



ARF – INFOrmation

Intern Information til ARF-tillidsrepræsentanter
fra bestyrelse

September 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.

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

Møder 2023/24:

1. september	Bestyrelsesmøde SLS - Fredericia
30. september	Landsmøde – Kolding – alle medlemmer har adgang Parkhallen, Fynsvej, Kolding
13. november	TV2 Dialogmøde - Odense
16. november	DR Dialogmøde – DR Byen
29. januar 2024	Bestyrelsesmøde SLS - Ballerup
10. april 2024	Repræsentantskabsmøde SLS – TV2 Nord, Aabybro

Nyt om navne:

- Allan Funding Christensen	ny redaktionschef på TV2 Nyheder og News – kommer fra DR Syd
- Astrid Bernitt-Wolf	fra DR til Radikale Venstre som kommunikationschef
- Mads E Sejerbo Lidegaard	ny chef for DR Analyse
- Jacob Grosen Dandanell	forlader Radio4
- Solaf Masoud	ny vært på DR Ultra Nyt, deles med Jonas Madsen
- Sume Lundby Møller	tidl. nyhedsredaktør, bliver nyhedschef på Radio4
- Martina Batic	ny dirigent for DR Vokalensemblen
- Jon Hasselbalch Mikkelsen	ny journalistisk chef i TV 2's nyhedsafdeling.
- Johannes Langkilde	ny DR-vært på «Aftenshowet»
- Lillian Gjerulf Kretz	vender tilbage som vært på DR - TV Avisen
- Christian Bonde	har sagt op hos DR – var vært på radioprogrammet "Curlingklubben"
- Maria Fantino	DR - stoppede tidligere på sommeren for at blive vært på TV 2- X Factor.
- Fabio Luisi	chefdirigent DR Symfoniorkestret får forlænget sin kontrakt til 2029

Top-10 – seermåling – uge 33-2023 (Seertal - til Flow og streaming)

1	Balladen om kolonihaven	TV2	Tirsdag	464.000
2	Anne og Anders i Canada	DR1	Søndag	441.000
3	Vi drukner i rod	TV2	Mandag	429.000
4	Forræder	TV2	Fredag	412.000
5	Landmand søger kærlighed	TV2	Tirsdag	399.000
6	Alle mod 1	DR1	Fredag	372.000
7	Kender du typen	DR1	Onsdag	372.000
8	Løvens hule - virkeligheden	DR1	Onsdag	359.000
9	Kriminalkommissær Barneby	DR1	Lørdag	309.000
10	Spise med Price	DR1	Mandag	307.000

Kilde: Nielsen

Principper for kunstig intelligens i mediebranchen

Komitéen, som Reporters Without Borders står i spidsen for, forventes at præsentere sit arbejde inden årets udgang. Det skal kunne bruges til at regulere brugen af AI.

En international komité med 21 medlemmer fra 13 lande skal undersøge de udfordringer og dilemmaer, som kunstig intelligens, AI, stiller mediebranchen overfor.

Det skriver organisationen Reporters Without Borders, der står i spidsen for komitéen, ifølge Journalisten i en pressemeddelelse.

Arbejdet skal munde ud i et sæt principper, rettigheder og forpligtelser vedrørende brugen af AI-modeller, som skal kunne bruges til at regulere brugen af kunstig intelligens i mediehusenes redaktionelle arbejdsprocesser.

Ifølge Journalisten forventer komitéen at præsentere sit arbejde inden udgangen af i år.

Spørgsmål til Kulturministeren

Folketingsmedlem Søren Espersen (DD) har 9. august 2023 stillet mig følgende spørgsmål nr. 747, som jeg hermed besvarer.

Spørgsmål: Hvad er ministerens holdning til, at TV 2 altid sender deres Go' programmer fra hovedstaden - aktuelt fra Tivoli og tidligere Københavns Hovedbanegård, og mener ministeren, at TV 2 burde ryste posen og finde en lokalitet i f.eks. Jylland, hvorfra der kunne sendes?

Svar: Ifølge TV 2's forretningsorden er det TV 2's bestyrelse, der har det overordnede programansvar, herunder ansvaret for, at TV 2 opfylder sine public-serviceforpligtelser, mens det er den administrative direktør, der har det daglige programansvar og varetager den daglige administrative og økonomiske ledelse af TV 2. Det er dermed ikke et anliggende for en kulturminister at blande sig i, hvilke lokaliteter TV 2 vælger til at sende konkrete programmer. TV 2 skal, jf. TV 2's public service-tilladelse, i sit samlede programudbud på hovedkanalen tilbyde en bred samfundsmæssig dækning af Danmark og således afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i de forskellige dele af landet.

Radioplayer vil investere mere i fremtidens radio

Det internationale partnerskab vil poste flere ressourcer i en øget tilstedeværelse i biler, nye teknologiske løsninger og i en række digitale enheder.

Det internationale partnerskab Radioplayer Worldwide, som er stiftet for at styrke digital radiolytning, vil øge sine investeringer i udviklingen af digital radio. Det skriver Danske Medier.

Radioplayer har været til stede i Danmark siden 2019, hvor organisationen indgik en aftale med DR, Danske Medier og Bauer Media.

Marianne Bugge Zederkof, der er formand for Radioplayer Danmark og desuden er viceadm. direktør i Danske Medier, mener, at investeringer er vigtige for at ruste radiomediet til en stigende digital fremtid. Konkret skal investeringerne udvide Radioplayers tilstedeværelse i biler og i en række digitale enheder som blandt andet smart-speakers. Investeringerne skal "fremme væksten på det internationale marked," lyder det, og der skal dertil postes penge i nye teknologiske løsninger.

Pengene til investeringerne kommer fra ejerkredsen, som bl.a. består af Bauer Media og BBC.

Marianne Bugge Zederkof forklarer, at stemmestyrede enheder er et centralt fokus i de nye investeringer. "Den teknologiske udvikling drøner afsted, og brugernes adfærd, der i dag er kendetegnet ved, at det skal være let og fleksibelt at lytte til radio og bruge medier generelt, kræver, at radiobranchen fornyer sig og styrker partnerskaber med blandt andet bilbranchen. Samtidig skal vi sikre mediets vilkår overfor de store techvirksomhed," udtaler Marianne Bugge Zederkof i pressemeddelelsen.

"Derfor er Radioplayers øgede investeringer en rigtig god nyhed, der skruer op for udviklingen af radios tilstedeværelse på diverse digitale platforme og enheder," tilføjer hun.

TV 2 laver rokade og får ny USA-korrespondent

Broadcasterens nuværende USA-korrespondent skal fremover være Europa-korrespondent. TV 2 får desuden ny EU-korrespondent.

Lotte Mejlhede skal fra efteråret være TV 2's USA-korrespondent.

Hun afløser Jesper Steinmetz, som efter 13 år som broadcasterens korrespondent i USA skal være TV 2's Europa-korrespondent med base i London.

Lotte Mejlhede skal blandt andet dække det amerikanske præsidentvalg, som finder sted til næste år.

"Jeg har i mine unge år boet i USA og glæder mig til sammen med min gode kollega Celina Liv Danielsen at genopleve landet og bruge min journalistik over there. Vi skal fortsætte en dækning, hvor vi både er ude i krogene og afkrogene af det amerikanske samfund, da det er her, horisonten pludselig ser meget anderledes ud," udtaler Lotte Mejlhede.

Jesper Steinmetz fortæller i pressemeddelelsen, at han har været glad for sine 13 år som USA-korrespondent, men at han i et stykke tid har ønsket at prøve noget nyt.

"Udsendte korrespondenter skal altid se på deres stofområde med friske og nysgerrige øjne, og jeg er ved at revne af begejstring over at skulle prøve kræfter i et Europa, der ligesom USA kæmper med en voksende kløft mellem rig og fattig og er et kontinent, der er ramt af en krig, som har tvunget os til at kæmpe for de frihedsidealer og værdier, der kendetegner os europæere," udtaler Jesper Steinmetz.

Derudover får TV 2 ny EU-korrespondent i Bruxelles i form af Lise Toft Hessellund. Hun overtager posten fra Divya Das. Lise Toft Hessellund har boet og arbejdet i Bruxelles i næsten ti år, og i de seneste otte år har hun været ansat på TV 2.

Slutteligt bliver Anders Lomholt desuden ny korrespondent for international sikkerhedspolitik – en rolle, han skal varetage ved siden af sin funktion som forsvarskorrespondent.

Nyt lovforslag om "Kulturbidrag" fra streamingtjenester

Kulturministeriet i Danmark har i sit seneste lovforslag til det kommende kulturbidrag lagt frem, at der med betydelig usikkerhed kan forventes en indtægt på op til 98 millioner kroner til danske produktionsstøtteordninger. Dette bidrag forventes at stamme fra op til 50 forskellige streamingtjenester, der opererer på det danske marked.

Lovforslaget, som blev sendt i høring i løbet af denne uge, repræsenterer et væsentligt skridt i retning af at sikre en mere bæredygtig finansiering af den danske kultursektor. Med streamingtjenester, der i stigende grad har taget en dominerende position inden for underholdningsindustrien, er det blevet afgørende at sikre, at en passende andel af de indtægter, de genererer, også kommer kulturproduktionen i landet til gode.

Det estimerede beløb på 98 millioner kroner er dog forbundet med en vis grad af usikkerhed. Da det er en ny måde at indsamle bidrag på, kan præcise tal først fastlægges, når streamingtjenesterne begynder at bidrage til kulturbidraget. Ikke desto mindre markerer dette skridt en betydelig satsning på at opretholde og styrke den danske kultursektor gennem mere mangfoldig finansiering.

Kulturbidraget er et resultat af en udvikling, hvor traditionelle indtægtskilder som biografer og fysisk medieproduktion er blevet suppleret af digitale platforme. Streamingtjenester har i mange år været en central kilde til underholdning for både danske og internationale forbrugere. Med dette lovforslag forsøger Kulturministeriet at etablere en mere ligelig fordeling af ressourcerne, så det kunstneriske og kulturelle udtryk kan trives på tværs af forskellige medieplatforme.

Den kommende periode vil byde på yderligere diskussion og forhandling omkring lovforslaget, hvor relevante interessenter og aktører i kultursektoren vil blive involveret i at forme det endelige resultat. Hvis lovforslaget vedtages, kan det have en betydningsfuld indflydelse på finansieringen af dansk kultur og kunst og dermed bidrage til en mere bæredygtig og mangfoldig kultursektor i fremtiden.

En halv million lytter AM

Spanien: Over en halv million radiolyttere i Spanien bruger mellembølge (AM), 20 millioner bruger FM og tre-fire millioner lytter radio på nettet. Men radio overgås markant af både internet og TV i Spanien.

I andet kvartal 2023 lyttede 19,3 millioner borgere i Spanien radio på FM, 3,1 millioner lyttede radio over internettet og 580.000 spaniere lytter radio på mellembølge. Dermed er Spanien – sammen med blandt andet Rumænien – en af de få lange i Europa, hvor mellembølgen stadig bruges i et betydeligt omfang. I Danmark findes kun to radiostationer på mellembølge: Radio208 og World Music Radio, der sender fra Hvidovre og Ishøj. I Spanien findes der over 100 AM-sendere på mellembølgebåndet.

Gennemsnitsalderen for en radiolytter i Spanien er 53,6 år. Men AM-lytterne er noget ældre end FM-lytterne, nemlig henholdsvis 61,6 og 49,3 år.

Mens den statslige public servicestation i Danmark, DR, er langt, langt den mest aflyttede radiostation, så forholder det sig helt anderledes i Spanien. Her bliver public servicestationen RNE overgået markant af hele tre landsdækkende, kommercielle netværk: SER, COPE og Onda Cero.

Det mest udbredte medie i Spanien er internettet, som 87,3 procent (2. kvartal 2023) af befolkningen i Spanien bruger, 80,3 procent ser TV, 54,1 procent lytter radio, 25,5 procent læser blade mens kun 13,6 procent læser dagblade. Skriver SAML.

Tallene stammer fra Estudio General de Medios (EGM).

Mediereguleringen bør tænkes om

Reguleringen af medier bør tænkes fuldstændig om. Det mener formand for Radio- & TV-Nævnet Søren Sandfeld Jakobsen. Han tænker blandt andet på de lokale ikke-kommercielle stationer.

Den danske medielovgivning er ikke fulgt med den digitale medieudvikling og er i øvrigt reguleret helt usammenhængende, mener Søren Sandfeld Jakobsen ifølge Media Watch. Derfor er der efter nævnsformandens opfattelse hårdt brug for en gennemgribende oprydning af hele medieområdet – herunder de mange forskellige mediestøtteordninger.

En af Søren S. Jakobsens pointer er, at visse regler grundlæggende er forældede, og bruger området for lokal-tv og lokalradio som eksempel. Han konstaterer, at dette område er yderst detailreguleret, og at det modtager 50 millioner kroner årligt i tilskud, selv om der ifølge Søren S. Jakobsen ”i dag er meget få brugere tilbage, idet de lokale græsrodder i dag kommunikerer via Facebook, Instagram og YouTube.”

Søren S. Jakobsen efterlyser en oprydning i hele mediereguleringen, og peger på det britiske mediereguleringsorgan Ofcom som et muligt forbillede for en ny dansk model.

En ny medieregulering blev ikke denne gang en del af medieforliget.

Danske Mediers hørings svar over forslag til lov om ændring af postloven

Danske Medier har afgivet hørings svar til lovforslaget om ændring af Postloven, med en opfordring til regeringen om at tilgodese foreninger, der vil blive påført ekstra udgifter som følge af momsen der nu skal betales for distribution. ARF Multimedier kan fuldt ud tilslutte sig opfordringen. Du kan se svaret her:

”Danske Medier takker for muligheden for at kunne bidrage til høringen vedr. lov om ændring af postloven. Danske Medier repræsenterer de danske medievirksomheder, der både historisk og i dag er afhængige af, at der er et velfungerende distributionsnet i hele landet for at kunne udkomme med deres publicistiske produkter. Danske Mediers medlemmer distribuerer hvert år millioner af aviser, magasiner, ugeaviser mv., ligesom Danske Mediers medlemmer for fleres vedkommende er medejere af egne distributionsvirksomheder. Derfor har Danske Mediers medlemmer - både som ejere af distributionsvirksomheder og som brugere af distributionsnettet i Danmark - meget store interesser i, at en ny postlov bliver velfungerende. Opsummerende mener Danske Medier, det er positivt, at man med postaftalen får lige konkurrence på distributionsmarkedet i og med Post Nord's særstatus som eneste virksomhed, der kan levere momsfrit ophører. Dette må imidlertid ikke betyde, at det bliver dyrere at distribuere medier, herunder foreningsblade og magasiner, der med det foreliggende forslag kan blive ramt af øgede distributionspriser. Denne mediegruppe er særdeles vigtig for både mediepluralismen og Forenings Danmark, hvorfor disse mediegrupper også i fremtiden skal have lige så gode muligheder for at lande i danskernes postkasser. Dette uddybes i det følgende. Principielle bemærkninger Danske Medier vil gerne indlede med at rose regeringen for at løfte opgaven med en tiltrængt modernisering af postloven. For længe har det danske postmarked været præget af urimelige konkurrencevilkår, hvor det statsejede svensk-danske PostNord som befordringspligtig virksomhed har skabt unfair konkurrence på distributionsmarkedet til ugunst for de øvrige distributionsvirksomheder og forbrugere. Den gældende lovgivning har betydet, at de danske skatteydere har betalt trecifrede millionbeløb til PostNord gennem en årrække for varetagelse af befordringspligten – penge der i fremtiden vil blive sparet, når mere overlades til et frit marked. Danske Medier betragter postmarkedet som en del af vores vitale infrastruktur og finder det derfor positivt, at aftalepartierne med forslaget tager højde for, at alle borgere i alle dele af landet naturligvis også i fremtiden skal kunne modtage breve og pakker til ensartede priser. På trods af disse 2 / 3 overordnede positive takter i lovforslaget, er der alligevel visse udfordringer, der bør tages højde for, inden en ny postlov kan træde i kraft. Udfordring for visse blade og magasiner Danske Medier mener, der skal findes konstruktive løsninger for de blade og magasiner, der med en indsnævring af befordringspligten – og den heraf følgende momspålæggelse af distributionen – kan møde øgede distributionspriser. Udfordringen består i, at en række organisationer ikke er momsregistrerede og derfor ikke kan modregne den nye moms på distribution. Hvis disse tidligere har anvendt den befordringspligtige virksomhed (der har været momsfritaget), står disse nu over for en væsentlig merudgift på distributionen af deres foreningsblade. Konkret er der tale om patientforeninger, fagforeningsblade mv., der nu står overfor så store ekstraudgifter, at det kan påvirke deres muligheder for at udgive deres medlemsblade med samme frekvens eller simpelthen må droppe den fysiske distribution. Disse blade udgør et væsentligt element for disse foreningers mulighed for at kommunikere med deres medlemmer og er dermed meget vigtige for Forenings Danmark. Denne problemstilling må naturligvis løses, da det aldrig har været den politiske intention fra aftalepartiernes side at stække denne type medier eller foreninger. Dette er en meget reel problemstilling, som vil ramme mange både store og små organisationer direkte. For blade som Fagbladet FOA og BUPL's Børn&Unge estimeres det, at lovforslaget i sin nuværende form vil betyde en merudgift på omkring én million kroner årligt. Det er indlysende at dette kan tvinge sådanne blade til at udkomme sjældnere eller afskedige redaktionelt personale, hvilket i sagens natur aldrig har været den politiske intention bag lovforslaget. Der findes flere veje til at løse denne udfordring. En oplagt mulighed er at de medier, der bliver ramt af pludselige prisstigninger som følge af den nye postlov skal kunne modtage en kompensation svarende til deres merudgift. En anden mulighed er at distributionstilskuddet til ideelle blade og tidsskrifter (Bladpuljen) øges med et beløb svarende til de forventede merudgifter, samtidig med at bekendtgørelsens §1 ændres således

at også fagforeningsblade og blade fra medlemsorganisationer kan søge puljen. Hvor stort en forøgelse af puljen skal være for at udligne de øgede distributionsomkostninger er vanskeligt at sige og vil kræve beregninger fra centraladministrationens side, men er ikke desto mindre fuldt ud muligt. Danske Medier finder således, at der er gode muligheder for at løse problemet, og at der med det forventede betragtelige merprovenu fra det samlede lovkompleks (øgede momsindtægter og reducerede udgifter til PostNords underhold der i lovforslaget estimeres til 150 mio. kr. årligt.) er rigelige økonomiske midler til at løse denne presserende problemstilling. Danske Medier finder afslutningsvis at en løsning på ovenstående problemstilling må findes snarest og inden lovforslaget træder i kraft, så medierne har mulighed for at tilrettelægge økonomi og udgivelsesfrekvens for 2024. Sikring af konkurrencesituationen Postaftalen er indgået på den præmis, at distributionsmarkedet gennem den fri konkurrence vil sikre rimelige priser på forskellige distributionsprodukter. Danske Medier bakker op om denne tilgang og 3 / 3 finder det altovervejende sandsynligt, at markedet vil blive velfungerende med flere konkurrerende virksomheder. Allerede i dag er flere virksomheder etableret i markedet, hvilket indlysende er til gavn for de danske forbrugere. Danske Medier finder alligevel, at det er nødvendigt, at lovforslaget mere præcist definerer, hvordan regeringen vil sikre den fortsatte konkurrence, så markedet ikke kan ende i en duopol- eller monopollignende tilstand. Transportministeriet bør derfor løbende monitorere konkurrencesituationen og gribe ind, hvis der ikke er egentlig konkurrence i dele af markedet - også før der skulle vise sig et egentligt markedssvigt. Garanti for forsyningssikkerhed På trods af en øget digitalisering af samfundet, er muligheden for at kunne sende og modtage post fortsat en afgørende nødvendighed for mange borgere og virksomheder. Derfor er det uholdbart hvis visse adresser selv i kortere perioder risikerer at stå uden postbetjening. I dag er der flere distributionsvirksomheder, der betjener alle adresser i Danmark. Sådan skal det vedblive at være, og derfor bør der med den kommende postlov sikres yderligere foranstaltninger til postvirksomhedernes betjening af samtlige adresser i hele landet. Med postaftalen er der enighed om, at der skal etableres et "sikkerhedsnet", således staten fortsat sikrer distribution til alle adresser i landet, hvis markedet ikke leverer. Danske Medier anbefaler, at dette sikkerhedsnet konkretiseres yderligere i den kommende lov, da det ud fra det foreliggende udkast fortsat synes usikkert, hvordan det i praksis skal fungere. I det foreliggende lovudkast er der lagt op til, at der efter 2024 kun gennemføres undersøgelser af markedet én gang om året. Disse undersøgelser bør formentlig ske hyppigere, hvis disse skal have en rettidig effekt. Herudover anbefaler Danske Medier, at sikkerhedsnettet kan aktiveres før visse geografiske områder måtte miste muligheden for at blive betjent".

Venlig hilsen Mads Brandstrup, Administrerende direktør Danske Medier

Ny rapport: Public service-medier er vigtige for mediebrugerne

Der er generelt høj opbakning til public service-medierne i norden og på tværs af demografien, viser en ny rapport af danskernes syn på public service. Den konkluderer også, at public service-medier ikke konkurrerer med private medier, men supplerer dem.

I en ny temarapport om danskernes brug af nyhedsmedier undersøger medieforskerne Kim Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmgaard Eberholst blandt andet danskernes forhold til public service-medierne.

Rapporten byder på flere bemærkelsesværdige konklusioner:

Når man sammenligner mediebrugernes opfattelse af public service-medierne skiller Danmark, Norge og Finland sig markant ud fra lande som Tyskland og England med hæderkronede public service-medier som ARD, ZDF og BBC samt lande som Frankrig, Spanien og Canada.

I rapporten forklares den høje finske score er, at der i Finland er politisk modstand mod YLE, den finske pendant til DR.

Du kan se rapporten her: [Undgåelse af nyheder, podcast og danskernes syn på public service | Zenodo](#)

Rapport: Danskernes brug af nyhedsmedier 2022

Rapport udarbejdet af: Schrøder, Kim; Blach-Ørsten, Mark; Eberholst, Mads Kæmgaard

I 2022 er vi så småt ved at vende tilbage til det 'normale' billede af danskernes brug af nyhedsmedier, efter at behovet for troværdige informationer om Covid19-pandemien i 2020-2021 styrkede public servicemediernes rolle i det samlede nyhedsbillede, både på den klassiske TV-plattform og på Tv-kanalernes onlinenyheder.

Denne rapport tager en pejling på, hvordan danskerne navigerer i nyhedsmedielandskabet. Det gør vi ved dels at følge op på de udviklingsmæssige nedslagspunkter, som vi har kortlagt systematisk siden 2013 (såsom brug af nyhedsmedietyper, foretrukne nyhedsmedietyper, brandloyalitet på nettet, betalingsvillighed, brug af podcast, m.fl.), dels ved at analysere en række udvalgte temaer mere i dybden.

De særlige emner i denne 2022-rapport er

Tillid til nyhedsmediernes og fake news

Sociale medier og nyheder

Unge brug af nyhedsmedier

Undgåelse af nyheder

Du kan se hele rapporten her: [Danskernes brug af nyhedsmedier 2022 | Zenodo](#)

Stofa bliver til Norlys

Efter 45 år som selvstændigt brand skifter Norlys-ejede Stofa fra midten af september navn til Norlys. Det sker som en naturlig del af Norlys' strategi om at blive ét samlet brand, der kan servicere danskerne fuldt ud inden for energi og tele.

Boxer TV er allerede røget ind under Norlys brandet, det skete i september 2021, og nu er det så Stofa's tur. – Da Norlys-koncernen blev skabt i 2020 var det med en ambition om at samle hele forretningen under ét stærkt brand. Vi har bevæget os i den retning skridt for skridt de seneste år, og nu er vi klar til at satse fuldt ud på Norlys-brandet, også når det kommer til internet og tv. Ambitionen er at levere endnu mere sammenhængende løsninger til kunderne, siger Sune Nabe Frederiksen, der er direktør for Norlys' digitale forretning.

Selvom Stofa skifter navn til Norlys, påvirker det ikke kundernes hverdag. De beholder deres nuværende produktsammensætninger og priser. Kunder, der har en Stofa mail, kan fortsætte med at benytte den.

– Det er vigtigt for os, at kunderne mærker så lidt til skiftet som muligt. Vi har kunder, der har haft Stofa som leverandør i flere årtier, og nogle af dem skal nok lige vænne sig til, at deres produkter fremover leveres i Norlys navnet. Men jeg kan forsikre kunderne om, at de ikke oplever andre forskelle, end at deres produkter og services skifter navn, siger Sune Nabe Frederiksen.

Stofas kunder vil snart få brev om, at Stofa skifter navn til Norlys.

Historien om Stofa:

1959: Anton Petersen stiftede selskabet Anton Petersen A/S, som i begyndelsen solgte antenner. Hurtigt så han dog muligheden i fælles antenneanlæg, som for alvor blev startskuddet for etableringen af Stofa. Det første fællesantenneanlæg blev etableret i Boligforeningen Odins gård i Horsens.

1978: Anton Petersen A/S skifter navn til Stofa A/S. Stofa står for Store Fællesantenne Anlæg. Det sker i forbindelse med at en række store virksomheder køber en stor del af selskabets aktier.

1989: Stofa begynder at sælge tv-programmer til antenneforeninger. Frem til slutningen af 80'erne havde Stofa kun ét ben at stå på nemlig opbygning og servicering af antenneanlæg.

1997: Stofa kobler de første kunder på internettet

2012: Stofa blev opkøbt af det daværende energiselskab SE. SE fusionerede i 2019 med Energi til Norlys

De skal sammensætte den nye DR-bestyrelse

Kulturministeriet har sammensat det udvalg, der skal se på sammensætningen af DR's bestyrelse. Blandt de syv medlemmer finder man ansigter, der tidligere har huseret på direktørgangene i store danske medievirksomheder.

Følgende personer er medlem af udvalget:

- Steen Kyed, formand for udvalget og afdelingschef Kulturministeriet.
- Adrian Lübbert, afdelingschef Finansministeriet.
- Anne Mette Dissing-Immerkær, partner hos Heidrick & Struggles (Konsulent og rekrutteringsselskab).
- Mette Maix, tidl. adm.dir. Rosendahl.
- Gitte Rabøl, selvstændig rådgiver og medlem af Radio- og tv-nævnet.
- Peter Normann, finansdirektør Gyldendal.
- Henrik Ravn, selvstændig rådgiver.
-

Interessant, at ingen "alm". lyttere og seere er med i udvalget. - ARF Multimedier ønsker at der bliver plads til en lytter og seerrepræsentant i den kommende DR-bestyrelse. Hidtil har bestyrelsen været politisk sammensat, med deltagelse af en repræsentant fra de forskellige politiske partier. Den nye bestyrelse skal træde i funktion 1-1-2025.



© www.ClipartsFree.de