes af Superligaen A/S med 49% og DMC Production med 51%.

Stena Adaktum er hovedinvestor i DMC Production med enkelte nøglepersoner i selskabet som medejere.

Superligaen A/S ejes af de 12 klubber, der til enhver tid spiller i 3F Superliga – fordelt i 12 lige store dele.

QUICK LINKS.

## **DR går med i bredt dramasamarbejde i Europa**

DR og syv andre public servicestationer i Nordvesteuropa er gået sammen om at co-producere i alt otte kvalitetsserier årligt fra 2024. Det betyder, at DR fremover kan vise endnu flere kvalitetsserier på DRTV. Samarbejdet er det hidtil mest vidtfavnende af sin slags i Europa og har fået navnet New8. Det blev offentliggjort i dag på en pressekonference på film- og tv-eventet Mercator Internationale Audiovisivo (MIA) i Rom.

Til stede for DR var dramachef Henriette Marienlund. Hun siger om det nye samarbejde:

– Med New8 ønsker vi at styrke det nordiske og europæiske samarbejde om at skabe, udbrede og finansiere otte kvalitetsserier årligt. Det betyder, at vi kan vise endnu mere public service-fiktion, uden at det koster os mere. Derfor er vi meget glade for, at det er lykkedes at gå sammen om at skabe en stærk, lokal position i et marked, der ellers er domineret af internationale kommercielle streamingtjenester.

Foruden DR består New8 af ZDF (Tyskland), NPO (Holland), VRT (Flamsk Belgien), NRK (Norge), SVT (Sverige), YLE (Finland) og RÚV (Island).

### **Et tillidsbaseret samarbejde**

Samarbejdet mellem de otte deltagere er tillidsbaseret. Det forklarer Henriette Marienlund sådan:

– Som public servicestationer bygger vi på fælles værdier og mål om at lave serier for mennesker ved både at afspejle de samfund, vi lever i, og underholde med frit tilgængelig fiktion fra allerøverste hylde. Vi kender kvaliteten af hinandens dramaproduktioner og er overbeviste om, at europæisk fiktion blot vil blive endnu bedre gennem udveksling af viden og ekspertise mellem deltagerne i New8.

Den tillid, de otte samarbejdspartnere har til kvaliteten af hinandens produktioner, afspejler sig direkte i udvælgelsen af, hvilke serier der skal med i New8. Co-produktion betyder i denne sammenhæng, at parterne hver især vælger, hvad de vil dele og tror vil fungere godt i deltagerlandene. Det valg er alle otte forpligtet til at følge.

### **Inspirationen kommer fra Norden**

New8 bygger videre på det nordiske samarbejde i Nordic Twelve (N12) om co-produktion af dramaserier.

Det har eksisteret siden 2018 og står bag flere end 60 serier. Det drejer sig om serier som 'Carmen Curlers' fra DR, 'Exit' fra NRK og 'Den tynde blå linje' fra SVT, som har fået et stort publikum ikke bare i Norden, men også i andre lande.

– I Norden har vi en lang, fælles historie med tillidsbaseret samarbejde. Der er den model, vi nu tager til et nyt niveau med New8, siger Henriette Marienlund.

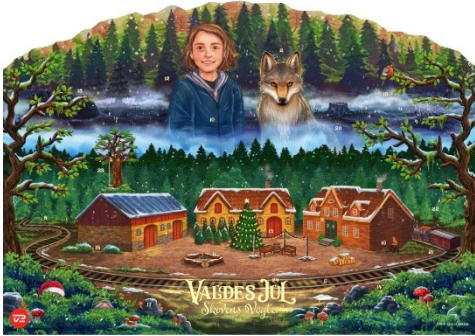
Lidt senere på året vil de første titler i New8-samarbejdet blive offentliggjort, og de vil være klar til at blive vist for publikum i løbet af 2024.

De nordiske public servicestationer skal årligt tilsammen levere fire serier mod 12 i Nordic Twelve-samarbejdet. Det betyder, at DR, SVT og NRK hver skal levere én serie årligt og RUV og YLE en hvert andet år. Herudover skal ZDF levere to serier årligt, mens NPO og VRT hver skal levere én serie årligt. I alt bliver det til otte serier årligt.

Aftalen er i første omgang treårig, men intentionen er, at den skal fortsætte.

**Kilde: DR presse**

## Årets TV 2 julekalender



Den nye familiejulekalender på TV 2 Play og TV 2, 'Valdes Jul', handler om drengen Valde, der opsøges af ulveskifteren Tala. Hun fortæller, at han er udvalgt som Skovens Vogter, og at det ældgamle Modertræ kalder på ham for at genskabe en svunden pagt mellem skovens magiske væsener og menneskene. I 24 afsnit følger vi Valde og Tala gennem et ægte juleeventyr fyldt med natur, nisser, kærlighed og nye venskaber.

Julekalenderen får premiere 1. december, men årets lågekalender kan købes allerede nu – nemlig fra mandag 9. oktober.

Lågekalenderen koster 49 kroner og kan købes i Salling Group (føtex, Bilka, BR og Salling Stormagasiner), Coop (Fakta, Irma, Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen og Lokal Brugsen), Arnold Busck, Politikens Boghal, Børnenes Boghandel, Løvbjerg, Indeks Retail, Dagrofa, Kontur, Harald Nyborg, på Nemlig.com og [julemarket.dk](http://julemarket.dk).

## Malko-vinder vender tilbage til DR Koncerthuset

Den unge dirigent Dmitry Matvienko, som vandt både 1. pris og publikumspris ved Malko Konkurrencen i 2021, vender tilbage til DR Symfoniorkestret og dirigerer to koncerter den 2. og 3. november. Vinderen af Malko Konkurrencen 2021, Dmitry Matvienko, vender tilbage til DR Symfoniorkestret og dirigerer to koncerter den 2. og 3. november.

Det her kommer til at ændre mit liv.

Sådan sagde den dengang 30-årige dirigent Dmitry Matvienko, da han vandt DR Symfoniorkestrets internationale Malko Konkurrence i 2021.

Og det fik han ret i, for med Malko-sejren fulgte en lang række engagementer som gæstedirigent for førende orkestre i hele Europa, USA og Canada.

Nu vender Dmitry Matvienko tilbage til dirigentpodiet i DR Koncerthuset, hvor han skal dirigere det orkester, som førte ham til sejren i 2021. Det sker ved to koncerter den 2. og 3. november, hvor han får selskab af to internationale stjerner, brødrene Arthur og Lucas Jussen, på scenen i Koncertsalen.

## 29-årig tiltalt for at videresælge login til streamingtjenester

Politiets National Enhed for Særlig Kriminalitet (NSK) har rejst tiltale mod en 29-årig mand fra Odense for at sælge omkring en halv million adgange til bl.a. streamingtjenester. Det oplyser [NSK](#) i en pressemeddelelse. Heraf fremgår det, at anklagemyndigheden mener, at manden har videresolgt lister med login-oplysninger.

Manden har ifølge anklagerne desuden oprettet en hjemmeside, hvor der var en salgsfunktion. Købere kunne her købe sig adgang til eksisterende brugeres oplysninger til tjenester såsom TV 2 Play, Viaplay, HBO Max og Podimo enkeltvis.

Oplysningerne stammer ifølge politiet fra datalæk.

Sagen er så alvorlig, at anklagemyndigheden vil nedlægge påstand om fængselsstraf.

”Det er vores opfattelse, at den tiltalte har udnyttet datalæk til at skaffe tilfældige betalende kunders login-oplysninger hos en række populære streamingtjenester for derefter at sælge oplysningerne videre både samlet og enkeltvis. Det har givet køberne mulighed for at misbruge de rigtige kunders konti,” udtaler Brian Kaas Borgstrøm, der er anklagerfuldmægtig i NSK.

Sagen er anmeldt af Rettighedsalliance sidste år, og Maria Fredenslund udtrykker i en pressemeddelelse tilfredshed med, at sagen bringer fokus på, at der udvikles nye modeller til at gøre indhold tilgængeligt ulovligt.

Samtidig med at en stadigt større andel af medieindhold bliver forbrugt på digitale platforme er antallet af sager, hvor brugere ulovligt deler indhold, eller adgang til det, stigende. I sommer blev en 41-årig mand idømt seks måneders fængsel for at have kopieret og delt artikler fra Ekstra Bladet+.

## **Radio- og tv-nævnets udtalelse om DR,s seneste public service-redegørelse**

Radio- og tv-nævnet finder, at DR opfylder de krav der er beskrevet i deres public service-kontrakt for 2019-2023, såvel som deres public service-kontrakt for 2022-2025. Nævnet finder i øvrigt, at redegørelsen giver et fyldestgørende og retvisende billede af DR's programudbud og borgernes brug heraf i 2022.

Læs hele Radio- og tv-nævnets udtalelse om DR's public service-redegørelse [her](#).

Radio- og tv-nævnet har inden afgivelsen af sin udtalelse om public service-redegørelsen gennemført en offentlig høring. Ved fristens udløb havde nævnet modtaget ét høringssvar fra Danske Medier.

Læs mere om høringen over public service-redegørelserne for 2022 [her](#).

## **Høje lytter- og seertal er ikke vigtige**

Ikke-kommercielle medier adskiller sig markant fra deres kommercielle modparter, idet de ikke er drevet af en trang til at opretholde konstante høje lytter- og seertal, som ofte er altafgørende for kommercielle medier for at sikre indtægter og økonomisk afkast.

Mens de kommercielle medieplatforme har en direkte forbindelse mellem antallet af lyttere og deres indtjening gennem reklamer, hvilket skaber en betydelig forskel, har ikke-kommercielle medier et formål, der strækker sig ud over økonomisk gevinst. Deres primære mål er at tilvejebringe værdi for lokalsamfundet og skabe en platform for idéer, der ikke er bundet af konstante forsøg på at maksimere lytte- eller seertallene.

Mens kommercielle medier vurderes på basis af "share" (lyttetid), hvor flere lyttere og længere lyttetid øger reklameeksponering, er ikke-kommercielle mediers succes defineret gennem "reach" (dækning) og "coverage" (omfang). Kantar Gallups Radio Meter-målinger i Danmark viser en dominerende tilstedeværelse af statslige DR og dets syv radiokanaler, hvor P4 alene står for over 43 procent af radiolytningen, mens kommercielle stationer som NOVA ligger længere nede på listen. Ikke-kommercielle lokalradioer måles ikke på samme måde som de kommercielle stationer. Dette skyldes primært omkostningerne ved at deltage i undersøgelser samt den udfordring, det udgør at lave valide målinger for lokale ikke-kommercielle stationer, der sender til små områder.

For ikke-kommercielle medier er fokuset ikke på lytte- og seertal, men på at være folkeoplysende og demokrati-skabende. Det centrale punkt er, at disse medier tjener som vigtige platforme, hvor lokalsamfundet kan udtrykke sig og blive informeret. Dette understreger vigtigheden af ikke kun at have ytringsfrihed, men også adgangen til platforme, hvor disse ytringer kan udtrykkes og høres.

## **Kunstig intelligens fører til fyringer**

De første resultater af brugen af kunstig intelligens medfører nu fyringer af medarbejdere. Senest har Dagbladet Børsen fyret fem ud af otte medarbejdere, der var beskæftiget med layout til printavisen. Efter Børsens overgang til et nyt CMS-system, finder man ikke at der er behov for disse medarbejdere, idet den kunstige intelligens kan erstatte dem.

