# ÅRSBERETNING 2008
# ANNUAL REPORT 2008

The magazine issue
2009

NORD|VISION

EKSTRA UDVIKLINGSPENGE TIL FAKTAPROJEKTER
INCREASED DEVELOPMENT FUNDS TO FACTUAL PROGRAMMES

## *De bestiller... i NV-bolagene*

## *They commission... in NV countries*

INSPIRATION FRA NV-BOLAGENE
INSPIRATION FROM NV BROADCASTERS

## MEST BEMÆRKELSES VÆRDIGE SAMPRODUKTIONER

## MOST REMARKABLE COPRODUCTIONS IN 2008

Programudvekslingen stiger og stiger

Programme exchanges keep on growing

**BOLLER AF STÅL**
UDVEKSLING
DR

**ANACONDA**
UNDERVISNING
UR
(YLE)

**FAKTOR**
UDVEKSLING
NRK

**EMIGRANTERNA**
UDVEKSLING
SVT

**MILLE**
BØRN
DR
(NRK, SVT, YLE)

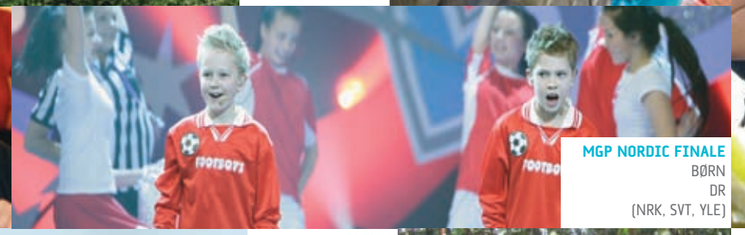
**HIMMELBLÅ**
DRAMA
NRK
(RUV, SVT, YLE)

**HJÄRNSTORM**
UDVEKSLING
SVT

**SOMMER**
DRAMA
DR
(NRK, RUV, SVT, YLE)

**MEDIAKOMPASSIN VIESTIKARTTA**
UNDERVISNING
YLE

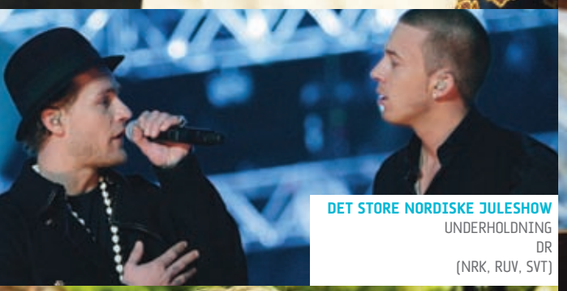
**MØNSTERBRYDER**
UDVEKSLING
DR



**MGP NORDIC FINALE**
BØRN
DR
(NRK, SVT, YLE)

**GLENN**
DRAMA
YLE
(NRK, SVT)

**FLIP THE COIN**
UNDERSØGENDE JOURNALISTIK
DR
(SVT, NRK)



**DET STORE NORDISKE JULESHOW**
UNDERHOLDNING
DR
(NRK, RUV, SVT)

**SELMA**
DRAMA
SVT
(NRK)

**REINLYKKE**
FAKTA
NRK
(SVT)

**LÆRERE PÅ UDEBANE**
UNDERVISNING
UR
(DR, NRK, YLE)

**AF1**
BØRN
NRK
(DR, SVT)

## Forord

–

2008 har været et år med kæmpe forandringer i stort set alle nordiske bolag; store besparelser, sammenlægninger af produktionsenheder og fyringer af medarbejdere.

Også indenfor Nordvisionssamarbejdet har arbejdet stået i forandringernes tegn. Tilpasning af programsamarbejdet til bolagenes strategier, omstrukturering af fakta - samarbejdet, og implementeringen af det digitale distributionssystem Nordif 2, - er blot nogle af de forandringer samarbejdet har budt på i 2008.

Trods disse store forandringer er det samlede programsamarbejde målt i antal genererede timer, uændret i 2008 i forhold til rekordåret 2007. Samlet set fortsætter altså det meget høje aktivitetsniveau, som det nordiske tv - og mediesamarbejde er oppe på i disse år.

Mulighederne for et yderligere samarbejde i tiden fremover styrkes bl.a. af det nye digitale distributionssystem Nordif 2. Vi ser allerede ansatser til at udveksle endnu flere programmer og indhold, f.eks. hos temakanalcheferne, i børne- og undervisningsgruppen. Endvidere vil Nordif 2 give mulighed for mere udveksling af kultur og musikindhold.

Ved årsskiftet fik Nordvisionssamarbejdet en ny ordførende. Gunilla Olhs (YLE) forlader, efter 3 år, posten til fordel for Annika Biørnstad, mediedirektør i NRK. Stor tak til Gunilla Ohls for hendes indsats og et stort velkommen til Annika Biørnstad.

Tak for et rigtig godt samarbejde i 2008.

*Gunilla Ohls, ordførende - og Henrik Hartmann, generalsekretær i Nordvision*

## Foreword

–

2008 was a year of challenges for almost all the Nordic broadcasters, involving major cuts, production unit mergers and redundancies.

Change also affected the Nordvision partnership: programme cooperation was adjusted to fit broadcaster needs, the factual programme partnership was restructured, and the digital distribution system Nordif 2 was implemented. These are but a few of the changes the Nordvision partnership underwent in 2008.

Despite these major changes overall programme cooperation in terms of hours generated was unchanged compared to 2008, which was a record year. Overall the high activity level achieved by the Nordic television and media partnership in recent years has thus remained unchanged.

The potential for further cooperation in the years to come will be strengthened by Nordif 2. We are already seeing movements towards exchanging even more programmes and content amongst heads of theme channels and the children and youth group. Nordif 2 will also enable more exchanges of cultural and music content.

With the New Year the Nordvision partnership acquired a new chair. After three years in the chair Gunilla Olhs (YLE) handed the chairwomanship over to Annika Biørnstad, media director at NRK. Nordvision is extremely grateful to Gunilla Ohis for her efforts and extends a very warm welcome to Annika Biørnstad.

Thank you for all your cooperation in 2008.

*Gunilla Ohis, Chair, and Henrik Hartmann, Secretary General, Nordvision*

PHOTO: YLE

*GUNILLA OHLS*

PHOTO: DR

*HENRIK HARTMANN*



NORDVISION ÅRSBERETNING 2008
NORDVISION ANNUAL REPORT 2008

**Udgivet af** Published by
Nordvision ©2009

**Design** Design by
DR Design

**Forsidefoto** Cover photo
MGP Nordic finale, The Black Sheeps fra Norge vandt MGP Nordic. Foto af Bjarne Bergius Hermansen
MGP Nordic finale, he Black Sheeps fra Norge vandt MGP Nordic. Photo by Bjarne Bergius Hermansen

**Tryk** Printed by
Schultz Grafisk

## NV i tal 2008
## NV in figures 2008

—

**1.829** timers tv-samarbejde
hours generated by the Nordic television partnership

**3.613** programmer i alt i alle NV-bolagene
programmes in total among the Nordvision broadcasters

**940** udvekslede nyhedsindslag
news items exchanged

**106** færdiggjorte samproduktionsprojekter
completed coproductions

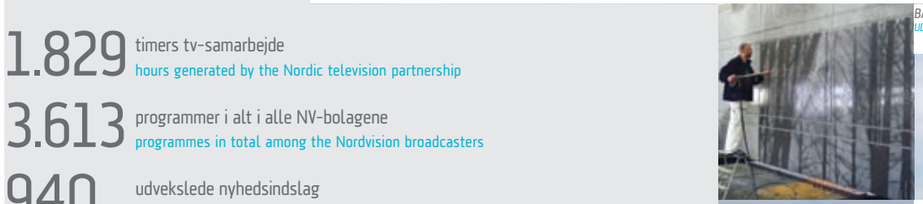
**100** nye samproduktionsforslag
new coproduction proposals

**181** igangværende samproduktioner (i slutningen af året)
coproductions in production (at the end of the year)

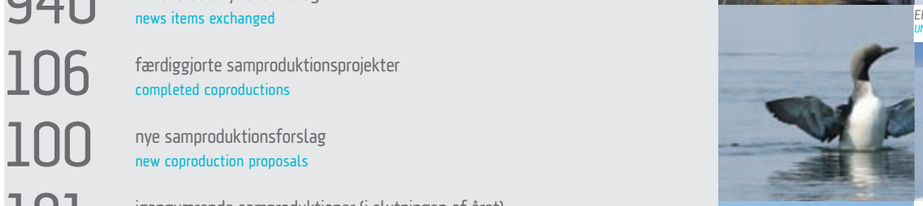
**62** samproduktionsprojekter fik støtte fra Nordvisionsfonden
coproduction proposals received Nordvision Fund support

**12** udviklingsprojekter fik R&U støtte fra Nordvisionsfonden
development projects received R&D support from the Nordvision Fund

PHOTO: JOHANNES JANSSON/NORDEN.ORG, EFVA HENRYSSON, RISTO SALOVAARA, AASGEIR HELGESTAD, FLEMMING JEPPESEN (FOKUS)

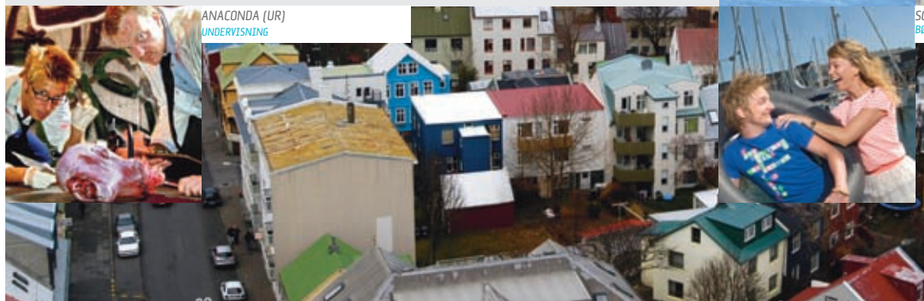


*BÄSTA FORMEN (SVT)*
*UDVEKSLING*



*EKOLOKERO (YLE)*
*UNDERVISNING*

*UT I NATUREN (NRK)*
*UDVEKSLING*



*ANACONDA (UR)*
*UNDERVISNING*

*SOMMER SUMMARUM (DR)*
*BØRN*

# STOR NORDISK NYHEDSUDVEKSLING I 2008 LARGE SCALE NORDIC NEWS EXCHANGES IN 2008

–

2008 blev det næstbedste udvekslingsår nogensinde i samarbejdets historie. De nordiske nyhedsafdelinger udveksler dagligt deres nyhedsindslag via et digitalt distributionssystem Nordif 1. Nyhedsafdelingerne tilbød over 1500 indslag i 2008 til hinanden, og over 900 blev brugt i 2008. Mange nyhedsindslag var især præget af den økonomiske krise, og specifikt, som den har ramt Island.

–

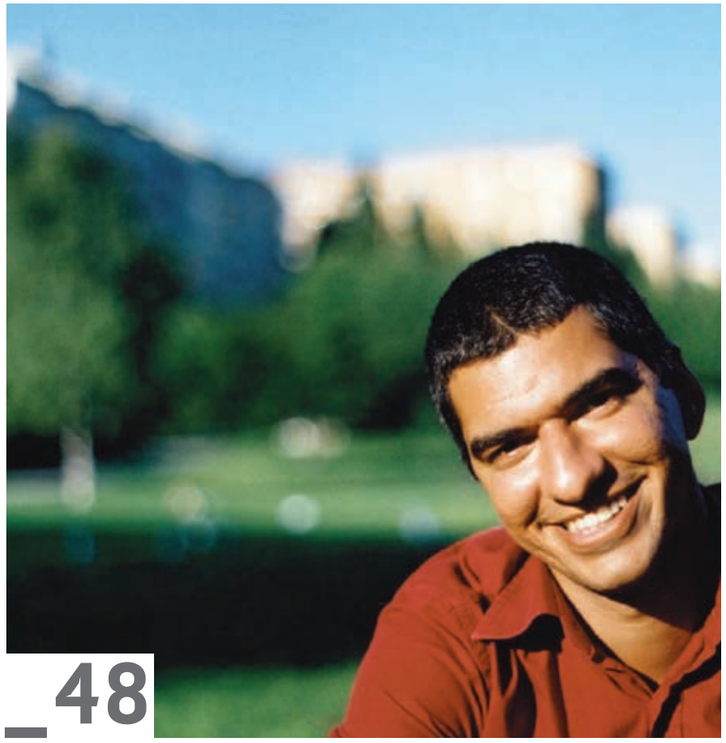
2008 was the second largest exchange year in the history of the partnership. The Nordic news departments exchange their news items every day via Nordif 1, a digital distribution system. The news departments offered each other more than 1500 news items in 2008, and over 900 of these were used. Many news items were characterized by the economic crisis, particularly its effects on Iceland.

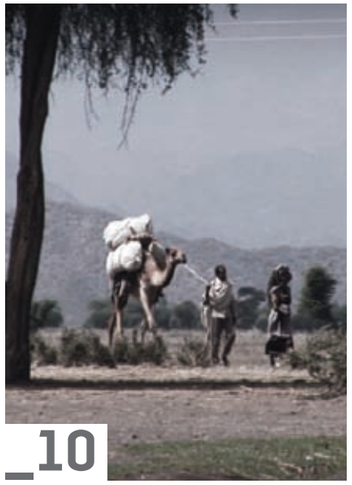
# INDHOLD
# CONTENT

**04 KORT NYT/ IN BRIEF**

**12 NORDVISION PROGRAMSAMARBEJDE I 2008/ PROGRAMME COOPERATION 2008**
**12** MGP Nordic - det er bare noget vi leger! MGP Nordic is only a game!
15 Børnegruppen i tal Children's group in figures
16 Prix Italia til norsk slægtssaga Prix Italia goes to Norwegian family saga
19 Dramagruppen i tal The drama group in figures
20 Iskold faktaudvikling Factual programmes development as cold as ice
22 Faktagruppen i tal The factual programmes group in figures
23 Fælles konceptudvikling og stram styring
Joint concept development and tight controls
25 Undervisningsgruppen i tal Educational group in figures
26 International undersøgende journalistik i nationale versioner
National editions of international investigative journalism
28 Undersøgende journalistik-gruppen i tal
Investigative journalism group in figures
29 Programudvekslingen stiger og stiger
Programme exchanges keep on growing
34 Udvikling med nordisk perspektiv
Development from a Nordic point of view
37 Nye fondsregler for udviklingsstøtte
New NV Fund rules for development support

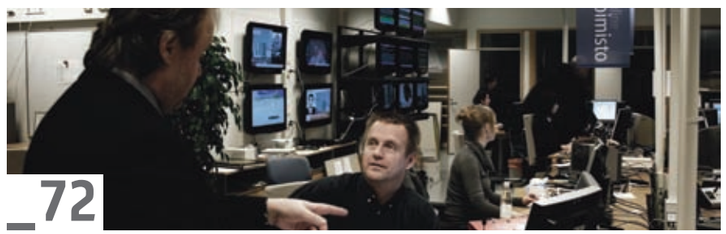
**38 DE BESTILLER... THE COMMISSIONERS...**
38 Gerne mere formatsamarbejde More cooperation on formats please
42 Store forhåbninger til fremtidigt faktasamarbejde
Great expectations of cooperation on factual programmes in future
46 Vi skal blive mere frække på faktaområdet
We need to be sassier in the factual programme area


_48


_10

_70

_15


_72



48 Børneprogrammerne skal markedsføres bedre
Children's programmes need better marketing
52 Vigtigt at bestillerne snakker strategi
Commissioners need to talk strategy

**56 NYE NATIONALE SATSNINGER**
**NEW INITIATIVES AMONG NORDIC BROADCASTERS**
56 Udlands-tv til spotpris (DR)
DR 2 Udland: foreign news at knock-down prices (DR)
58 NRKs populæreste website udveksles (NRK)
The most popular website at NRK to be exchanged (NRK)
60 I en klasse for sig (SVT) In a class of their own (SVT)
64 YLEs website tiltrækker de unge (YLE)
YLE website attracting young people (YLE)
66 Brug er værdi - når kulturarven sikres og sættes i spil! (DR)
Use is value when we secure our cultural heritage and make it accessible (DR)
68 Nye roller for NRKs bestillere og producenter (NRK)
New roles for NRK commissioners and producers (NRK)
70 SVT tilbyder tv i superkvalitet på nettet (SVT)
SVT offers HD quality TV online (SVT)
72 Eget nyhedsbureau har øget medarbejdernes stolthed (YLE)
An in-house news agency has increased staff pride (YLE)

**74 OVERBLIK OVERVIEW**
74 Nordvision-fonden i 2008 Nordvision Fund in 2008
76 Statistik 2008 Statistics 2008
76 Samproduktion Co-production
78 Udveksling af programmer Programme exchange
79 Organisationsdiagram Organisational chart
80 Kontaktlisten Contacts

_42

_29

_60

_20

_16

PHOTO: 48: SVT. 10: EXPRESS TV. 70: SVT. 15: OLE KALAND. 72: YLE. 42: SEPPO SARKKINEN. 29: ARILD HAGEN. 20: NIKOLAJ BOCK/ NORDEN.ORG. 16: ANNE LIV EKROLL. 60: NILS BERGENDAL

# ANNIKA BIØRNSTAD NY ORDFØRENDE FOR NORDVISION

## ANNIKA BIØRNSTAD NEW NORDVISION CHAIRPERSON

PHOTO: OLE KALAND (NRK)

–

NRK's mediedirektør Annika Biørnstad afløser Gunilla Ohls (YLE), som ny ordførende for Nordvision fra og med 1. januar 2009. Annika har bl.a. en fortid i NRK, som producent i NRKs børneprogramafdeling, og som direktør for det tidligere fælles nordiske produktionsselskab Nordmagi. Senest har Annika været tv-chef i NRK. Annika Biørnstad sidder som ordførende for Nordvision til og med 2011.

–

Annika Biørnstad, The NRK media director, takes over from Gunilla Ohls (YLE) as the new Nordvision chair as of 1 January 2009. Annika's career at NRK includes the post of producer for the NRK children's department, and she was director of Nordmagi, the former joint Nordic production company. More recently she was head of television for NRK. She will serve as chair of Nordvision until the end of 2011.

# "SAGT I DENNE RAPPORT"

## "SAID IN THIS REPORT"

–

"Vi har efterhånden lært, at en målrettet konceptudvikling er uhyre vigtig for at få en rigtig god fælles opstart på vore nordiske samproduktioner og for det færdige resultat",
***Else Bro Thuestad (DR), ordførende for undervisningsgruppen***

For den nordiske programudveksling blev 2008 et år med mange og store udfordringer, men alligevel igen et år med rekord. Hele 1.923 programmer (eller 957 programtimer) – blev taget hjem – en forøgelse på 15 procent i forhold til 2007.

"Jeg har oplevet – også når jeg ser nordisk public service tv – at vi har tendens til at være for pæne og for kedelige".
***Flemming Hedegaard Larsen, fakta-livsstil bestiller på DR1***

"Jeg kunne godt ønske mig, at det nordiske samarbejde var mere organisk; fra, at det er rart at have – til noget, vi ikke kan leve uden, noget der indgår i mit daglige arbejde.
***"Safa Safiyari, børnebestiller på SVT***

"Jeg havde gerne mødtes oftere med bestillerne for at snakke strategi, og jeg håber det nye faktasamarbeide kan give anledning til flere sådanne træf"
***Jon Ola Sand, Bestiller NRK***

"Det er tydeligt, at mange medarbejdere har fået større selvtillid, og de er blevet mere stolte af deres arbejde"
***Atte Jääskeläinen, ansvarlig chefredaktør for YLE Nyheder***

–

"We have learned that focused concept development is extremely important in order to ensure really good starts for our Nordic coproductions and also to the final result".
***Else Bro Thuestad (DR), chairperson of the educational programmes group***

2008 was a year with lots of challenges for the programme exchanges, many of them major, but nevertheless a year which broke records. No fewer than 1923 programmes (957 hours) were exchanged among the Nordvision broadcasters; an increase of 15 per cent over 2007.

My experience – also of Nordic public service television – is that we tend to be too fastidious and too dull".
***Flemming Hedegaard Larsen, factual and lifestyle commissioning editor for DR1***

"I would like to see more organic Nordvision partnership form from something it is nice to have to something we can't live without."
***Safa Safiyari, commissioning editor for children's programmes at SVT***

"I would like to meet commissioners more often to discuss strategy: I hope the new factual programme partnershio will occasion more such meetings".
***Jon Ola Sand, commissioning editor at NRK***

"It is obvious that the staff has gained in confidence; we take more pride in our work".
***Atte Jääskeläinen, the chief editor of YLE News***



# EMMY-NOMINERINGER TIL NORDISKE SAMPRODUKTIONER

## TWO NORDIC COPRODUCTIONS RECEIVED INTERNATIONAL EMMY AWARD NOMINATIONS IN 2008

PHOTO: NORDISK FILM

*PING PONG (NRK)*
*BØRN*

PHOTO: NORDISK FILM

To nordiske samproduktioner blev nomineret til en international Emmy i 2008:

**Forbrydelsen (DR)**
"Forbrydelsen's" (sæson 2), der var nomineret til en Emmy i kategorien "Bedste internationale dramaserie". Forbrydelsen er en nordisk samproduktion med bidrag fra NRK, RUV, SVT og YLE.

**Ping Pong (NRK)**
"Ping Pong" var nomineret i kategorien "bedste børne- og ungdomsprogram". Kaja Flo Hauge spiller den adopterede Catia, som drømmer om at rejse til Kina, hvor hun blev født. For at få dette til må hun kvalificere sig til en international bordtennisturnering i Beijing.
"Ping Pong" er produceret af Nordisk Film. Programmet er en nordisk samproduktion med bidrag fra SVT, DR og YLE.

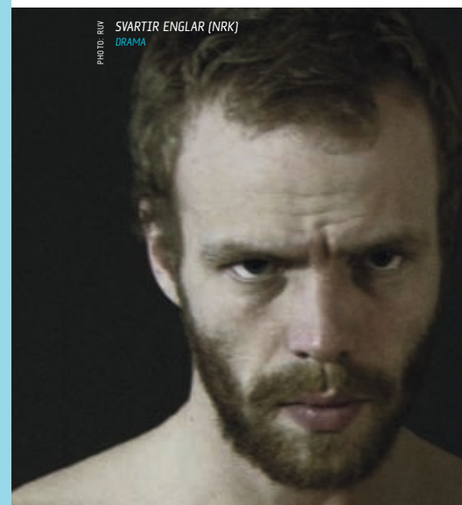
*Ingen af programserierne vandt desværre, da de internationale Emmy-priser blev uddelt den 24 november 2008 i New York.*

**Forbrydelsen (DR)**
Season 2 of this crime thriller series was nominated in the Best International Drama Series category. It is a Nordic coproduction with contributions from NRK, RUV, SVT and YLE.

**Ping Pong (NRK)**
"Ping Pong" was nominated in the Best Children and Youth Programme category. Kaja Flo Hauge plays Catia, an adopted girl who dreams of going to China, the country of her birth. To do so she has to qualify for an international tabe tennis competition in Beijing.
"Ping Pong" was produced by Nordisk Film. It is a Nordic coproduction with contributions from SVT, DR and YLE.

*Sadly neither series won awards at the ceremony in New York on 24 November 2008.*

PHOTO: RUV



*SVARTIR ENGLAR (NRK)*
*DRAMA*

# TURBULENT ÅR FOR RUV

## A TURBULENT YEAR FOR RUV

Den islandske Nordvisions partner, RUV, har i 2008 været ude i en turbulent periode. Finanskrisen og uafklarede forhold omkring RUVs økonomiske forhold i 2009, har haft en stor indflydelse på RUV i det forgangne år. RUV måtte derfor i slutningen af 2008 spare cirka 20 procent på budgettet samt afskedige flere medarbejdere.

RUV, the Icelandic Nordvision partner, experienced turbulence in 2008. The economic crisis and uncertainties as to RUV's financial situation for 2009 have impacted severely on the broadcaster. At the end of 2008 RUV had to reduce approximately 20 per cent of its spending and make numbers of employees redundant.

# 10

## INTERNATIONALE PRISER OG SOLGT TIL 55 LANDE
## INTERNATIONAL AWARDS AND SALES TO 55 COUNTRIES

Den nordiske samproduktion "Fremskridt på afveje" om det globale miljøs historie (8 x 30 min.) er nu solgt til over 55 lande. Det seneste land,som har købt serien, er Iran.

Serien har indtil nu modtaget 10 internationale priser og er måske en af de mest populære nordiske samproduktioner nogensinde - målt i international udbredelse.

Serien er en samproduktion mellem DR, NRK, UR, YLE og Det Danske Filminstitut, og er produceret af Jakob Gottschau fra det danske produktionsselskab Express TV.

The Nordic coproduction "Fremskridt på afveje" on the history of the global environment (8 x 30 minutes) has been sold to 55 countries. The latest country to buy the series was Iran.

The series has won ten international awards so far, and is one of the most popular Nordic coproductions ever in terms of international diffusion.

The series is a coproduction by DR, NRK, UR, YLE and the Danish Film Institute. It was produced by Jakob Gottshau from Express TV, a Danish production company.

# FAKTAPITCH 2009 I OSLO
## FACTUAL PROGRAMMES PITCH 2009 IN OSLO

Den næste faktapitch afholdes den 20. og 21. april 2009 i Oslo. Faktapitchen er åben for alle faktarelaterede programmer i bredeste forstand, herunder også kultur og musik.

For at revitalisere det nordiske fakta-samarbejde og for at styrke udviklingen af relevante faktaprojekter, afsættes en særlig pulje på 500.000 DKK fra Nordvisionsfonden i 2009 - udelukkende til faktaprojekter. Faktabestillerne kan selv uddele midlerne direkte, uden om de normale fondsfrister.

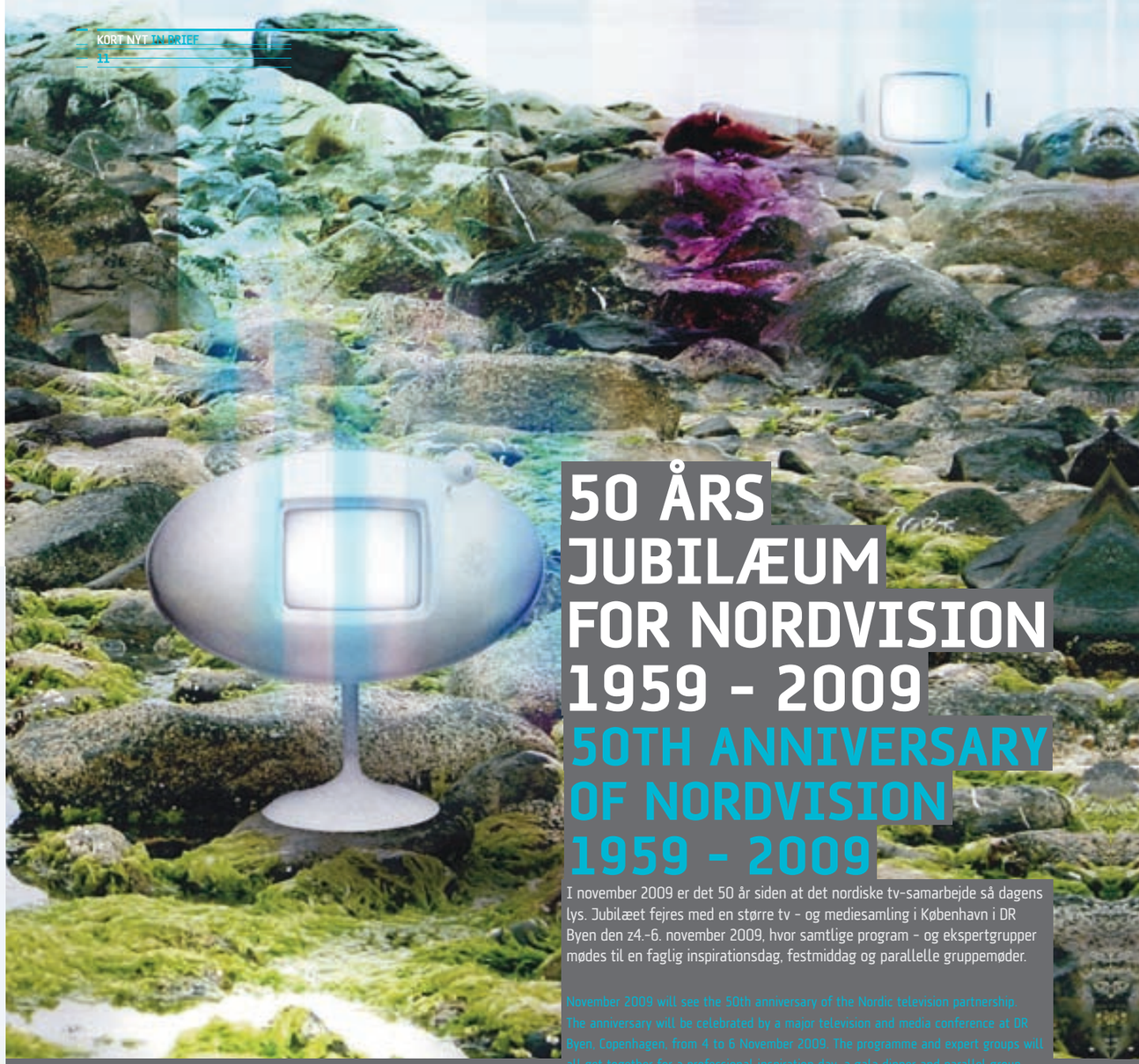
The next factual programmes pitch will be in Oslo on 20 and 21 April 2009. It is open to any factual programmes in the broadest sense, including culture and music.

To revitalize the Nordic factual programme partnership and to strengthen the development of relevant factual programme projects a special reserve of DKK 500 000 has been allocated by the Nordvision Fund for 2009 exclusively for factual programmes. Factual programme commissioners can distribute these funds directly, independently of the usual Nordvision Fund deadlines.

PHOTO: HANS B HARTVIGSEN

*REINLYKKE (NRK, SVT)*





# 50 ÅRS JUBILÆUM FOR NORDVISION 1959 - 2009
## 50TH ANNIVERSARY OF NORDVISION 1959 - 2009

I november 2009 er det 50 år siden at det nordiske tv-samarbejde så dagens lys. Jubilæet fejres med en større tv - og mediesamling i København i DR Byen den 4.-6. november 2009, hvor samtlige program - og ekspertgrupper mødes til en faglig inspirationsdag, festmiddag og parallelle gruppemøder.

November 2009 will see the 50th anniversary of the Nordic television partnership. The anniversary will be celebrated by a major television and media conference at DR Byen, Copenhagen, from 4 to 6 November 2009. The programme and expert groups will all get together for a professional inspiration day, a gala dinner and parallel group meetings.

1959 NORD | VISION 2009

# MGP NORDIC

## - DET ER BARE NOGET VI LEGER! MGP NORDIC IS ONLY A GAME! >

PHOTO: BJARNE BERGIUS HERMANSEN

Da MGP Nordic fandt sted i Århus lørdag den 29. november sad over 2 millioner seere i de nordiske lande bænket foran skærmen. The Black Sheeps og det norsk-samiske bidrag "Oro Jaska Beana" ("Ti stille, hund") blev kåret som det bedste nordiske bidrag.

I 2008 var det tredje år MGP Nordic blev afholdt. I Århus blev otte nordiske bidrag præsenteret fra de fire nationale finaler i Norge, Sverige, Finland og Danmark.

Rikke Lauridsen, B&U-chef i DR, har benyttet erfaringerne fra de to foregående år på NRK og SVT til at skabe et endnu bedre arrangement.

**VISUEL HUMOR LØSER SPROGLIGE UDFORDRINGER**

"Et af konceptets kerneværdier, som vi hele tiden arbejder på at styrke, er børnenes deltagelse og samhørighed," siger Rikke Lauridsen.

Dette års slogan er "det er kun noget vi leger!" Det at udnytte legen tager fokus væk fra det konkurrencemæssige element.

Denne holdning har også praktiske konsekvenser: deltagerne er samlet i et "green room" til højre i salen, omringet af børn blandt publikum.

"Sådan fremhæver vi sammenholdet, og at det er en fest på børnenes præmisser, " fortæller Rikke Lauridsen

"Og det er et vigtigt element, at børnene hepper på - og støtter - hinanden."

"Den vigtigste udfordring er at løse den sproglige barriere," siger Rikke Lauridsen - især når slutrunden skal afholdes i Danmark. Vi arbejder meget med visuel humor og at finde andre snitflader end sproget. Alle lande har også deres egen kommentator, der fører seerne gennem udsendelsen på deres eget sprog.

**MERE MGP?**

Nu, samarbejdspartnere har holdt hver deres finale vil Nordvisionspartnerne evaluere projektet og drøfte fremtiden for børne-MGP.

De nationale MGP-finaler har traditionelt været mere vellykkede end de nordiske.

Men i år var halvdelen af de nordiske norske seere, og støtte til den nordiske finale var over en million seere, mod lige under 600.000 for den nationale finale.

**MGP HELE ÅRET**

Hildri Gulliksen, redaktionschef for børneredaktionen i NRK, forklarer dette med, at det norske vinderbidrag på forhånd var meget populær og havde fået bred eksponering, hvilket gjorde at publikum var interesseret i at følge dem i finalen.

Hertil kommer, at NRK har satset stærkt på MGP Nordic de seneste år

"Vi har øget budgetterne og gjort MGP Nordic til en helårsevent," siger Hildri Gulliksen.

"Vi dækker begivenheder såsom udvælgelse af deltagere, auditions, blivkendt træf og finaleugen på NRK Super, og sender alle de øvrige nordiske finaler."



*MGP NORDIC FINALE 2008*

# > MGP Nordic is only a game!

When MGP Nordic - the Junior Eurovision Song Contest for the Nordic countries - took place in Århus on Saturday 29 November more than 2 million viewers from the Nordic countries were glued to the screen. The Black Sheeps and the Norwegian-Saami entry "Oro Jaska Beana" ("Quiet, Dog!") won the accolade for the best Nordic entry.

2008 was the third year of MGP Nordic. Eight Nordic entries were presented in Aarhus from the four national finals in Norway, Sweden, Finland and Denmark.

Rikke Lauridsen, head of the DR Children & Youth department, drew on experiences from the two previous years at NRK and SVT to enhance the event still further.

**VISUAL HUMOUR BEATS THE LANGUAGE BARRIER**

"One of the core values of the concept that we are continually trying to strengthen is the sense of participation and belonging that the children feel", says Rikke Lauridsen. This year's slogan was "only a game!". Using playful elements removes the spotlight from the element of competition.

This philosophy also has practical consequences: the children gather in a greenroom to the right of the auditorium surrounded by children from the audience. "This emphasises the feeling of togetherness and the fact that it is a party on the children's own terms", Rikke Lauridsen tells us. "And having the children cheering the other kids on and supporting them is a vital element".

"The most important challenge is overcoming the language barrier", she says, particularly when the finals are held in Denmark. "We incorporate a lot of visual humour and we search for alternatives to language to use as our interface. Each country has its own commentator, too, to guide viewers through the series in their own languages", says Lauridsen.

**MORE MGP?**

Now that the original MGP partners have each mounted the finals the Nordvision partners want to assess the project and to discuss its future.

The national MGP finals have generally worked better than the Nordic final. But this year half of the Nordic viewers came from Norway, and over a million of them watched the Nordic final as compared to just under 600 000 for the Norwegian final.

**MGP ALL YEAR ROUND**

Hildri Gulliksen, head of commissioning for the children's department at NRK, explains the Fact that half of the iewers of the Nordic final were Norwegian by the enormous popularity of the Norwegian entry and its broad exposure prior to MGP, which made audiences want to follow its progress through the final.

NRK has also put a lot of effort into MGP Nordic in the last few years. "We have increased spending and made MGP Nordic into a year-round event", Hildri Gulliksen says.

"We cover events such as the selection of the entries, auditions, meet-and-greets, the finals week on NRK Super TV-channel, and we broadcast all the other Nordic finals".



# BØRNEGRUPPEN I TAL
## CHILDREN'S GROUP IN FIGURES

**RESULTS IN 2008.NUMBER OF**

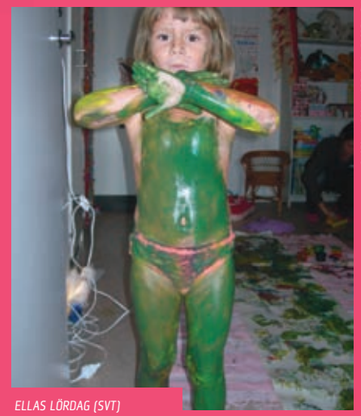
| | |
|---|---|
| Active co-production projects | 42 |
| Hours generated, in total | 219 |
| New programme proposals | 27 |
| Projects supported by the NV-Fund | 24 |

**DEVELOPMENT SUPPORT**

Imago (SVT)
Melker och Moa (SVT)
Musikalske morgenritualer (DR)
Shake it! (SVT)

*AMIGO (SVT)*

*MILLE (DR)*



*ELLAS LÖRDAG (SVT)*

**PRODUCTION SUPPORT**

Ada Badar 2009 (YLE)
AF1 (NRK)
En god historie (DR)
En god historie (NRK)
En god historie (YLE)
Guds tre flickor (SVT)
Kasper (SVT)
Lilla spöket Laban (SVT)
Livet på landet (SVT)
MGP Nordic (finaler i Danmark, Finland, Norge og Sverige og nordisk finale i Danmark)
Mille (DR)
Minimyror i Kenya (SVT)
Mitt skip er lastet med (NRK)
Tjuv och tjuv (SVT)
Unna Junna (SVT)
Ulandskalender (DR)

**COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS**

Ada bader
Amigo III
Barbacka Äventyr - Katalonien
En god historie XV
En riktig jul
En unge till
Hundeparken 3.0
Jack og Pedro
Jul i Svingen
Lilla spöket Laban
Malena
Manda
MGP Nordic 2008 (nordisk finale og nationale finaler)
Ordlös humor - Tjuv och tjuv
Pingpong
Schhhhh!
Pilgiftsgrodor
Volymproduktion pilot

*AF1 (NRK)*

*LILLA SPÖKET LABAN (SVT)*

**CHAIR**
**STYRINGSGRUPPE / STEERING GROUP**

| | |
|---|---|
| Meetings in 2008 | Malmö, 31.3-2.4.2008 |
| | Oslo, 9.-10.10.2008 |
| Meetings in 2009 | Helsinki, 19.-20.3.2009 |

PHOTO: AMIGO ANDREAS HELLERGREN, ELLAS LÖRDAG SVT, AF1 ANNE LIV EKRÖLL, LILLA SPÖKET LABAN SVT, MILLE BJARNE BERGIUS HERMANSENDIRI

# PRIX ITALIA TIL NORSK SLÆGTSSAGA
# PRIX ITALIA GOES TO NORWEGIAN FAMILY SAGA

–

NRKs filmatisering af Anne B. Ragdes tre romaner, "Berlinerpoplene", "Eremittkrepsene" og "Ligge i grønne enger", blev en favorit hos både seere og kritikere.

–

The NRK filmatisation of three novels by Anne B. Ragde, "Berlinerpoplene", "Eremittkrepsene" and "Ligge i grønne enger" won the hearts and minds of viewers and critics alike.

BERLINERPOPLENE (NRK)

PHOTO: ANNE LIV EKROLL

Da NRK1 viste de seks første episoder af slægtssagaen "Berlinerpoplene", baseret på de to første bøger, satte serien seerrekord. Hele 975 000 så den sidste episode. De to sidste episoder, baseret på bog tre, ble vist i januar 2009 med tilsvarende seertal.

Chef for NRK Drama, Hans Rossiné, var overrasket over, at serien samlede så mange seere, eftersom Berlinerpoplene tillod større ro og dybde end andre dramaserier.

"Det unikke med Berlinerpoplene er jo, at serien kombinerer folkelighed med kunstnerisk kvalitet på en helt speciel måde. Her er hverdagssituationer, eksistentielle dilemmaer og problematiske familiesituationer fremstillet både genkendeligt og sat på spidsen, og samtidig båret oppe af en kunstnerisk nerve, som ikke går på akkord med seriens vision og præmis," mener Rossiné.

"Vores vision var at skabe troværdige stærke og hele mennesker. Mennesker som alle har en ballast, men som ikke klarer at fungere sammen som en familie. Vi ønsker at røre vores seere gennem vore karakterer, og gennem stemning og genkendelse," fortæller producent Bitte Monn-Iversen. >

When NRK showed the six initial episodes of the "Berlinerpoplene" saga, based on the two first books, the series broke viewing records, and 975 000 watched the final episode. The final episodes, based on book three, were shown in January 2009 and attracted similar viewing figures.

The head of NRK drama, Hans Rossiné, was surprised that the series attracted so many views, as Berlinerpoplene offers greater depth and calmness than other drama series.

"What makes Berlinerpoplene unique is that it combines the popular touch with artistic quality in a very special way. You see situations from everyday life, existential dilemmas, and problematical family predicaments portrayed in a way that is both recognizable and which brings out the issues, while carried along by an artistic awareness that refuses to compromise the vision and premise of the series", Rossiné says.

"Our vision was to create strong, whole, credible characters: characters who all have plenty to offer but cannot function together as a family. We want to move our viewers through our characters, through mood and through their recognition factor", producer Bitte Monn-Iversen explains. >

BERLINERPOPLENE (NRK)

PHOTO: ANNE LIV EKROLL

BERLINERPOPLENE (NRK)

PHOTO: ANNE LIV EKROLL

## PRISDRYS

Det er ikke kun publikum, som har satt pris på Berlinerpoplene. Serien modtog den norske tv-pris Gullruten for bedste tv-drama, bedste kvindlige og bedste mandlige skuespiller. Berlinerpoplene modtog desuden andenplads i Prix Europa og ble nomineret til en international Emmy.

Den mest prestigetunge pris NRK kan prale af er Prix Italia - hvor Berlinerpoplene tog med sejren i konkurrence med tv-drama fra hele verden.

"Priserne er en stor anerkendelse af det niveau for tv-drama som vi i de seneste år har nået i Norge," siger Hans Rossiné.

Den internationale opmærksomhed og priserne tolker jeg på den måde, at også andre lande efterspørger karakterdrevet kvalitetsdrama i et langsomt tempo og med stærke kunstneriske ambitioner.

## POPULÆR LITTERATUR PÅ TV-SKÆRMEN

Rossiné understreger, at populær litteratur også skal kunne blive til film eller TV.

"Kritiske røster så det som et populistisk valg, at tage fat i nogle af efterkrigstidens mest populære romaner i Norge. Men vores udgangspunkt var ikke, at vi ledte efter populære romaner som vi kunne dramatisere, men efter karakterdrevne romaner med flere plot, og da var Ragdes bøger som skabt for tv-skærmen, siger Rossiné.

Producent Bitte Monn-Iversen understreger ligeledes, at både NRK og forfatter Anne B. Ragde gav frie tøjler i produktonsprocessen.
"Serien er ikke lavet efter dagens trend, og vi har overhovedet ikke taget strategiske kommercielle hensyn. Vi har ret og slet fortalt historien med den dybeste alvor. Det mener jeg synes og merkes i helhed og i skuespillerpræstationer. Og det tror jeg også seere, kritikere og juryer kan mærke.

*Berlinerpoplene er en nordisk samproduktion i samarbejde med RUV og SVT.*

## AWARDS AND ACCOLADES

Berlinerpoplene doesn't only please viewers. It also received the Norwegian Gullruten television prizes for best television drama, best actress and best actor. It also came second in the Prix Europa and was nominated for the International Emmy Awards.

The most prestigious award NRK can boast of is the Prix Italia, which Berlinerpoplene won in competition with television dramas from all over the world.

"These prizes are a major acknowledgement of the level of television drama we have achieved in Norway in recent years", Hans Rossiné says.

I interpret this international attention and the awards to mean that other countries also want character-driven quality drama at a slow pace and with powerful artistic ambitions".

## POPULAR LITERATURE ON THE TELEVISION SCREEN

Rossiné emphasizes that popular literature also deserves to be turned into films or television. "Critics saw picking some of the most popular post-war novels in Norway as a populist choice. But we did not start out by looking for popular novels to dramatize, but for character-driven novels with several sub plots, and in that way Ragde's books were perfect for television", Rossiné says.

*Berlinerpoplene is a Nordic coproduction between NRK, RUV and SVT.*

### RESULTS IN 2008. NUMBER OF

| | |
|---|---|
| Active co-production projects | 28 |
| Hours generated, in total | 392 |
| New programme proposals | 16 |
| Projects supported by the NV-Fund | 11 |

### DEVELOPMENT SUPPORT:

Ingen udviklingsprojekter i 2008

### PRODUCTION SUPPORT

| | |
|---|---|
| 183 dagar | (SVT) |
| Berlinerpoplene 7-8 | (NRK) |
| De halvt dolda | (SVT) |
| Glenn | (YLE) |
| Höök II | (SVT) |
| Livvagterne | (DR) |
| Mano og lillebror | (NRK) |
| Selma | (SVT) |
| Sommer | (DR) |
| Stenhuggaren | (SVT) |
| Stormen | (SVT) |

### COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS

183 dagar
Andra Avenyn
Album
August
En spricka i kristallen
Glenn
Gränsfall
Gynekologen i Askim
Himmelblå
Hunter II
Häxdansen
Höök 2
Isprinsessan
Levande föda
Lögnens pris
Om ett hjärta
Predikanten
Sanningen om Marika
Sommer
Stockholm
Størst av alt
Udødelig mand (Unge Ibsen)

### CHAIR

**HANS ROSSINÉ (NRK)**

| | |
|---|---|
| Meetings in 2008 | **Berlin, 14.-15.4.2008** |
| | **København, 6.-7.10.2008** |
| Meetings in 2009 | **Stockholm, 30.-31.3.2009** |



# DRAMAGRUPPEN I TAL
## THE DRAMA GROUP IN FIGURES

HIMMELBLÅ (NRK)

KODENAVN HUNTER II (NRK)

SANNINGEN OM MARIKA (SVT)

LIVET I FAGERVIK (SVT)

SELMA (SVT)

HÖÖK (SVT)

SOMMER (DR)

PHOTO: HIMMELBLÅ FREDERIK ARFF, SANNINGEN OM MARIKA KARI JANTZEN, BILLEDMONTAGE MIKAEL KÄRELIND, SOMMER THOMAS MARBOTT, KODENAVN HUNTER: ØYSTEIN HELLESTAD, LIVET I FAGERVIK LEIF BENZOUR, SELMA: OLA KJELBYE, HÖÖK BENGT WANSELIUS

# ISKOLD FAKTA UDVIKLING

# FACTUAL PROGRAMMES DEVELOPMENT AS COLD AS ICE

PHOTO: NIKOLAJ BECH/WWW.BECH.ORG

–

NRK fakta og Nordisk Film i Norge fik midler fra Nordvisionsfonden til udvikling af en dokumentarserie om, hvad der sker, når isen smelter omkring Nordpolen. Udviklingsmidlerne styrker beslutningsgrundlaget og gør selve produktionen meget mere målrettet.

*Af Lizette Ottensten*

Omfanget og programpotentialet var et af de væsentligste forhold, Nordisk Film i Norge fik afklaret, da produktionsselskabet fik 18.000 euro fra Nordvisionsfonden til at lave en grundig forundersøgelse af programidéen under titlen "Koldt Kapløb".

Når isen smelter omkring Nordpolen bliver det pludselig meget nemmere at få fat i de ca. 20 procent af verdens ressourcer af olie og gas, som findes i området. Men samtidig og allerede nu går der magtkampe og grænsestridigheder i gang mellem de lande, der grænser op til de nordlige polarområder.

Med penge fra Nordvsionsfonden til en forundersøgelse kunne Nordisk Film gå i gang med research og udvikling af den idé, de selv var kommet op med.

"Vi fik tid til at undersøge, hvor meget stof der var, og hvilke vinkler man skulle fokusere på for at komme ordentlig i dybden med konsekvenserne," forklarer Rune Trondsen, som er chef for Fakta & Fiktion i Nordisk Film i Norge.

Researchen mundede ud i en rapport med en klar vinkling og idéer til indhold i de enkelte udsendelser. Det hele krydret med fotos samt produktionsplan og budget. Dette materiale blev herefter lagt frem og pitchet på faktapitchen i København i oktober 2008.

**SPARER TID OG PENGE SENERE**

Pengene er rigtig godt givet ud, mener Rune Trondsen.

"Vi fik bekræftet, at de problemstillinger, vi havde fokuseret på, virkelig holdt. Jo grundigere man har undersøgt sine hypoteser på forhånd, jo lettere bliver det også, når man går i gang med selve produktionen. Når rammerne er lagt helt fast, ved alle, hvad de skal i gang med, og det betyder, at man kan spare tid og penge i den anden ende."

Forproduktion er grundlag for budget og produktonsplan, fortæller Rune Trondsen. Derfor er det en god ide at få den kanal, man producerer til, med på at betale for research og udvikling. NRK er co-producent på udsendelserne, og på nuværende tidspunkt har både SVT og DR også sagt ja til at være med.

Indsatsen med research og udvikling konkluderede, at det ville være meningsfyldt at producere 4 dokumentarprogrammer à 50 minutter med den samlende overskrift: Koldt kapløb, samt evt. en 1 times international version.

Journalisterne bag "Koldt kapløb" er nu i gang med at skrive manuskripter til de fire programmer og skal benhårdt prioritere de mange vinkler og personer, de kom i kontakt med under researchen. Den 1. februar går optagelserne i gang og alle udsendelser skal ligge færdigklippet midt i december 2009.

–

NRK Factual programmes and Nordisk Film Norway received funding from the Nordvision Fund to develop a documentary series on what will happen when the ice melts around the North Pole. The development funding strengthens the basis for decisions and makes the production much more focussed.

*Lizette Ottensten*

The scope and programme potential were one of the most important considerations Nordisk Film Norway was able to define after it received EURO 18 000 from the Nordvision Fund to carry out thorough preliminary studies of the programme concept under the title of "Koldt Kapløb".

When the ice melts around the North Pole it will suddenly become much easier to access the 20 per cent of the world gas and oil reserves located in the area. But the power struggle and frontier disputes among the countries bordering on the North Pole have already begun.

Money from the Nordvision Fund enabled Nordisk Film to start the research and development of the idea the company had proposed.

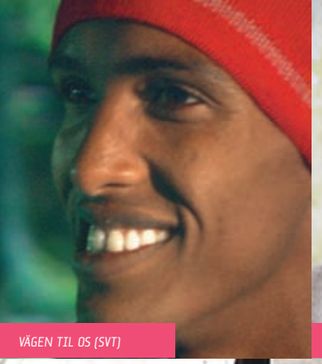
"We were given time to investigate how much material there was and which angles we should focus on in order to examine the consequences in depth", Rune Trondsen, head of Factual and Fiction at Nordisk Film Norway explains. The research resulted in a report with a clear angle and ideas for the content of each episode, all spiced with photographs, a production schedule and a budget. This material was presented and pitched at the facual programmes pitch in Copenhagen in October 2008.

**SAVINGS IN TIME AND MONEY**

It was money well spent, says Rune Trondsen. "We received confirmation that the issues we'd focussed on would hold water. The more thoroughly you investigate your hypotheses beforehand, the easier it is when production starts. Once the framework has been decided on, everyone knows what to do next, which means you save time and money in the long run".

Preproduction provides the basis for the budget and the production schedule, Rune Tronsen says. So it is a good idea to get the channel you are producing for to help to pay for research and development. NRK is coproducing the series and at the time of writing SVT and DR had both agreed to participate.

The R&D effort concluded that it would make more sense to produce four documentaries of 50 minutes under an overall series title ("Koldt Kapløb"), and possibly a one hour international version. The journalists behind "Koldt Kapløb" have started writing the scripts for the four programmes: they will have a tough job deciding on their priorities from the huge list of angles and people they came across while on research. Shooting will start on 1 February 2009 and editing on all programmes will all be complete by mid December 2009.



VÄGEN TIL OS (SVT)

PÅ VERDENS BUND (DR)

REINLYKKE (NRK)

GÖREL ELF PHOTO UR

# FAKTAGRUPPEN I TAL
## THE FACTUAL PROGRAMMES IN FIGURES

FULL COVER GIRL (SVT)

VRAKLETARNA (SVT)

PHOTO: VÄGEN TILL OS: LUKAS EISENWAUER. PÅ VERDENS BUND: EXPRESS TV. FULL COVER GIRL: FOLKE RYDÉN PRODUKTION. VRAKLETARNA: CARL-JOHAN SÖDER

**RESULTS IN 2008. NUMBER OF**

| | |
|---|---|
| Active co-production projects | 36 |
| Hours generated, in total | 72 |
| New programme proposals | 21 |
| Projects supported by the NV-Fund | 8 |

**DEVELOPMENT SUPPORT**

De hvide slaver (DR)
Darwins udviklingsteori (DR)

**PRODUCTION SUPPORT**

Connecting people (NRK)
Darwin 2009 (DR)
Folket och presidenten (SVT)
Genom is och vatten (SVT)
Tro, håb og Ikea (DR)
Victor Borge (DR)

**COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS**

Barn i fengsel i Murmansk
Danmarks Ekspeditionen - Myten der ikke ville dø
De levende museer
Den 7.sans, ny tittel: Ørkenslottet
Full Cover Girl
Fællednordisk gudstjeneste 2008
Greed
Hej till hela Sverige
Irak under slöjan
Nordkaperen i Indonesien
Når døden spiller med
Reinlykke
Rust på Den Røde Plads
Skrik og Madonna
The Head
Vrakletarna
Værprosjekt høsten 2008

**CHAIR**

| | |
|---|---|
| Meetings in 2008 | Göteborg, 16.4.2008 |
| | København, 29.10.2008 (Faktapitch) |
| Meetings in 2009 | Oslo, 20.-21.4.2009 (Faktapitch) |

# FÆLLES KONCEPTUDVIKLING OG STRAM STYRING
# JOINT CONCEPT DEVELOPMENT AND TIGHT CONTROLS

–

Den nordiske undervisningsgruppe har mange gode erfaringer med at samproducere programserier med en fælles redaktion. Et godt resultat kræver dog en fælles konceptudvikling og stram styring.

–

The Nordic educational group has a lot of favourable experience from coproducing programme series with joint editorial teams. However, good results do require joint concept development and tight controls.

"Lærere på udebane" er den seneste programserie fra undervisningsgruppen, som er blevet til som en reel samproduktion eller en såkaldt "collection". Serien er 5. generation af programserier, som produceres i et fælles redaktionelt samarbejde mellem de nordiske bolags undervisningsafdelinger. Tidligere er programserier som "Cosmo-mind", "Kærlighed over grænser", "Den nordiske mand" og "Den perfekte skilsmisse", - blevet til efter samme produktionsmetode.

"Lærere på udebane" er en serie i fire episoder om den nordiske skole. Serien produceredes i samarbejde mellem UR, DR, NRK og YLE. I serien møder man fire nordiske lærere, som bytter skoler og land med hinanden for en uge.

**MÅLRETTET KONCEPTUDVIKLING VIGTIG**

Efter at undervisningsgruppen nu har produceret flere reelle samproduktioner med fælles redaktion, har gruppen erkendt, at jo bedre - og jo mere udviklet et koncept, der ligger klar inden produktionen går i gang, jo bedre.

Else Bro Thuestad, ordførende for undervisning-programgruppen og projektleder i DR Undervisning siger:

"Vi har efterhånden lært, at en målrettet konceptudvikling er uhyre vigtig for at få en rigtig god fælles opstart på vore nordiske samproduktioner og for det færdige resultat. Via konceptudviklingsfasen får vi skærpet fokus på målgruppens behov og på selve emnet. Samtidig får vi skabt et fælles udgangspunkt for resten af samproduktionsforløbet." >

"Lærere på udebane" is the latest series from the educational group. It was made as a genuine coproduction or "collection". It is the fifth generation of programme series produced via joint editorial cooperation among education departments of the Nordic broadcasters. Series such as "Cosmo-mind", "Kærlighed over grænser", "Den nordiske mand", and "Den perfekte skilsmisse" are earlier examples of series made using the same production method.

"Lærere på udebane" is a four part series about schools in the Nordic countries. It is produced in cooperation between UR, DR, NRK and YLE. In the series viewers meet four Nordic teachers who swap schools and countries for a week. >

LÆRERE PÅ UDEBANE (UR)

Inden en projektleder fra hvert NV-bolag mødtes, havde hvert bolag lavet en grundlæggende research, som bl.a. bestod i en række interviews med målgruppen. UR var hovedproducent på projektet. Görel Elf fra Sveriges Utbildningsradio (UR) fortæller om projektplanlægningen:

"Vi holdt to konceptudviklings værksteder i opstartsfasen. På første møde diskuterede vi, hvordan serien kunne blive særlig relevant for målgruppen, mens det andet møde handlede om hvordan vi skulle fortælle historierne. Disse møder var meget vigtige for det endelige resultat".

## MEGET LOGISTIK OG KOORDINERING

Hvis en nordisk samproduktion skal blive god og undgå at blive for dyr, indebærer det en hel del logistik og koordinering mellem landene. Selve produktionen af de fire programmer foregik i de respektive lande, men forberedelserne og research blev fremlagt for hinanden.

Görel Elf fortæller:

"Vi bestemte, at hvert land skulle forberede research, caste og vælge tre mulige kandidater som hovedpersoner i hvert land. Derefter drøftede vi valg af lærere og skoler i fællesskab, og på den måde skabte vi forudsætningerne for en interessant serie".

## TILRETTELÆGGERNE SKAL MØDES

Undervisningsgruppen har erfaret, at det er vigtig at bringe de folk sammen, som skal lave selve programmerne, inden de går i gang med at producere.

"Det er vigtigt, at de personer, der skal producere programmerne, mødes og tilbringer lidt tid sammen for at kunne skabe den bedst mulige platform for det videre samarbejde. På den måde kan man undgå visse misforståelser, og man kan få en større ensartethed over optagelser og redigering af programmerne," siger Else Bro Thuestad.

## VELLYKKET RESULTAT

Trods flere udfordringer i løbet af projektet synes Görel Elf, at projektet lykkedes med det, som man ville opnå:

- "Jeg synes, at serien er virkelig tæt på den oprindelig ide, og de tanker, som vi havde i planlægningsfasen. Samlet set synes jeg, at vi har skabt en spændende programserie, som giver grundlag for diskussioner omkring pædagogiske principper og lærerprofessionen, og som samtidig er underholdende. Jeg håber, at lignende projekter kan skabes igen og videreudvikles."

## FOCUSSED CONCEPT DEVELOPMENT IS ESSENTIAL

Now that it has produced several genuine coproductions using a joint editorial team the educational programme group can see that the more thoroughly developed the concept is before it goes into production, the better.

Else Bro Thuestad, the chair of the educational programmes group, and project manager for DR Educational programmes, says: "We have learned that focussed concept development is extremely important in order to ensure really good starts for our Nordic co productions and also to the final result. Via the concept development phase we intensify the focus on the needs of the target group and on the subject itself, while creating a mutual starting point for the rest of the coproduction process".

Before project managers from NV broadcasters met, each broadcaster undertook thorough research, including interviews with the target group. UR was principle producer for the project: Görel Elf from Sveriges Utbildningsradio (UR) describes the project planning phase:

"We had two concept development workshops in the start-up phase. At the first meeting we discussed how to make the series particularly relevant to the target group, while the second meeting was on how to tell the stories. These meetings were very important for the final result".

## LOTS OF LOGISTICS AND COORDINATION

If a Nordic coproduction is to turn out well and not prove too expensive, a considerable amount of logistics and co-ordination between the countries is required. Production of the four programmes took place in the countries concerned, but the countries presented preparations and research to each other.

Görel Elf explains:

"We decided that each country would prepare research, auditions and select three possible candidates to feature in that country. Then we discussed the choice of teachers and schools together, thus making an interesting series more possible".

## PROGRAMME EDITORS MUST MEET

In the experience of the educational group it is important to bring the people who are going to make the actual programmes together before they start production. "The people who are going to produce the programmes need to spend time together in order to create the best possible platform for their collaboration. This allows them to avoid certain kinds of misunderstanding and ensures greater uniformity when shooting and editing the programmes", Else Bro Thuestad says.

## A SUCCESSFUL OUTCOME

Despite a number of difficulties during the project Görel Elf thinks it achieved what it set out to do:

"I think the series is very close to the original idea and our thinking during the planning phase. Overall I think we created a fascinating series capable of provoking debate on pedagogical principles and the teaching profession, while being entertaining at the same time. I hope that similar projects will be taken up and developed still further".



# UNDERVISNINGS-GRUPPEN I TAL
# EDUCATIONAL GROUP IN FIGURES

EKOLOKERO (YLE)

PHOTO: EKOLOKERO: RISTO SALOVAARA, ANACONDA, UR, NORDEN – FØR OG NU, DR

### RESULTS IN 2008

| NUMBER OF | |
|---|---|
| Active co-production projects | 33 |
| Hours generated, in total | 88 |
| New programme proposals | 23 |
| Projects supported by the NV-Fund | 14 |

### DEVELOPMENT SUPPORT

Alkohol, tæt på (DR)
Miljøsvin og sparegrise (DR)
Vetamix (YLE)

### PRODUCTION SUPPORT

Det terapeutiske rum (DR)
Do it yourself (YLE)
KlatVærket Norden (DR)
Max 1800-tal (UR)
Made in Europe (UR)
Mig og min alkoholiker (DR)
Mig og min mor (DR)
Månekapkøbet (DR)
On the road with homo sapiens (SVT)
Tortyren skadar inte bara offren (DR) / (UR)

### COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS

Alice i väderleken
Anaconda
Anaconda auf Deutsch
Dino
Dine, mine og (måske) vores børn
Eliten
Levende museer - fanget i fortiden
Nordens lande og folk
Når ældre mister
En lärares dagbok
EU-länderna Made in Europe
Europeiske muslimer - europeisk islam
Magnetism
Mänskliga rättigheter/Rättighetens riddare
Så skapades människan
Tabu
Teknik - ett med mobilen

| CHAIR | ELSE BRO THUESTAD (DR) |
|---|---|
| Meetings in 2008 | Stockholm, 10.-11.3.2008 |
| | Oslo, 18.-19.9.2008 |
| Meetings in 2009 | Tallinn, 12.-13.3.2009 |

ANACONDA (UR)
NORDEN – FØR OG NU (DR)

ERLING BORGEN & TOM HEINEMANN PHOTO: HEINEMANN MAJDA

# INTERNATIONAL UNDERSØGENDE JOURNALISTIK I NATIONALE VERSIONER

# NATIONAL EDITIONS OF INTERNATIONAL INVESTIGATIVE JOURNALISM

FLIP THE CORN (DR NRK SVT)

PHOTO: LOTTE LA COUR

Inden for en uge i starten af december 2008, sendtes samme afslørende historie på DR, NRK og SVT – men i tre forskellige versioner. Grundmaterialet i programmerne var det samme, men flere elementer blev udskiftet så programmerne fremstod mere nationale.

*Af Ib Keld Jensen*

At undersøgende og dybdeborende dokumentarer hører til i den mere omkostningstunge ende af tv-produktionen, er en slet skjult hemmelighed. Men måske kan erfaringerne fra Nordvisions-samarbejdet mellem NRK, SVT og DR om tre en-times dokumentarprogrammer være med til at gøre genren økonomisk mere attraktiv.

**FÅ TRE – BETAL FOR EEN**

De tre programmer under fællestitlen "Flip the coin" fortæller hver en konkret historie om globaliseringens bagside. Om hvordan fattige arbejdere i udviklingslande betaler en høj pris for at levere billigt til ellers velrenommerede vestlige virksomheder og organisationer.

Researchen har været omfattende med optagelser i adskillige lande, og de tre udsendelser har i gennemsnit kostet 726.000 danske kroner. Men da hver udsendelse har været vist i alle tre lande, er produktionsomkostningen per udsendelse i gennemsnit 242.000 danske kroner for hvert bolag.

For det beløb har man fået dokumentarprogrammer, der kan spille med i den internationale superliga.

Den danske freelancejournalist Tom Heinemann, der tre gange på fire år, er nomineret til den fornemste danske journalistpris, Cavlingprisen, har været primus motor på projektet, sammen med den norske freelance journalist Erling Borgen, og de tre nordiske dokumentarredaktioner i DR, NRK og SVT.

**NATIONALE VERSIONER**

Udsendelserne er versioneret så de passer til de enkelte landes programflader og behov for nationalt indhold. STVs journalistiske flagskib benyttede sig af Tom Heinemanns research og optagelser i formatet "Uppdrag granskning" og delte researchen helt anderledes op, end Heinemann selv gjorde.

"Og jeg må være ærlig at indrømme, at svenskerne var bedre til at tage seerne ved hånden, end jeg selv," siger Tom Heinemann. NRK skiftede alle danske kilder ud med tilsvarende norske, og netop denne fremgangsmåde mener Tom Heinemann bør udvikles.

"Hvis vi går efter at komme internationalt bredere ud, skal vi i stedet for den bedste norske eller danske ekspert måske gå efter den internationalt bedste og mest respekterede ekspert inden for et bestemt område".

På den måde kan man kommercielt komme til at drage yderligere nytte af projektets banebrydende metode, hvor man har udnyttet optagelser på tværs af landene ved simpelthen af kopiere et par harddiske med mange timers researchinterviews til fælles brug. En metode, som Tom Heinemann ser store perspektiver i, når Nordvisions digitale distributionssystem Nordif 2 for alvor kan bruges til udveksling af indhold.

In the same week at the beginning of December 2008 the same story of exposure was broadcast by DR, NRK and SVT, but in three different editions. The basic material was identical but several elements were switched to adapt the programmes to suit viewers in their own countries.

*Ib Keld Jensen*

It is no secret that thorough investigative journalism belongs to the more expensive end of the television production scale. But perhaps experiences gained by Nordvision cooperation between NRK, SVT and DR on three one-hour documentaries may help to make the genre more financially attractive.

**THREE FOR THE PRICE OF ONE**

The three programmes under one common title, "Flip the Coin", each tell a specific story of the flipside of globalization: of poverty-stricken labourers in developing countries paying a high price in order to supply otherwise well-reputed western corporations and organizations with cheap goods.

Research was extensive, and the programmes were shot in a number of different countries; the three programmes cost an average of DKK 726 000. But as each programme has been screened in all three countries, the average production costs per programme were only DKK 242 000 for each broadcaster. For this sum they acquired documentaries worthy of the international premier league.

The Danish free-lance journalist Tom Heinemann, thrice nominated for the most prestigious award for journalism – Cavlingprisen – in Denmark in four years, was the driving force behind the project along with the Norwegian free-lance journalist Erling Borgen and the three Nordic documentary sections from DR, NRK and SVT.

**NATIONAL EDITIONS**

The programmes were versioned to suit the programming of the three countries and their need for national content. The flagship of investigative journalism at SVT used Tom Heinemann's research and footage for its format "Uppdrag granskning", and split it up in a way that was quite different to Heinemann's own.

"And I must admit the Swedes were better at considering their viewers than I was", he says. NRK swapped all the Danish sources for their Norwegian equivalents, and it is a method Tom Heinemann thinks should be developed still further.

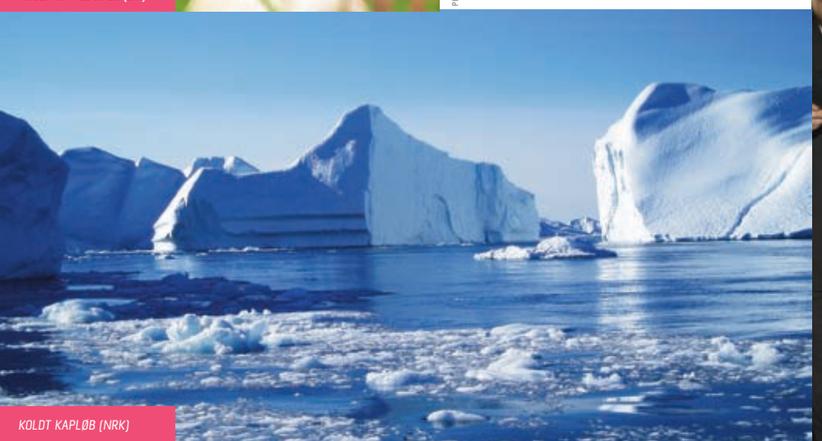
"If we want to reach international audiences perhaps we need to go for the best, most highly respected international experts in any given area rather than the best Norwegian or Danish ones'.

This would allow greater commercial benefits to be gleaned from the pioneering methodology of his project, for which footage from different countries was made available to programme devisors simply by copying a couple of hard-disks containing many hours of research interviews. Tom Heinemann sees great potential in this method once Nordif 2, the Nordvision digital distribution system, is fully available for content sharing.

DET SVIDER I HJÄRTAT (NRK)

FLIP THE COIN (DR, SVT, NRK)

RUGEMOR TIL SALG (DR)



KOLDT KAPLØB (NRK)

PHOTO: DET SVIDER I HJÄRTAT: LAIKA FILM & TELEVISION AB. FLIP THE COIN: LOTTE LA COUR. RUGEMOR TIL SALG: DR. KOLDT KAPLØB: NIKOLAJ BOCK/ NORDEN.ORG. BAK LUKKEDE DØRER: THOMAS MOSS

# UNDERSØGENDE JOURNALISTIK-GRUPPE I TAL
## INVESTIGATIVE JOURNALISM GROUP IN FIGURES

**RESULTS IN 2008**

| NUMBER OF | |
|---|---|
| Active co-production projects | 11 |
| Hours generated, in total | 14 |
| New programme proposals | 3 |
| Projects supported by the NV-Fund | 7 |

**DEVELOPMENT SUPPORT**
Giften i kroppen (DR)

**PRODUCTION SUPPORT**
Bak lukkede dører (NRK)
Barnebortföring (SVT)
Blått blod (SVT)
De falske soldater (DR)
En strålende dag (NRK)
Kaldt kappløb (NRK)

**COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS**
Bak lukkede dører
CIA's hemmelige flyvninger
Det svider i hjärtat

**CHAIR** VIBEKE HAUG (NRK)

| | |
|---|---|
| Meetings in 2008 | Göteborg, 15.4.2008 |
| | København/ Copenhagen, 27.10.2008 |
| Meetings in 2009 | Oslo, 20.4.2009 |

BAK LUKKEDE DØRER (NRK)



# PROGRAMUDVEKSLINGEN STIGER OG STIGER

2008 var et produktivt, men slidsomt år for Nordvisions programudvekslere. Etableringen af det digitale distribustionssystem Nordif 2 viste sig mere kompliseret end forventet, og medarbejderne og faktascreenerne har slidt med både integrationsproblemer og forsinkede leverancer.

# PROGRAMME EXCHANGES KEEP ON GROWING

2008 was a productive but trying year for Nordvision's programme exchangers. Setting up Nordif 2, the Nordvision digital distribution system, proved more complicated than expected, and staff and factual programme screeners tussled with integration issues and delayed deliveries.

Et år med mange og store udfordringer, men alligevel igen et år med rekord for programudvekslingen. Hele 1.923 programmer (eller 957 programtimer) - blev taget hjem - en forøgelse på 15 procent i forhold til 2007. Jesper Petersson, som arbejder med udvekslingens input og output på SVT tror, at medarbeiderne er grunden til det gode resultat: - "Den lille gruppe som arbejder med Nordvisionens faktaudveksling er gennem årene blivet en tight og sammansvejset gruppe, som er loyale mod hinanden og mod NV-udvekslingen." siger Jesper Petersson

Kanal- og planchef Thomas Nilsson understreger, at for SVT er værdien af udvekslingsprogrammerne stor "Det har større værdi for os at få programmer, som har fungeret godt i hjemlandet, end en samproduktion, hvor man har tvunget nordiske perspektiver ind for at få alle med. Det er derfor, jeg tror Nordvision skal satse stærkere på udveksling i fremtiden. Når det digitale distributionssystem Nordif 2 kommer på plads, vil vi kunne udnytte vores potentiale endnu mere, og det vil være op til bolagene, hvor meget man får ud af udvekslingen." siger Thomas Nilsson

**SVT VÆLGER AKTIVT NORDISK**
Udvekslingsprogrammerne fordeler sig jævnt ud over programfladerne i de forskellige bolag, men har nok en tendens til at blive betragtet som "fillers". Der findes imidlertid mange programmer, hvis relevans går over landegrænserne, og som havner i prime time.

"Mange af DRs og NRKs programmer går vældig godt hos os", fortæller Jesper Petersson, og nævner som eksempel NRKs "Der ingen skulle tru at nokon kunne bu". Den sendte SVT i sommersæsonen med omkring en halv million seere hver gang.
"Afsnittet som sendtes 20. maj havde 660.000 seere, 22,8 procent i share. > Produktionen har fået opmærksomhed

A year with lots of changes, many of them major, but nevertheless a year which broke programme exchange records: no fewer than 1923 programmes (957 hours of programmes) were exchanged among the Nordvision broadcasters, an increase of 15 percent over 2007.

Jesper Petersson, who works on exchange input and output for SVT, thinks that the staff are the reason for this splendid result: "Over the years the little group working on Nordvision factual programme exchanges has become a tight-knit unit who are loyal to one another and to Nordvision exchanges", says Jesper Petersson.

Thomas Nilsson, channel and planning manager, emphasises that the value to SVT of exchange programmes is high.
"It is more valuable to us to receive programmes that have worked well in their original countries than coproductions into which Nordic angles have been forced in order to get everyone involved. That's why I think Nordvision should put more into exchanges in future. When Nordif 2 is in place we will be able to exploit our potential even more, and it will be up to the broadcasters how much they get out of the exchanges.", says Thomas Nilsson.

**SVT CHOOSES NORDIC WHERE POSSIBLE**
Exchange programmes are distributed evenly throughout the schedule by the various broadcasters, but do tend to be regarded as "fillers". However, there are many programmes whose relevance beats the frontiers and make primetime slots.
"Many DR and NRK programmes work really well for us", Jesper Petersson says. He mentions "Der ingen >

NATURENS FORMER (NRK)

FRILANDSHAVEN (DR)

PHOTO: NATURENS FORMER: ARILD HAGEN. FRILANDSHAVEN: BJARNE BERGIUS HERMANSEN. STRÖMSÖ: YLE BILDTJÄNST. CIRKUS ARNARDO: NRK. MED SLØR ...: BJARNE BERGIUS HERMANSEN. BÄSTA FORMEN: EFVA HENRYSSON

skulle tru at nokon kunne bu" from NRK, which SVT screened in prime time in the summer season, attracting around half a million viewers every time.

"The episode shown on 20 May had 660 000 viewers, a 22.8 per cent share. The production drew attention internally and I even heard comments like 'Why doesn't SVT make something similar?'"

"I would also like to mention the short "Norge Rundt" items; they often go down really well. "Postmannen og hunden" was seen by a fantastic 765 000 viewers on 29 December, with a share of 27.2 per cent".

SVT also shows exchange programmes in good slots on its main channel: "Uventet besøg", a DR series of family reunions, was broadcast by SVT1 at 20:30 on Thursday evenings.

"This series is entertaining and easy to place", says Jesper Petersson. It also achieved a share of 13.8 per cent with 425 000 viewers.

The DR "Viden om" series has also been screened in prime time in summer 2008, and was a valuable addition to the science programmes made in-house, according to Jesper Petersson.

**EXCHANGES ARE THE FUTURE FOR NORDVISION**

Jesper Petersson believes that excellent working relations between exchanges and the planning department are the reason why SVT makes use of the potential offered by exchanges.

"What began as a cautious attempt to broadcast Nordic material late in the evening and in the low season has gradually developed and spread, and I am quite convinced that SVT's viewers have become accustomed to it. Today I'd say that SVT is moving towards regarding "programmes as programmes" without considering whether they are made in-house, bought for broadcasting, or exchanges. Our viewers can't tell the difference: they just watch television programmes. Why should we think any differently?"

**NORDIC RIGHTS ENSURE MORE VIEWERS**

The Nordvision partners exchange material with only minor rights (a ceiling of DKK 12 000), so you don't have to use many archive clips or stills with external rights attached before your programme has to be sold instead of exchanged.

Of all the broadcasters, DR offers the largest number of programmes for exchange: a total of 351 programmes in 2008. >

internt, og jeg har til og med hørt kommentarer som: "Hvorfor producerer SVT ikke noget lignende?", fortæller Jesper Petersson.

"Jeg vil også slå et slag for de korte "Norge Rundt"-indslag, som kan gå vældig godt. "Postmannen og hunden" nåede fantastiske 765.000 seere den 29. december med en share på 27,2 procent.

SVT sender også udvekslingsprogrammerne i gode slots på hovedkanalen: "Uventet besøg", DRs serie med familiegenforeninger, blev sendt på SVT1 torsdage 20:30.

"Denne serie er både underholdende og let at placere," fortæller Jesper Petersson, og den opnåede også en share på 13,8 med 425.000 seere.

DRs "Viden om"-serie, er desuden blevet sendt i primetime i sommeren 2008 og har været et værdsat supplement til de egenproducerede videnskabsprogrammer, mener Jesper Petersson.

**UDVEKSLING ER FREMTIDEN FOR NORDVISION**

Han tror, at det gode samarbejde mellem udveksling og planafdelingen er grunden til, at SVT udnytter udvekslingens potentiale:

"Det som begyndte med forsigtige satsninger med at sende nordisk på sene aftentider og i lavsæsonen, har successivt udviklet og bredt sig, og jeg er temmelig overbevist om at selv SVT-seerne idag har "vænnet sig til det". Idag vil jeg påstå, at SVT går i retning mod at betragte "program som program", uden at tage sig af om det er en egenproduktion, indkøbt visningsret, eller et udvekslingssprogram. Seerne kender ikke forskel, de ser bar et tv-program. Hvorfor skulle vi tænke anderledes?

**NORDISKE RETTIGHEDER SIKRER FLERE SEERE**

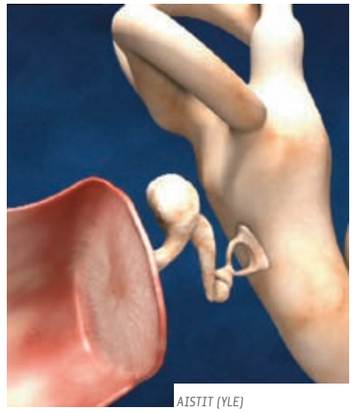
Nordvisionspartnerne udveksler alt materiel, hvor der kun findes små rettigheder (max. 12.000 kroner), så der er ikke mange arkivklip eller stillbilleder med eksterne rettigheder, man skal bruge, før programmet må sælges i stedet for at udveksles. >

STRÖMSÖ (FST5)

CIRKUS ARNARDO (NRK)

BÄSTA FORMEN (SVT)

MED SLØR OG HØJE HÆLE (DR)



AISTIT (YLE)

MØNSTERBRYDER (DR)

Margit Juhl, who identifies the Danish programmes to be offered, thinks this is due to the way the exchanges and rights issues are dealt with at DR: "When DR began to outsource more of its productions we saw a pronounced drop in the number of programmes offered for exchange. Working with DR Jura [legal dept.] we drew up a standard clause for Nordic rights to be incorporated in our contracts. It also helps that most of our external contracts are negotiated by DR Jura: a centralised agreement makes it easier to give Nordic rights priority".

"I also saw an increase when I changed my tactics a couple of years ago", Margit Juhl says. "Instead of mailing people to ask if they had programmes for exchange, I began to examine the entire DR catalogue and contact everyone directly if I found programmes I regarded as suitable for exchange".

There can be rights problems even in internal productions if stills or archive footage have been used.

"You can often obtain the Nordic rights for such material if you clear its use the first time, and it is cheaper than having to clear these rights at a later date. Producers need to realize that if you do so your programmes may extend their lives and reach more viewers", Margit Juhl says.

"Nordic staff keeps in touch with each other: they send each other details of programmes that do well in order to inform the producers that their programmes are also popular in the other Nordic countries. This should encourage them to think Nordic next time".

DR er det bolag, som tilbyder det største antal programmer til udvekslingen; til sammen 351 programmer i 2008.

Margit Juhl, som finder de danske programmer, som tilbydes frem, tror dette skyldes organiseringen af udvekslingen og rettighedsforholdene i DR:

"Da DR begyndte at sende mere prodktion ud af huset, så vi et markant fald i de tilbudte programmer. I samarbejde med DR Jura udarbejdede vi derfor en standardformulering om de nordiske rettigheder i kontrakterne. Det hjælper også, at de fleste eksterne kontrakter forhandles af DR Jura. En centraliseret aftale gør det enklere at prioritere de nordiske rettigheder."

"Jeg oplevede desuden en forøgelse, da jeg lagde min taktik om for et par år siden," siger Margit Juhl.

I stedet for at maile rundt med spørgsmål, om der fandtes programmer til udveksling begyndte jeg at gå hele DRs katalog igennem og kontakte alle direkte, når jeg tænkte at programmerne var egnede til at udveksle.

Selv i de interne produktioner kan der være rettighedsproblemer, hvis man har brugt stillbilleder eller arkivklip.

"Ofte kan man sikre sig de nordiske rettighedenr til sådant materiale, når man klarerer brugen første gang, og det bliver billigere end at skulle klarere rettighederne i bagefter. Det er derfor vigtigt, at producenterne kender til mulighederne for at deres program kan få et længere liv og flere seere", siger Margit Juhl.

"De nordiske medarbejdere har god kontakt og sender information om programmer som går godt, for at informere producenterne om, at deres programmer også er populære i de andre nordiske lande, og at motivere dem til at tænke nordisk i næste omgang."



PHOTO: AISTIT: YLE. MØNSKERBRYDER: BJARNE BERGIUS HERMANSEN. MEDIAKOMPASSIN VIESTIKARTTA: JYRKI VALKAMA. DOKUMENT INIFRÅN: SVT

MEDIAKOMPASSIN VIESTIKARTTA (YLE)

DOKUMENT INIFRÅN (SVT)

PHOTO: FLEMMING JEPPESEN, FOKUS

# UDVIKLING GØR SAMPRODUKTIONSPROJEKTER LEVEDYGTIGE

# DEVELOPMENT RESULTS IN VIABLE COPRODUCTION PROJECTS

SOMMER SUMMARUM (DR)

–

De sidste år har Nordvisionsfonds styrelsen og Nordvisionssekretariatet haft et skærpet fokus på R&U ansøgningerne. Tildelingskriteriene er blevet formaliseret, og man skal ikke længere tilbagebetale udviklingsstøtten. Udvikling af samproduktioner er vigtig for projekternes levedygtighed.

Danske børn kan nu kommunikere gratis med DRs programmer på grund af et nordisk projekt. Projektet "Mobil Interaktionstool" har resulteret i en mobilløsning, som tillader nærmest omkostningsfri kommunikation med tv-seere.

Løsningen består af en applikation, som brugeren loader ned på sin mobil, og som tillader direkte kommunikation med publikum til afstemninger og lignende. Eftersom det bare er omkostningen til datatrafik, som brugeren betaler, slipper man for at betale operatøren for at sende sms og omkostningen bliver cirka 4 øre per "stemme".

I 2008 var det udsendelsen "Sommer summarum" for de 10-14-årige, som havde glæde af tjenesten, og forsøget bliver videreført i 2009.

"Jeg forestiller mig, at vi kan bruge det på "Aftenshowet", P3 og også på DAB-radio, hvor man kan påvirke, hvilke numre der spilles," siger kanalredaktør for DR Mobil, Johan Winbladh.

Mobil interaktionstool, et samarbejde mellem DR, SVT, NRK og YLE fik støtte i november 2006, blev udviklet i 2007 og realiseret i DR i 2008.

**NORDISK FTP-SERVER TIL WEBUDVEKSLING**

Et samarbejde mellem undervisningsgruppen og KINKS mulig gjorde i 2008 udveksling af allerede eksisterende webmateriale: applikationer, grafik og indhold.

Resultatet af arbejdet er en rapport, som foreslår en standard for organisering af materiale, som skal udveksles, samt en ftp-server, som er tilgængelig for alle, som ønsker at udveksle webmateriale. Børnegruppen benyttede sig af ftp-løsningen under MGP Nordic i november 2008. De delte materiale på forhånd, når alle arbejdede med sin egen præsentation af produktionen.

–

In the last couple of years the Nordvision Fund committee and the Nordvision secretariat have increased their focus on R&D applications. The criteria for support have been formalised and development support no longer has to be repaid. The development of coproductions is vital to ensure project viability.

Children in Denmark can now communicate nearly free of charge with DR programmes thanks to a Nordic project. "Mobile Interaktionstool" has resulted in a mobile phone solution that permits almost cost-free communication with television viewers.

The solution consists of an application users download to their mobile phones. It permits direct communication with audiences for polls etc. As the users only pays for the data traffic, they don't have to pay their operator for transmitting text messages and the cost is reduced to approximately 4 øre per "vote".

In 2008 "Summer summarum" programme for the 10 to 14 year olds was the programme to benefit from the service, and the trial will continue into 2009.

"I envisage its use on "Aftenshowet", P3 and on DAB radio, where listeners will be able to influence the choice of numbers to be played", says the channel editor for DR Mobil, Johan Winbladh.

The mobile interaction tool involved cooperation by DR, SVT, NRK and YLE and received support in November 2006, was developed in 2007, and implemented at DR in 2008.

**NORDIC FTP SERVER FOR WEB EXCHANGES**

A joint project between the educational group and KINKS enabled the exchange of existing web materials - applications, graphics and content -in 2008.

The fruit of this partnership is a report which suggests a standard for organizing material for exchange and an ftp server accessible to anybody who wants to exchange web material. The children's group used the ftp solution during MGP Nordic in November 2008. The group swapped material beforehand when everyone was working on their own presentations for the production.

Christopher Edmunds from NRK is responsible for coordinating future cooperation on the server and for investigating the potential for exchanging web material for drama productions. KINKS is also discussing ways of agreeing production standards in order to ensure that broadcasters can make the best use of web production.

Christoffer Edmunds, NRK, har taget ansvar for at koordinere det videre samarbejde med serveren og konkret at undersøge mulighederne for udveksling af webmateriale til dramaproduktioner. KINKS diskuterer desuden videre, hvordan man også kan aftale standarder for produktion for at sikre bedst mulig udnyttelse af webproduktionen i bolagene.

Projektet er et samarbejde mellem DR, SVT, NRK og YLE og fik støtte i 2007. Endelig rapport blev leveret sommeren 2008.

**FÆLLES NORDISK SPØRGEUNDERSØGELSE**
Det nordiske nyhedssamarbejde har for første gang fået tildelt udviklingsstøtte for at skabe en nordisk opinionsundersøgelse som grundlag for nyhedsreportager i alle fire lande.

"Målet er at belyse både ligheder og forskelle, for at opnå en større forståelse af vore nabolande. Men lige så vigtigt er det gennem fokus på andre, tydeligere at kunne se sig selv," siger Petter Åttingsberg, projektleder for dr.dk nyheder.
"Vi vil med dette skabe en form for fortsat nordisk nyhedssamarbejde; dette kan ses som et pilotprojekt, som kan leve videre. "

Resultatet af undersøgelserne skal publiceres samtidig på de forskellige landes nyhedsplatforme. Det skal ske både i tv/radio og på webben. Ved hvert emne produceres mindst to reportager tv/radio og et stort webbunikt materiale bliver tilgængeligt.

Projektet er et samarbeide mellem DR, SVT, NRK og YLE og fik støtte i november 2008. Arbejdet er planlagt afsluttet i foråret 2009.

The project involves cooperation by DR, SVT, NRK and YLE and received support in 2007. The final report was published in summer 2008.

**JOINT NORDIC SURVEY**
For the first time the Nordic News partnership has been given development support for the creation of a Nordic survey to provide material for news reporting in all four member states.
"The aim is to shed light on similarities and differences in order to gain greater understanding of our neighbouring countries. But it is just as important to get a clearer picture of ourselves by focusing on other people", according to Peter Åttingsberg, project manager at dr.dk Nyheder.

"We want to use the survey to create a method for continued Nordic news cooperation: it may be regarded as a pilot project which may go on to have a life of its own."
The results of the survey will be published simultaneously on the news platforms of each member state. Publication will be on television and radio and on the internet. For each topic at least two news stories will be produced on consecutive days on television and the radio and a huge body of material unique to the internet will be made accessible.

The project involves cooperation by DR, SVT, NRK and YLE and received support in November 2008. Work is scheduled for completion in spring 2009.



# NYE FONDSREGLER FOR UDVIKLINGS-STØTTE

# NEW NV FUND RULES FOR DEVELOPMENT SUPPORT

–

Fra og med Nordvisionsfondens tildelingsrunde i efteråret 2008, er der kommet nye fondsregler for udviklingsstøtte. De to vigtigste ændringer er, at udviklingsstøtten ikke længere skal tilbagebetales - hvis projektet går i produktion, og at fakta-området er tildelt særlige udviklingsmidler i 2009.

Hertil kommer at følgende tildelingskriterier nu er indskrevet i Nordvisions-fonds-reglerne;

- Research- og udviklingsstøtten skal ikke længere tilbagebetales, hvis projekter går i produktion
- Den maximale sum for udviklings-støtte er 20.000 EURO
- Projekter skal helst være flermedialt
- Projektsansøger skal selv indskyde en egenandel og have partnere med og også bidrage med en egenandel
- En national bestillerinteresse er en forudsætning for at få støtte
- Det er først og fremmest udviklings-projekter, som kan få støtte. Fonds-styrelsen kan vælge at se bort fra dette i enkelte tilfælde, for eksempel i forbindelse med undersøgende journalistik.

*Se mere på www.nordvision.org*

–

With the NV Fund call in Autumn 2008 new rules for development support came into force. The two most important changes are that development support no longer has to be repaid if the project goes into production, and that the factual programme area has received an extraordinary development fund allocation for 2009.

The following criteria for allocation have been written into the Nordvision Fund rules:
- R&D support no longer has to be repaid if the project goes into production
- There is a ceiling of EURO 20 000 on applications for support
- Projects should preferably be multi-media
- Project applicants must put up funding and have partners who also put up funding
- Interest from national commissioning editors is a precondition for support
- Development projects receive top priority. The NV Fund committee can however waive this rule in exceptional cases such as in connection with investigative journalism

*Further details: www.nordvision.org*

–

"Jeg tror på, at fokus på formater og programkoncepter er vejen frem i det nordiske tv-samarbejde", siger YLE TV1 faktabestiller Ari Ylä-Anttila.

–

"I think focussing on formats and programme concepts is the way forward for the Nordic television partnership", says commissioning editor Ari Ylä-Anttila, YLE TV1 factual programmes.

ATTE JÄÄSKELÄINEN PHOTO: YLE

# GERNE MERE FORMAT-SAMARBEJDE

## MORE COOPERATION ON FORMATS, PLEASE

Der er forskelle mellem de nordiske lande, selvom deres samfund på afstand ser næsten ens ud. Det er de nationale forskelle og særpræg, som gør det overraskende udfordrende at samproducere dokumentarprogrammer eller serier, som med fordel kan vises i alle nordiske lande. Det er konklusionen fra programbestiller for TV1, Ari Ylä-Anttila efter en del år i Nordvisionssamarbejdet.

"Vi må erkende, at vi har mange ting til fælles, men at der også er forskelle. Jeg synes, at det er næsten umuligt, at finde ét program, som er succesrigt i alle lande. Men efter at have sagt, det, vil jeg gerne sige, at jeg tror en god del på samarbejde indenfor programformater. Det er meget vigtigt at dele viden og erfaringer med hinanden på dette område." >



PHOTO: SVT

*ORDFÖRANDE PERSSON (SVT)*

At a distance their societies look identical but the Nordic countries do differ. It is the national differences and peculiarities that make it so surprisingly challenging to coproduce documentary programmes or series that can be screened in all Nordic countries to advantage. This is the conclusion of Ari Ylä-Anttila, the commissioning editor for TV1 factual programmes after several years in the Nordvision partnership.

"We have to recognize that though we have a lot in common, there are differences too. I think it is almost impossible to find one single programme that is successful in every country. But having said that, I'd like to say that I have considerable faith in cooperation on programme formats. It is very important to share knowledge and experiences with each other in this area".

One example Ylä-Anttila names is the format collaboration on weather services YLE recently embarked on with NRK. NRK currently has the most popular Norwegian internet weather service, yr.no.

"What we must do is to exchange knowledge on things that have really worked well in one country. People are fascinated by the weather as a phenomenon. We have already made a television series on weather ("Säiden armoilla") which will screened at the beginning of 2009. We will probably continue to share experiences with NRK on this topic."

**NATIONAL ANGLES**

National angles still mean a lot, particularly in the documentary area, says Ylä-Anttila.

"Being able to show documentaries on Finnish themes in Finland is a factor which still plays a considerable role in our planning. Finnish documentaries usually attract between 300 000 and 600 000 viewers in prime time on YLE TV1. The fact that a documentary is shown in prime time is not a given in the European context, where the tendency today is for more and more entertainment". >

ORDFÖRANDE PERSSON (SVT)

Som et eksempel på dette nævner Ylä-Anttila, at YLE for nylig har startet et formatsamarbejde med NRK omkring vejrtjenester. NRK har i dag den mest populære norske vejrtjeneste på nettet; yr.no.

- Det handler om at udveksle, og udvikle viden om ting der virkelig har fungeret godt i et land. Folk er enormt interesserede i vejret som fænomen. Vi har allerede lavet en tv-serie om vejr ("Säiden armoilla"), som bliver udsendt fra begyndelsen af 2009. Vi vil formentlig fortsætte erfaringsudvekslingen med NRK om dette.

**NATIONALE VINKLINGER**

Nationale vinklinger betyder stadigvæk meget, særdeles på dokumentar-området, siger Ylä-Anttila:

- At vi kan vise en dokumentar om et finsk tema i Finland er et forhold, som stadigvæk spiller en stor rolle i vores planlægning. Finske dokumentarprogrammer får som regel mellem 300.000-600.000 seere i Prime Time på YLE TV1. Det faktum, at et dokumentarprogram sendes i prime time er ikke en selvklarhed i en europæisk sammenhæng, hvor trenden i dag nærmere handler om mere underholdning.

Som helhed er YLE TV1's ambition at tilbyde en optimal sammensætning af finske og udenlandske programmer for at sikre høj kvalitet over hele programfladen. En strategi, som umiddelbart har været rigtig succesrig: kanalens seerandel er øget efter digitaliseringen i sommeren 2007.



"En del af forklaringen på den øgede seerandel er, at folk efter digitalisering og det følgende større kanaludbud har valgt det "kendte", og det "sikre". Men jeg kan sige, YLE TV1 har brugt meget energi på at profilere sig, og formået at kombinere en gammel god tradition med moderne fortællingsformer. Det vil vi prøve fortsætte med, og dermed holde en god kontakt med vores seere."

En af kanalens nye nationale fakta satsninger er "Viisi kulmaa kosmologiaan", som er en videnskabelig programserie om "de store spørgsmål" om livet på denne planet - hvor kom den fra og hvordan? I serien diskuterer man, hvordan man ser på disse spørgsmål fra forskellige synspunkter - fra religionssynspunktet, fra det videnskabelige synspunkt og så videre.

**FÆLLES HISTORIE OG FORHOLD BAG NORDISKE SUCCESPROGRAMMER**

Ari Ylä-Anttila siger, at succesen bag nordiske fakta-samproduktioner kan forklares med mange enkelte faktorer, men at fælles for de virkelig succesfulde programmer gennem tiderne har været, at de har været lige relevante i alle lande, og at de i mange tilfælde har bygget på unikke materialer:

- To rigtigt gode eksempler på vellykkede nordiske produktioner er serien "Wallenbergs" om Wallenberg-familien og "Ordförande Persson" om den forrige svenske statsminister. Begge disse serier var lige så relevante i alle nordiske lande, og de byggede på virkelig gode interview-materialer.

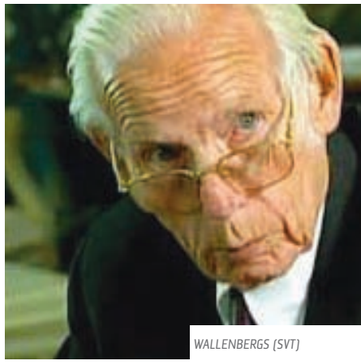
Overall it is YLE TV1's ambition to offer the best mix of Finnish and foreign programmes to ensure high quality across the schedule. This strategy has proved very successful: the channel has attracted more viewers since digitization in summer 2007.
"Part of the explanation for the increased number of viewers is that following digitization and the resulting growth in the number of channels available, people have chosen what was familiar and reliable. But I can say that YLE TV1 has devoted a lot of energy to cementing its profile and has managed to combine a good old tradition with modern narrative forms. We will endeavour to go on doing so and thereby maintain good contacts with our viewers."

One of the new national factual initiatives on YLE TV1 is "Viisi kulmaa kosmologiaan", a science series on "the big questions" of life on earth: where did it come from? And how? The series discusses different ways of regarding these questions: from the religious point of view, the scientific point of view, etc.

**A COMMON HISTORY AND CIRCUMSTANCES BEHIND NORDIC PROGRAMMES**

Ari Ylä-Anttila says that the success behind Nordic factual programme coproductions may be explained by many single factors, but common to all the really successful programmes over the years has been that they have all been equally relevant in every country and that in many cases they have been based on unique materials.

"Two really good examples of successful Nordic productions are "Wallenbergs" series on the Wallenberg family and "Ordförande Persson" on the former prime minister of Sweden. Both series were equally relevant in every Nordic country, and they were based on really good interview materials".



WALLENBERGS (SVT)

PHOTO: YLE BILDTJÄNST

# STORE FORHÅBNINGER TIL FREMTIDIGT FAKTASAMARBEJDE

## GREAT EXPECTATIONS OF COOPERATION ON FACTUAL PROGRAMMES IN FUTURE

–

Kanalchefen for verdens mest nordiske tv-kanal YLE FST5, Mary Gestrin, ser med stor optimisme på de nye tiltag på det nordiske fakta-område.

MARY GESTRIN PHOTO: SEPPO SARKKINEN

I 2008 var 34 procent af den samlede udsendte programmasse af nordisk oprindelse på YLE FST5-kanalen.

”Sprogligt og kulturelt, og selvfølgelig historisk hører de svensksproglige finlændere intimt sammen med resten af Skandinavien, og den samhørighed mærkes også i synet på livet, og i mange af de værdier, som vi vil værne om på FST5”, siger Mary Gestrin, bestiller på FST5.

Trods det, at FST5 er en lille kanal med et lille budget, er man en aktiv samproducent i nordisk sammenhæng. I primetime på kanalen kan seerne se nordiske film, nordisk tv-drama og samproduktioner, samt gratisudvekslingsprogrammer fra fakta- og undervisningsgruppen.

”Vi anstrenger os virkeligt for at udfylde vores rolle som YLEs hovedkanal for nordiske programmer, -og har faktisk stor seersucces med dette,” siger Mary Gestrin.

**DE UNGE VOKSNE**

FST5 har samme udfordringer som de andre store nordiske public service kanaler, når det gælder målgrupper. På alle områder ønsker man at producere programmer, som også rammer de unge voksne, uden at skræmme de ældre seere bort.

Mary siger: ”Vi søger en moderne tiltaleform og nyt, lokkende billedsprog, uden at give afkald på substansen og den gode fortælling. Vi søger både rapporterende, undersøgende og dramatiske fortællinger”.

I de kommende år kommer FST5 til at gøre en særlig indsats for at nå ud til netop de unge voksne.

”Dem frier vi til først og fremmest med underholdende fakta i form af satire og provokerande diskussioner og trendrigtige livsstils- og rejseprogrammer”. >

STRÖMSÖ (YLE)

–

Mary Gestrin, the head of the most Nzordic television channel in the world, is very optimistic about the new initiatives in the Nordic factual programmes area.

In 2008 34 per cent of the total programme mass on YLE FST5 was of Nordic origin.

“In terms of language and culture, and of course history too, the Swedish-speaking Finns are intimately linked to the rest of Scandinavia, and this fellowship can also be discerned in their view of life and many of the values we promote on FST5”, says Mary Gestrin, commissioning editor for FST5.

Although it is only a small channel with a small budget, it is an active coproducer in the Nordic context. In prime time its viewers can watch Nordic films, Nordic television drama and coproductions, and exchange programmes in the factual and educational groups. “We really do our utmost to play our part as the prime channel at YLE for Nordic programmes, and indeed we enjoy considerable viewer success”, says Mary Gestrin.

**YOUNG ADULTS**

FST5 faces the same challenges as the other big Nordic public service channels where target groups are concerned. In all areas the channel wants to make programmes that also attract young adults without scaring off older viewers.

Mary Gestrin, says: “We go for the modern approach and an attractive new visual idiom without compromising substance and good story-telling. We look for descriptive, investigative and dramatic stories”.

In the next few years FST5 will be making special efforts to reach out to the young adult segment.

“We’ll be trying to attract them through entertaining factual programmes by way of satire and provocative debate plus trendy lifestyle and travel programmes”.

**THE CHALLENGE FACING COOPERATION ON NORDIC FACTUAL PROGRAMMES**

In 2008 Mary Gestrin was in the group of commissioning editors who defined a new structure for cooperation on Nordic factual programmes: “The factual programme commissioners in the group agreed that many of the proposals previously pitched at the factual programme meetings were really quite incomplete. This made it difficult to take a view on the ideas, and even harder to go further and to make a decision on whether to coproduce at all.”, says Gestrin.

In December 2008 the Nordic heads of television and media accepted the factual programme group proposal that factual programme commissioners >

STRÖMSÖ (YLE)

**UDFORDRINGEN FOR NORDISK FAKTA-SAMARBEJDE**

Mary Gestrin sad i 2008 med i den gruppe af bestillere, som var med at til udrede en ny struktur for det fremtidige nordiske faktasamarbejde; "Faktagruppens bestillere var enige om, at mange af de forslag, som hidtil er pitchet på faktamøderne har været temmelig ubearbejdede. Det har gjort det svært at tage stilling til idéerne, og endnu sværere at gå længere og træffe egentlig beslutning om at samproducere".

De nordiske tv- og mediedirektører accepterede i december 2008 fakta-udviklingsgruppens forslag om på prøve at lade faktabestillerne forvalte en betydelig del af udviklingsmidlerne fra Nordvisionsfonden. Midlerne kan deles ud i tilknytning til faktapitchen. Beslutningen ser Mary Gestrin som et positivt tegn.

"Jeg ser det som en meget klar og konkret opmuntring til de faktaidéer, som ser ud til at have det største potentiale i Nordvision, og jeg tror, at det kommer til at motivere de nordiske faktaproducenter til at satse endnu mere på pitchene", siger hun.

**NORDISK FREMTID**

Mary Gestrin tror, at det i fremtiden bliver mere og mere relevant at løfte den nordiske dimension frem i den globaliserede verden.

"Når man tænker både på vor fælles historie, geografi, miljø og klimaforhold - så er det de samme samfundsmæssige bekymringer, vi trækker rundt med - uafhængigt af, hvilket nordisk land vi hver især lever i. Derfor giver det rigtig god mening at samproducere unikke, nordiske faktaprogrammer i fremtiden."

Det var et privilegium for Mary Gestrin at sidde med i faktaudviklingsgruppen og tage del i de diskussioner og erfaringsudvekslinger, der var omkring de fremtidige ønsker til det nordiske faktasamarbejde;

"Mine forventninger til det fremtidige faktasamarbejde er høje. Den første pitchdag i efteråret 2008 i København fungerede som en slags pilot for det kommende, og jeg synes, at systemet virkede velfungerende og godt. Udviklingsgruppen fandt flere fælles interesseområder, og desuden enedes vi om at forsøge at eksperimentere også med nye former for samarbejde, for eksempel insertudbytte og idé-og formatsamarbejde", siger Mary Gestrin.



be allowed to manage a considerable amount of the development funds from the Nordvision Fund.

Mary Gestrin sees this decision as a positive sign. "I see it as very clear, concrete backing of the factual programme ideas that would seem to have the greatest Nordvision potential, and I think it will encourage Nordic factual programme producers to dedicate more resources to their pitches", she says.

**THE NORDIC FUTURE**

Mary Gestrin thinks that in future it will become more and more relevant to boost the Nordic dimension in a globalized world.

"When you think of our common history, geography, climate and environment you see that we share the same concerns no matter which Nordic country we live in. So it will make a lot of sense to coproduce unique Nordic factual programmes in the future".

Mary Gestrin felt it was a privilege to be in the factual development group and to take part in the discussions and exchanges of experience on what people want for the future of Nordic cooperation on factual programmes.

"My expectations of Nordic cooperation on factual programmes in future are great. The first pitch day in autumn 2008 in Copenhagen was a sort of pilot for the next, and I think the system worked well. The group found several shared areas of interest and we also agreed to experiment on the new forms of cooperation such as insert swaps and idea and format collaboration", she says.

STRÖMSÖ (YLE)

PHOTO: YLE BILDTJÄNST

STRÖMSÖ (YLE)

STRÖMSÖ (YLE)

# VI SKAL BLIVE MERE FRÆKKE PÅ FAKTAOMRÅDET

# WE NEED TO BE SASSIER IN THE FACTUAL PROGRAMME AREA

FLEMMING HEDEGAARD LARSEN PHOTO: DR

I takt med at der bliver flere kanaler og medielandskabet fragmenteres, æder de kommercielle tv-stationer sig mere og mere ind på public service tv-stationernes enemærker. Samtidig bliver seerne mere "medietrænet" og kræsne.

"Der skal mere og mere til for at råbe danskere op", siger Flemming Hedegaard Larsen, der selv har en fortid som medieforsker i DR.

"Vi skal turde være lidt frækkere, vi skal turde noget mere, gå til kanten og få folk op af stolen. Ellers fremstår vi alt for gammeldags", siger han.

**FÆRRE, STØRRE OG LÆNGERE**

På de fleste tv stationer går udviklingen mod, at fakta programserier bliver længere, men med færre titler.

"Der er så mange ting vore seere skal forholde sig til - så det er nemmere for tv-stationerne at "få solgt" en længere serie til sit publikum. På grund af den stigende konkurrence skal vi indtænke, hvad der kan markere sig, hvad der kan råbe højt og stikke ud. Det er hele kunsten ved program-bestillingen", siger Flemming Hedegaard Larsen.

**BEGEJSTRING OG BETYDNING**

Kodeordene for fakta-livstil programmerne på DR1 er, at de skal vække begejstring og / eller skal have betydning for seerne. Til efteråret 2009 satser DR1 stort med et udenlandsk koncept, som får den danske titel; "By på Skrump" - hvor det meste af en hel by skal slanke sig.

Når Flemming Hedegaard Larsen skal pege på en særlig bemærkelsesværdig programserie og et godt format i et nordisk naboland, peger han på "Klass 9A", som SVT sendte i 2008 og som produktionsselskabet Strix, står bag.

"Hvis ikke vor danske konkurrent TV 2 havde markeret sig så kraftig på skoleområdet, så havde det absolut ligget lige for at producere en "Klass 9A" i dansk version", siger Flemming Hedegaard.

**NORDISK SAMARBEJDE**

DR1 har i efteråret 2008 sendt programserien "Hvor er vi landet", hvor to livsstil-eksperter skal gætte hvor i Europa de befinder sig. Flemming Hedegaard Larsen kunne sagtens have set en fælles nordisk samproduktion af denne serie.



–

"Jeg har oplevet - også når jeg ser nordisk public service tv - at vi har tendens til at være for pæne og for kedelige", siger Flemming Hedegaard Larsen, fakta-livstil bestiller på DR1.

–

"My experience - also of Nordic public service television - is that we tend to be too fastidious and too dull", says Flemming Hedegaard Larsen, factual and lifestyle commissioning editor for DR1.

As more channels appear and the media landscape gets more fragmented, the commercial television stations are gnawing away at what used to be the sole preserves of the public service television broadcasters. Meanwhile viewers are becoming more media savvy and demanding.

"It takes more and more to excite Danish viewers", Flemming Hedegaard Larsen says. He comes from media research background at DR.

"We need to be sassier; we need to show more daring programmes; to go to the edge and to get people onto their feet. Or we'll just look far too old-fashioned".

**FEWER, BIGGER, LONGER**

On most channels factual programmes are getting longer but there are fewer of them.

"There is so much for viewers to get their heads round, so it is easier for television broadcasters to sell them longer series. Due to the increase in competition we need to consider what will make an impact, what can make itself heard and stand out. That is the art of programme commissioning", Flemming Hedegaard Larsen says.

**ENTHUSIASM AND MEANING**

The key to factual life style programmes on DR1 is that they must arouse enthusiasm, matter to viewers, or both. In autumn 2009 DR1 will be strongly promoting a foreign format that has been given a Danish title, "By på Skrump" - in which almost a whole town loses weight.

Ask Flemming Hedegaard Larsen to identify one particularly remarkable series and a good format from a Nordic country apart from Denmark and he picks "Klass 9A", broadcast by SVT in 2008 for which the production company Strix was responsible. "If our Danish competitor TV 2 Danmark had not taken so much possession of the schools area it would have been an obvious choice for us to produce a Danish version of "Klass 9A", he says.

**NORDIC COOPERATION**

In autumn 2008 DR1 broadcast "Hvor er vi landet", a series in which two lifestyle experts guess their location in Europe. Flemming Hedegaard Larsen could easily have envisaged a joint Nordic coproduction for this series.

"We won't have more funding in the future; the reverse is more likely to be the case. We could have produced this series back to back. Then we could have made better use of our resources, with shared research and shared production units. The commercial channels have been very good at putting Nordic coproductions together to minimize production costs while keeping national experts and others appearing in the programmes, thus making the programmes appear to be national products".

Flemming Hedegaard Larsen also looks favourably on the prospect of purchasing formats on a Nordic basis and utilize the experience each country has acquired as regards adapting British formats to suit Nordic audiences, for example.

"Vi får jo ikke flere penge i fremtiden, snarere tværtimod. Vi kunne have produceret denne serie "back to back". Så havde vi udnyttet vore ressourcer bedre, med fælles research og fælles produktionshold. De kommercielle kanaler har været rigtige gode til at skrue nordiske produktioner sammen, så de minimerer produktionsudgifterne, og bevarer nationale eksperter og medvirkende - så programserien fremstår som et nationalt produkt".

Flemming Hedegaard Larsen er også åben for, at man i fremtiden kan købe formater sammen nordisk og udnytte den erfaring, man hver især har omkring formatversionering fra f.eks. engelske - til nordiske forhold.

*HVOR ER VI LANDET (DR)*

PHOTO: KARSTEN KORSAGER MUD

SAFA SAFIYARI PHOTO: SVT

# BØRNE-PROGRAM-MERNE SKAL MARKEDS-FØRES BEDRE

–

SVT´s flytning af børneprogrammer fra SVT 1 til børnekanalen er gået godt. "Men vi arbejder nok lidt for traditionelt - når det kommer til markedsføring," siger SVTs børnebestiller Safa Safiyari.

Ved årsskiftet 2008 - 2009 er SVT´s børnekanal den største kanal i Sverige i forhold til de 3-11 årige. Børnekanalen har en total seening på 3 procent, og et mål på 4 procent.

"Vi er den 9. største kanal i Sverige, og det synes vi faktisk er rigtig pænt", siger børnebestiller på SVT Safa Safiyari.

**VI KAN BLIVE BEDRE**

Den 25. august 2008 flyttede SVT alle børneprogrammer - efter i 20 år at have sendt dem på SVT 1 kl. 18.00 - til Barnkanalen, med håbet om, at børnene og deres forældre skulle flytte med. Der var stor bekymring om, hvordan det skulle gå. Men allerede nu ser det ud til, at det er lykkedes. Safa siger:

"Det er gået fint, men vi arbejder jo nok lidt for traditionelt - når det kommer til markedsføring. Vi skal blive bedre til at præsentere og lancere vore programmer, - og blive meget mere strategiske i vores markedsføring".

Safa Safiyari synes, at man i mange år har snakket om, hvilke tv-programmer man skal lave og mindre om hvordan og hvornår, man skal sende dem og lancere dem.

"Min strategi er at lave færre titler; enten meget dyre eller meget billige - ellers bliver det bare en stor masse af tv. Vi ved f.eks. at vores programserie "Wild kids" går enormt godt. Så når vi sender "Wild kids" - så SKAL alle vide, at det sendes", fortæller Safa Safiyari.

**MERE OG BEDRE DRAMATIK TIL BØRN**

Udviklingsprioriteten for Safa Safiyari er dramatik for børn. Det skal være en modvægt mod de kommercielle kanaler.

"Det er vigtigt, at børn medvirker i børneprogrammer, og vi skal lave programmer, som retter sig mod familien. Samti->

PHOTO: KRISTIAN BUSTAD

# CHILDREN'S PROGRAMMES NEED BETTER MARKETING >

WILD KIDS (SVT)

WILD KIDS (SVT)

PHOTO: KNUT KVATSTO

WILD KIDS (SVT)

The transfer of children's programmes from SVT1 to its children's channel has gone well. "But we are probably too traditional in our approach when it comes to marketing" says the children's programmes commissioning editor from SVT, Safa Safiyari.

At the end of 2008 the SVT children's channel was the biggest channel in Sweden for the 3 to 11 year old segment. The children's channel attracts total viewing of 3 per cent: the goal is 4 per cent.

"We are the ninth largest channel in Sweden, which we reckon is pretty good!" Safa Safiyari says.

**WE CAN DO BETTER**

On 25 August 2007 SVT moved all its children's programmes to Barnekanalen after 20 years of broadcasting them on SVT 1 at 18:00. The hope was that children and their parents would move too. There was considerable concern about how the transfer would turn out. But it would already appear to have worked. Safa Safiyari says: "It's gone well but we are probably too traditional in our approach when it comes to marketing. We need to do better when we present and launch our programmes, and to be much more strategic in our marketing".

Safa Safiyari thinks that we have spent years talking about which television programmes to make and less about how and when to broadcast and promote them.

"My strategy is to make fewer titles: either very costly or very cheap. Otherwise all you get is a one great mass of television. We know that our series "Wild kids" is doing enormously well, for example. So when we broadcast "Wild kids" EVERYBODY's got to know it's on!' says Safa Safiyari.

**MORE, BETTER DRAMA FOR CHILDREN**

Safa Safiyari's development priority is drama for children. There needs to be a counter to commercial channels.

"It is important that children appear in children's programmes, and we must make programmes aimed at the family. At the same time children's programmes must employ sophisticated narrative techniques and technically they must be high quality. They must arouse emotions, too" says Safa Safiyari.

**MORE ORGANIC NV COOPERATION, PLEASE!**

Safa emphasises "Amigo" as the most exemplary Nordic collaboration by the children's group. "Amigo" is a quiz show for older children, developed by a Nordic partnership but produced in national editions.

"This format rose above previous joint projects by its quality and because it is a difficult genre and because older children are hard to reach. But Amigo succeeded!"

The Swedish children's commissioning editor feels that the Nordvision broadcasters share a great deal: the same challenges and the same strategies. "I would like to see a more organic Nordvision partnership from something it is nice to have to something we can't live without; something that is part of my everyday work. The other channels we compete with are all owned by major commercial groups with their own money and muscle. We are small, and Nordvision and the EBU are our only alliances. We must exploit them better", Safa Safiyari says.

When the Nordic children's group meets, producers and commissioners attend. At the latest meeting in Oslo in autumn 2008 the commissioners met first for a separate meeting. Safa Safiyari says "The commissioner network we are developing in the children's group is incredibly valuable in my view. My expectations of the network for the future are high".

dig skal børneprogrammer indeholde en avanceret berette-teknik, have teknisk højt kvalitet, og det skal vække følelser", siger Safa Safiyari.

**ØNSKE; MERE ORGANISK NV-SAMARBEJDE**

Safa fremhæver "Amigo", som det mest eksemplariske nordiske samarbejde i NV-børnegruppen. "Amigo" er et quiz-show for store børn, udviklet fælles nordisk, men produceret i nationale versioner.

"Dette format hæver sig over de hidtidige samarbejder, ved dets kvalitet, og fordi det er en svær genre, og svært at nå de store børn. Og det gør "Amigo".

Den svenske børnebestiller har en oplevelse af, at NV bolagene har vældig meget "tilsammans"; - samme udfordringer og samme strategier.

"Jeg kunne godt ønske mig, at det nordiske samarbejde var mere organisk; fra, at det er rart at have - til noget, vi ikke kan leve uden, noget der indgår i mit daglige arbejde. Alle de andre kanaler, vi konkurrerer mod, er ejet af store kommercielle parter, som har penge og styrke i sig selv. Vi er små, og har kun alliancerne Nordvision og EBU - det skal vi blive bedre til at udnytte", siger Safa Safiyari.

Når den nordiske børnegruppe mødes er både producenter og bestillere til stede. Ved det seneste programgruppemøde i efteråret 2008 i Oslo mødtes bestillerne først til et separat møde. Safa siger:

"Det bestillernetværk, som vi er ved at opbygge i børnegruppen, er utroligt værdifuldt - synes jeg - det forventer jeg mig meget af i fremtiden".

**STORE BØRN ER UDFORDRINGEN**

Om fremtiden og barnkanalen siger Safa Safiyari:

"Vi har allerede de varemærker på små-børnsområdet, som vi skal have. På "store børn" - området har vi dog en udfordring. Problemet er nok, at vi ikke lægger penge og ressourcer nok - og kunne måske gøre det lidt bedre.

# VIGTIGT AT BESTILLERNE SNAKKER STRATEGI

–

NRK-bestiller Jon Ola Sand, NRK er meget tilfreds med dramasamarbejdets resultater, men ønsker sig, at bestillerne mødtes oftere for at snakke strategi. >

HIMMELBLÅ (NRK)

PHOTO: HELGE SEMB

HIMMELBLÅ (NRK)

# COMMISSIONERS NEED TO TALK STRATEGY

–

NRK-commissioner Jon Ola Sand is highly satisfied with the results of cooperation on drama but would like commissioners to meet more often to talk strategy.

Asked what he is proud of having brought to the screen in 2008 Jon Ola Sand names the two major NRK drama series. "Himmelblå" based on a British format and "Berlinerpoplene" based on the novels by Anne B. Ragde were viewer successes, and will be followed by more episodes in 2009.

Both are about life on the margins of Norway, and along with programmes like "Der ingen skulle tru at nokon kunne bu" with over a million viewers they show just how much Norwegian viewers are absorbed by the issue of identification.

However, Jon Ola Sand does not think that this is a particularly Norwegian phenomenon: at the Emmy seminar in 2008 Australian ABC emphasised exactly the same point of the need for local focus: something viewers can recognize themselves in. "Perhaps the need for recognition is growing in these times of financial crisis, and the instable world situation has shifted the focus to the familiar and the intimate?"

**COMMISSIONER WITH A CRYSTAL BALL**

Jon Ola Sand is one of the four senior commissioning editors with the NRK commissioning organization, "Kringkaster", which was reorganized along with the rest of NRK in 2008. He will have all-round responsibility for drama, entertainment and culture when the new organization comes into force on 1 March 2009.

Jon Ola Sand feels the job of commissioning editor has become more focused in the new organization. "A separate organization has been set up for external commissioners, so from now on I'll be concentrating exclusively on the internal production scene".

The job of the commissioning editors will also be more strategic. They will not go into programmes and minor projects but supply needs analyses and framework commissions, and fires the starting gun for the production organization.

"We will have to be able to look into the crystal ball, keep the overview and the long-term view".

**PARTNERSHIP WITH THE PROGRAMME MAKERS**

Organization charts and strategies do not mean quite as much as the corporate culture, and Jon Ola Sand emphasises that it will be vital to establish a good partnership between commissioners and producers.

"'One NRK' has been the slogan for this reorganization, and I think closer contacts must be our guiding light. We need to define the requirements together and gove the programme makers our trust and freedom to come up with the answers and to work long-term on innovation". >

Jon Ola Sand trækker NRKs to store dramasucesser frem, som svar på hvad han er stolt over at have sat på skærmen i året som gik. Både "Himmelblå", baseret på et engelsk format og "Berlinerpoplene", fra Anne B. Ragdes bøger, har været seersuccesser og følges op af flere episoder i 2009.

Begge serier handler om udkants-Norge, og er sammen med programmer som "Der ingen skulle tru at nokon kunne bu", med mere end en million seere, eksempel på, at de norske tv-seere er optaget af identifikation. >

JON OLA SAND PHOTO: NRK

Jon Ola Sand tror imidlertid ikke, at dette er et særligt norsk fænomen: På Emmy-seminaret i 2008 understregede australske ABC det samme behov for lokalt fokus, noget tv-seerne ken genkende sig selv i.

"Måske øges behovet for genkendelse med finanskrise, og en ustabil verdenssituation flytter fokus til det trygge og nære?

**BESTILLER MED KRYSTALLKUGLE**

Jon Ola Sand er en af fire hovedbestillere i NRKs bestillerorganisation, "Kringkaster", som sammen med resten af NRK er blevet omorganiseret i 2008. Han vil få 360 graders ansvar for drama, underholdning og kultur, når den nye bestillerorganisation træder i kraft fra 1. marst 2009.

Jon Ola Sand oplever, at bestilleropdraget er blevet mere fokuseret i den nye organisation.

"Der er oprettet en egen organisation for eksterne bestillinger, så jeg skal herefter kun arbejde med det interne produksjonsmiljø."

Bestillernes opdrag skal desuden være mere strategisk. Det vil sige ikke gå ind i programmer og små projekter, men levere behovsanalyser, rammebestillinger og sætte startskuddet for programmiljøet.

"Vi skal kunne skal se i krystallkuglen, bevare overblikket, og det lange perspektiv."

**PARTNERSKAP MED PROGRAMMILJØET**

Organisationediagrammer og strategier betyder imidlertid knapt så meget som virksomhedskulturen, og Jon Ola Sand understreger, at det vil være afgørende at etablere et godt partnerskab mellem bestillere og producenter.

""Et NRK" har været slagordet for denne omorganisering, og jeg tror, at tættere kontakt er ledestjernen. Vi skal sammen definere behovene og give programmiljøet tillid og frihed til at komme med svarene, og til at arbejde langsigtet med innovation. "

"Med hensyn til innovation står vi over for store udfordringer, understreger Jon Ola Sand, ikke mindst, når det gælder unge målgrupper og mangfoldighed, specielt på livssynsområdet. Med dagens fragmenterede mediebillede har vi et stort behov for at fornye og forynge os for atvære relevante for seerne."

**KONKURRANCE OM UNDERHOLDNINGEN**

På underholdningssiden har NRK mærket øget konkurrance i 2008. Fra at være førende på fredag- og lørdagsaften har man måttet kæmpe for procentandele af ratingen i 2008.

"Vi er tilfredse med at have formået at generobre nogle af seerne i løbet af sommeren."

"Vi har beholdt mange af de store, kendte programmer, men i mange tilfælde er der ændret lidt på konceptet, tænkt mere målgrupperettet og vi har flyttet enkelte programmer i sendeskemaet. Den nye sæson af dramaserien "Hunter" gik for eksempel sent fredag aften. Et forsøg som gik så godt, at DRs "Livvagterne" nu sættes op i samme slot.

Det nordiske stof er meget populært på NRK, noget som nok skyldes, at nordmænd er meget nordiske, men også, at NRK har arbejdet for at etablere nordiske programslots, som gør, at norske seere er vant til at norsk, svensk og dansk drama går hånd i hånd med hinanden.

Jon Ola Sand er svært tilfreds med dramasamarbejdets resultater, men ønsker sig mer samarbjde på faktaområdet. Store, reelle samproduktioner om de nordiske fællestræk: vor fælles historie og natur.

" Jeg havde gerne mødtes oftere med bestillerne for at snakke strategi, jeg håber det nye faktasamarbeide kan give anledning til flere sådanne træf.



With regard to innovation we are facing major challenges", Jon Ola Sand emphasises, particularly as regards young target groups and multiplicity, particularly in the area of attitudes to life. "With the fragmented media picture of today we seriously need to renew and rejuvenate in order to remain relevant to young people".

**COMPETITION IN THE ENTERTAINMENT FIELD**

In entertainment NRK noticed increasing competition in 2008. From being the leader on Friday and Saturday evenings the channel had to fight for shares of the ratings.

"We are pleased to have recovered some of our viewers during the summer."

"We kept many of our big, well-known programmes but in many cases we adjusted the concepts, considered target groups more, and moved a few programmes around. The new season of the drama series "Hunter" was broadcast late on Friday evenings, an experiment that went so well that the DR drama series "Livvagterne" is now being moved to the same slot.

Nordic material on NRK is extremely popular, probably due to the fact that Norwegians are very Nordic, but also to the effort made by NRK to establish Nordic drama slots: as a result Norwegians are used to seeing Norwegian, Swedish and Danish drama go hand-in-hand.

Jon Ola Sand is extremely pleased with the results of Nordvision cooperation on drama but would like to see more cooperation in factual programmes. Genuine large-scale coproduction on what we have in common: our history and our countryside.

"I would like to meet commissioners more often to discuss strategy: I hope the new factual programme partnership will occasion more such meetings".

PHOTO: NRK

*HIMMELBLÅ (NRK)*

–

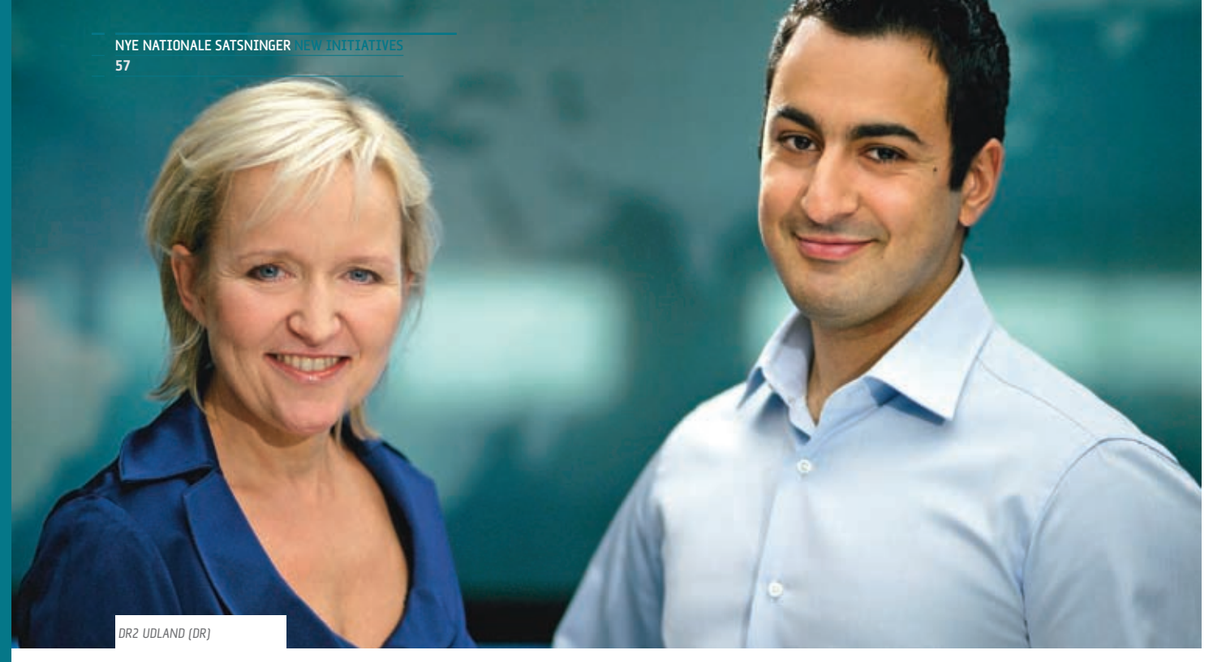
DR2 Udland har cuttet forbindelsen til de dyre SNG-linier og går ofte uden om billedbureauerne. Det kan ses på produktionsprisen.

–

DR2 Udland has dropped the expensive SNG lines and often circumvents picture agencies. The results can be seen on the bottom line.

# UDLANDS-TV TIL SPOTPRIS

## DR2 UDLAND: FOREIGN NEWS AT KNOCK-DOWN PRICES



*DR2 UDLAND (DR)*

TINE GÖTZSCHE & ERKAN ÖZDEN PHOTO: AGNETE SCHLICHTKRULL

*Af Ib Keld Jensen*

Udlands-tv hører normalt til i svær-vægtsklassen, når de økonomisk tunge program-genrer sættes til vejning. Derfor påkalder et nyt nyhedsmagasin fra DR sig en vis opmærksomhed.

På "DR2 Udland" er det lykkedes, at producere en halv times dagligt udlands-tv for 50.000 danske kroner pr. udsendelse, en pris der ligger bemærkelsesværdigt under normalprisen for programtypen. Forklaringen skal ifølge redaktøren Bo Hasseriis primært søges på to områder.

### UD MED SNG - IND MED SKYPE

"Vi er faktisk holdt op med at bruge SNG-linier, som ellers hurtigt kan løbe op i 50-60.000 kroner om dagen. I stedet bruger vi Skype som forbindelse, og transmitterer via webkamera," fortæller Bo Hasseriis.

Skype koster ikke noget at bruge, og har desuden den fordel, at DRs netværk af stringere og korrespondenter, nu kan kan gå på hjemmefra i stedet for at skulle køre ofte langt for at finde et egnet studie med forbindelse.

Skype har desuden den fordel at mange relevante kilder i udlandet - eksempelvis forretningsfolk - ofte har både webkamera og hurtig Skypeforbindelse.

Men der er også ulemper. Først og fremmest er kvaliteten svingende.

"Billedkvaliteten er i bedste fald fornuftig, og den er aldrig i en kvalitet til fuld skærm," siger Bo Hasseriis.

DR har indgået en aftale med Udenrigsministeriet, som indebærer, at der er Skype-kamera og højhastighedsforbindelse betalt af Udenrigsministeriet tilgængelig på stort set alle danske ambassader. Det betyder, at man hurtigt kan få en kommentar fra en dansk ambassadør i et lokalt brændpunkt. Ambassaderne er i en vis udstrækning begyndt at lukke op for, at også kilder udenfor ambassaden kan benytte faciliteten.

### BILLEDER DIREKTE FRA KILDEN

En anden forklaring på det lave omkostningsniveau er, at DR2 Udland selv køber levende billeder via nettet og ofte direkte hos kilden. Hvis en lokal tv-station har optaget et interessant indslag, er der mange penge at spare ved at gå direkte til tv-stationen frem for at gå over billedbureauerne. Ved at abonnere på services fra for eksempel Korrespondent TV, får redaktionen besked, når der er nye interessante optagelser i spil.

"Vi har sprunget mellemhandler-ledet over. Fordelen er foruden de lavere priser også, at vi får mindre logistik, end ved at bruge billedbureauerne," fortæller Bo Hasseriis. Han tilføjer dog, at DR2 Udland har en fast aftale med nyhedsbureauet AP.

### DE STORE INTERNATIONALE BEGIVENHEDER TRÆKKER SEERE TIL

Besparelsen er til at få øje på. Et indslag via billedbureau løber typisk op i 10-12.000 kroner, men kan ifølge Bo Hasselris oftest gøres til det halve eller til en fjerdedel af den pris. Seerandelen har været støt stigende siden lanceringen, og den boomer ved store internationale begivenheder som for eksempel det amerikanske præsidentvalg og krigen i Gaza.

"Så er det som om seerne regner med at få en grundigere orientering hos DR2 Udland," fortæller Bo Hasseriis.

*Ib Keld Jensen*

Broadcasting from abroad usually belongs in the heavyweight class when costly programme genres are weighed. So a new news magazine from Danmarks Radio has attracted quite a bit of attention.

"DR2 Udland" has managed to produce a half hour foreign news programme every day for DKK 50 000 per broadcast, a price remarkably lower than the normal price for this type of programme. Bo Hasseriis, the programme editor, says there are two primary explanations.

### SNG IS OUT, SKYPE IS IN

"We have stopped using SNG lines, for which costs easily run up to DKK 50 000 - 60 000 a day. We use Skype instead, and transmit via webcam", Bo Hasseriis says.

Skype costs nothing to use, and has another advantage too: the stringers and correspondents can now work from home instead of having to make long journeys to find suitable studios with a link.

Skype also has the advantage that many relevant sources abroad - such as members of the business community - often have webcams and rapid Skype connections in their homes.

But there are also disadvantages. First and foremost the fluctuation in quality. "Picture quality is reasonable at best, and it is never good enough for full screen viewing", Bo Hasseriis says.

DR has an agreement with the Danish foreign ministry which means there are Skype cameras and high-speed connections paid for by the ministry in practically all Danish embassies. So DR2 can quickly get a comment from a Danish ambassador in a local hot spot. The embassies have also started allowing sources from outside the embassy to use the facility.

### IMAGES STRAIGHT FROM THE SOURCE

Another explanation for the low level of costs is that DR2 Udland buys footage via the internet, often straight from the source. If a local television station has shot an interesting insert considerable savings can be made by going straight to the station rather than the picture agencies. By subscribing to services such as Korrespondent TV the news desk is informed whenever interesting new footage is around.

"We cut out the middle man. And in addition to lower prices we also reduce the logistics compared to using the agencies", Bo Hasseriis explains. He adds, however, that DR2 Udland also has a permanent arrangement with AP.

### MAJOR INTERNATIONAL EVENTS ATTRACT VIEWERS

The savings are considerable. An item via an agency usually costs from DKK 10 000 to 12 000 but according to Bo Hasseriis this can be cut by half or even a quarter. Viewer share has been rising constantly since the launch, and it booms whenever there are major international events such as the US Presidential Elections or the war in Gaza.

"So it's as if viewers expect to receive more thorough briefing from DR2 Udland", says Bo Hasseriis.

–

Yr.no er NRKs populæreste website med over 1 mill. ugentlige besøg. YR.no udveksles nu med SVT og YLE.

# NRKS POPULÆRESTE WEBSITE UDVEKSLES

# THE MOST POPULAR WEBSITE AT NRK TO BE EXCHANGED

NRK har de tre sidste år haft fokus på vejr og klima gennem en "Ekstremvejr-uge". Hundredvis af radio- og tv-programmer har haft vejr som tema hvert efterår. Vejret er et populært emne i Norge, og temaet er blevet rigtig godt modtaget af det norske publikum.

Som et led i dette vejrtema lancerede NRK i september 2007 yr.no-webtjenesten, som er den største vejrtjeneste i Norge. Yr.no er et samarbejde mellem Norges Meteorologiske Institut og NRK.

**OVER MILLION UNIKKE BRUGERE PER UGE**

Ansvarlig for yr.no Kjell Jarle Høyheim siger:

"Yr.no har en vigtig samfundsopgave ved at varsle ekstremvejr. Nordmænd elsker bare informastion om vejr. På yr.no finder du alt om vejr. Tjenesten er også et tilbud om gratis varsel og bliver brugt af aviser, hoteller, campingpladser og flypladser. 68 procent af norske netbrugere bruger yr.no, og 87 procent kender til tjenesten."

Websitet kan trods sin unge alder se tilbage på en eventyrlig udvikling; i sommer havde sitet 1,3 millioner unikke brugere hver uge.

**NORDISK SAMARBEJDE OMKRING VEJRTJENESTE**

Yr.no's succes har vakt stor interesse i de andre nordiske lande, og der er planer om at implementere et lignende site både i Finland og i Sverige:

"Vi har hele tiden været meget interesseret i at samarbejde nordisk omkring ekstremvejr, og nu har YLE og SVT heldigvis meldt som meget interesserede i at udveksle websitet," siger Erik Bolstad, redaktør for yr.no.

Ari Ylä-Anttila, som er programbestiller på YLE TV1 siger:

" Jeg bestiller indhold primært for tv, men jeg kunne straks se, at yr.no havde et kæmpe potentiale på webben - også i Finland. Derfor har jeg anbefalet sitet videre til de webansvarlige i YLE."

Are Nundal, programchef i SVT interaktive har tidligere selv været ansat i NRK, og sad i styregruppen, som oprindeligt planlagde yr.no. Are Nundal siger:

"SVT har i lang tid leveret vejrtjenester, men nu er det tid til at fornye vejrtjenesten. Eftersom yr.no gennem sin brugervenlighed har fået så uhørte fremgange er det fristende at hægte sig på deres løsninger og erfaringer."

**NYE IDÉER**

NRK har de sidste år satset meget på nettet og nrk.no er stille og roligt ved at etablere sig blandt landets største indholdswebsites. Kjell Jarle Høyheim siger:

"Vi søger stadig efter nye måder at blive endnu bedre på. Helt konkret arbejder vi sammen med den norske turistforening om at etablere en fælles turside, med information om turområder i hele landet. Den skal vi have på plads inden sommersæsonen 2009."

*Læs mere: www.yr.no*



–

Yr.no is the most popular website at NRK with over a million weekly hits. Yr.no is now being exchanged with SVT and YLE.

Over the last three years NRK has spotlighted the weather and climate via its "Ekstemvejr-uge". Hundreds of radio and television programmes have taken up weather as their theme every autumn. The weather is a popular topic in Norway and the theme has been very well received by Norwegian viewers.

As part of the weather theme in 2007 NRK launched the yr.no website, the biggest weather service in Norway. It is a joint venture between NRK and the NMI (Norges Meteorologiske Institut).

**OVER A MILLION UNIQUE HITS A WEEK**

Kjell Jarle Høyheim, head of yr.no, says:

"Yr.no provides an important service to society by warning of extreme weather. Norwegians just love weather information. At yr.no you can find out anything you want about the weather. It also provides free forecasts and is used by newspapers, hotels, campsites and air fields. 68 per cent of all Norwegian internet users visit yr.no, and 87 per cent have heard of the service".

Despite its tender years the website can look back at a fairy-tale past: last summer it registered 1.3 million unique hits a week.

**NORDIC COOPERATION ON WEATHER**

Yr.no's success has caused great interest in the other Nordic countries, and there are plans to implement similar sites in Finland and Sweden.

"We have always been very interested in Nordic cooperation on extreme weather and now YLE and SVT have said they are extremely interested in exchanging the site", says the editor at yr.no, Erik Bolstad.

Ari Ylä-Anttila, commissioning editor at YLE TV1, says:

"I buy content mainly for television but I could see right away that yr.no had huge potential on the internet in Finland too. So I recommended the site to the commissioning editors on web content at YLE."

Are Nundal, head of SVT interactive, had been at NRK and was in the steering committee that originally planned yr.no. Are Nundal says:

"SVT has had a weather service for years, but it is time to rejuvenate it. As yr.no has achieved such unprecedented growth thanks to its user-friendliness, it is tempting to latch onto their experience and solutions".

**NEW IDEAS**

In recent years NRK has devoted considerable effort to the internet and nrk.no is gradually establishing its position among the biggest content sites in the country. Kjell Jarle Høyheim says:

"We are still looking for new ways of improving. Specifically we are working with the Norwegian tourist association on setting up a joint tour site with information on recreational areas throughout the country. We want to have it in place for the summer season 2009".

*Further details: www.yr.no*

JOHAN GRAFSTRÖM PHOTO: CARL-JOHAN SÖDER

# I EN KLASSE FOR SIG IN A CLASS OF THEIR OWN >

–

SVT gav en af landets fagligt ringeste 9. klasser de mest kompetente lærere, man kunne opstøve. Målsætningen var klar: Man ville gøre klassen til en af de tre bedste i landet. Dokumentarserien rejste en debat af olympiske dimensioner – for eksperimentet lykkedes.

*Af Ib Keld Jensen*

Mere end 500 artikler og kommentarer i svenske dagblade. En ændring i det socialdemokratiske partiprogram og et lokalt forslag i Malmø om at lade eleverne bedømme deres egne lærere.

Det er nogle af de konkrete konsekvenser af SVT's dokumentarserie "Klass 9A", som i 13 afsnit kørte henover foråret 2008 med konstant høje seertal.

Idéen var enkel. Man tager en fagligt meget ringe klasse og giver dem et semester med de bedste lærere, man kan opdrive i Sverige. Og så måler man dem før og efter ved nationale prøver.

På forhånd vidste man derfor, at eleverne i 9. A på Johannesskolen i Malmø stod kundskabsmæssigt svagt. Faktisk lå klassens gennemsnit 18 procent under det nationale gennemsnit. Efter et semester havde klassen og dens nye lærere taget Sverige med storm, og som kronen på værket klarede klassen en national matematikprøve med det højeste gennemsnit af alle 9. klasser i landet.

"Vi havde på forhånd bestemt, at vi ville skildre skolen, ikke granske skolen," fortæller projektleder Johan Grafström, SVT.

**PEGER PÅ DET GODE EKSEMPEL**

For ifølge Grafström får man ofte en meget lille effekt af at afsløre eller granske kritisable forhold. En afsløring kan altid marginaliseres, mener han. Vil man komme efter samfundsstrukturer må man lade folk få mulighed for at tænke selv.

"Vi ville ikke hænge nogen ud, men i stedet pege på det gode eksempel fra et udgans->



PHOTO: NILS BERGENDAL

*KLASS 9A (SVT)*

punkt om, at børn er nysgerrige, børn vil forstå samfundet og børn er kloge og smarte."

Projektet blev først mødt med skepsis, men kritikken forstummede hurtigt efter de første udsendelser, og førte i stedet til en engageret debat både på landsplan og lokalt.

Den brede gennemslagskraft tolker Johan Grafström som et resultat af, at alle kender til skolen.

"Skolen er den største arbejdsplads i Sverige, men dørene til klasselokalerne er lukkede. Vi ved ikke hvad der egentlig foregår, og derfor var dokumentaren en aha-oplevelse for mange. Her fik vi en fælles ramme at tale ud fra."

Som noget nyt blev perspektivet elevernes. For eksempel kom det frem, at Johannesskolen havde skiftet leder 10 gange på 11 år.

## FULGTE KLASSEN FIRE EN HALV MÅNED

"I en hvilken som helst virksomhed ville man forstå, at det har store konsekvenser. For eleverne betød det at få kom i gymnasiet. Det er ikke deres fejl, at skolen har tabt kvalitet, men det er deres liv og fremtid, der påvirkes af det," fremhæver Johan Grafström.

Tv-holdet fulgte klassen i fire en halv måned, og i løbet af den periode forbedrede klassen sig med 47 procent i forhold til landsgennemsnittet og placerede sig blandt de tre bedste klasser i landet. Eller rettere blandt de tre bedste skoler, for det var ikke muligt, at lave en sammenligning på klasseplan.

Alle elever i klassen og deres forældre - i nogle tilfælde med bistand af autoriseret tolk - havde på forhånd givet deres samtykke til at deltage, og alle havde mulighed for at trække sig ud, hvis de undervejs fandt det ubehageligt at deltage. Men samtlige elever gennemførte.

En stor del af arbejdet for lærerne bestod i at udfordre elevernes selvbillede. De fleste kom fra et typisk arbejderområde, og havde ambitioner om at blive popstjerne eller politifolk, ikke økonomer eller advokater, som i andre skoledistrikter med mere veluddannede forældre.

## VEDKOMMENDE PUBLIC SERVICE

"Man skulle knapt nok tro, det var den samme klasse," siger Johan Grafström

Fra producenten Tomas Axelson på Strix Television fik den første spæde idé til udsendelse gik der to år, og derfor er en af de store udfordringer, at forudse, hvad der er interessant to år ude i fremtiden. Derfor kan man heller ikke bare kopiere konceptet.

"Det er en barsk opgave at lave en opfølgning på "Klass 9A", hvor det kan næsten kun gå nedad. Men vi arbejder med programudvikling på en række områder, hvor målet er at ende med et program af denne type."

"Som public service-kanal er man nødt til nogle gange at lave serier som denne, for at understrege sin position som vigtig for samfundsdebatten, som dette program har gjort for os," mener Johan Grafström, der håber at også de øvrige bolag vil tage idéen op.

"Klass 9A" er allerede prisbelønnet og står i mange svenskeres bevidsthed som et eksempel på vedkommende og engageret public service-tv.

I en klasse for sig.



—

SVT gave one of the academically weakest Year 9 classes in the country the best teachers it could find. The aim was clear: to turn the class into one of the three best in the country. The documentary sparked off a debate of Olympic dimensions. Because the experiment succeeded.

*Ib Keld Jensen*

More than 500 articles and comments in Swedish newspapers: a change to the Social Democrat Party manifesto and a local proposal in Malmö to allow students to assess their own teachers: these are just a few of the few tangible consequences of the SVT documentary series "Klass 9A", which was screened in spring 2008 in thirteen episodes to constantly high ratings. The idea was simple: you find a class with very poor academic standards and give them a term with the best teachers you can find in Sweden. And you test them before and after, using national tests.

Their previous tests showed that the students of 9A at Johannesskolen, Malmö, were very weak academically. Indeed, their average grades were 18 per cent below the national average. A term later and the students and their teachers had won the hearts of the nation and to cap it all the class managed a national maths test with the highest average of any Year 9 in the country. "We had decided beforehand to portray the school, not scrutinize it", says the producer, Johan Grafström, SVT.

## POINT OUT THE GOOD EXAMPLES

Johan Grafström says you very often achieve very little by exposing or scrutinizing criticisable conditions. Exposures can always be marginalised, he thinks. If you want to go after the structure of society you have to allow people to think for themselves.

"We didn't want to hang anyone out to dry: instead we wanted to indicate the good example, starting out from the assumption that children are curious, children want to understand society, and children are clever and quick-thinking".

The project encountered raised eyebrows at first but the critics were quickly silenced by the initial episodes, and led instead to a lively debate nationally and locally.

He interprets the broad impact made by the series as a result of the fact that everybody has heard of the school.

"Schools are one of the biggest workplaces in Sweden, but the classroom doors are always shut. We don't know what actually goes on in there, so the documentary was an eye-opener for many viewers. It gave us a common understanding on which we could base our discussions."

One novelty was the way the series was made from the perspective of the students. It emerged, for example, that Johannesskolen has had ten new heads in eleven years.

## FOUR AND A HALF MONTHS WITH THE CLASS

"Any company would understand that this would have a major impact. To the pupils it meant not getting into high school. It is not their fault that the educational system has fallen in quality, but it is their lives and prospects that are affected by it", Johan Grafström emphasises.

The television unit followed the class for four and a half months, during which time the students improved by 47 per cent compared to the national average and positioned themselves among the top three classes in Sweden - or more accurately among the top three schools, as it was not possible to compare at class level. Everybody in the class, and their parents too - sometimes aided by qualified interpreters - consented to appear in the series before shooting started, and any of them could withdraw if they developed qualms about appearing in the series. But all the students held out to the end.

Much of the work for the teachers consisted of challenging the students' self-perception. Most came from a typical working class area and wanted to be pop stars or police officers, not economists or lawyers like the students from other school districts with parents who have better academic qualifications.

PHOTO: NILS BERGENDAL

*KLASS 9A (SVT)*

## RELEVANT PUBLIC SERVICE

"You would hardly believe it was the same class", Johan Grafström says. From the moment producer Tomas Axelson from Strix Television had the first inkling of an idea until the series was broadcast two years passed, and so one of the real challenges is how to predict what will be of interest two years into the future. That is why you cannot just copy a concept.

"Making a follow-up to "Klass 9A" is a tough job: it can almost only get worse. But we are developing programmes for a number of areas with the aim of ending with a programme of this nature".

"As a public service channel you sometimes have to make series like this one in order to underline your position as important to the society debate: just as this series did for us", says Johan Grafström, who also hopes that the other broadcasters will adopt the idea.

"Klass 9A" has already won awards and many Swedes regard it as an example of relevant, dedicated public service television.

In a class of its own.

–

En af de store udfordringer for public service selskaberne i dag er at nå ud til målgruppen af unge mennesker. Det finske public service selskab YLE har fundet en utraditionel vej til de unge.

# YLE WEBSITE TILTRÆKKER DE UNGE

# YLE WEBSITE ATTRACTING YOUNG PEOPLE

–

One of the great challenges to public service broadcasters today is how to reach out to the young people segment. The Finnish public service broadcaster YLE has come up with a novel approach.

YLE har siden 1999 gradvist udbygget en eksamensforberedelsesservice på nettet, som tager sigte på årets afsluttende gymnasie-eksamner. I Finland er de afsluttende gymnasie-eksamener mere omfattende end i de andre nordiske lande, og eleverne bruger i reglen et par meget koncentrerede måneder til at forberede sig til de to eksamensrunder i marts og i september.

YLEs eksamensforberedelsesservice henvender sig til de ca. 40.000 finske unge i 18-årsalderen, som årligt tager de afsluttende eksamener. "Abitreenit" - som servicen hedder - når i gennemsnit omkring 80 procent af målgruppen. Et resultat, som man kan sige, er ganske exceptionelt!

**EKSAMENSFORBEREDELSE PÅ MANGE NIVEAUER**

Abitreenit-sitet tog oprindeligt sit udgangspunkt i et diskussionsforum for eksamensforberedelse. I perioden siden lanceringsåret 1999 har sitets registrerede brugere skrevet næsten 50.000 beskeder til diskussionsforummet. Diskussionsforummet er klart den populæreste del af sitet i dag, siger chef for kundeindsigt, YLE Fakta og Kultur, Erik Bäckman. Han fortæller, at der per december 2008 var knapt 10.000 registrerede brugere på diskussionsforumsdelen af sitet, som også bliver brugt flittigt udenfor eksamensperioderne.

Abitreenit-sitet er siden lanceringsåret 1999 blevet udvidet med forskellige andre elementer. Man kan blandt andet se TV-programmer og arkivindslag fra alle fagområder i gymnasie-eksamen, og øve sig på forrige års eksamener. Sitet linker ligeledes til aktuelle diskussioner, nyheder og indhold på YLEs andre platforme.

**LIVE-TV I EKSAMENSPERIODEN**

I eksamensperioderne i marts og september har YLE for nylig besluttet at lave direkte tv-udsendelser målrettet dem, der lige har taget deres eksamener. Eleverne kan ligeledes stille spørgsmål om de aktuelle eksamener på nettet. Et ekspertpanel svarer og diskuterer et antal af disse spørgsmål. Udsendelserne kan ses hver eftermiddag i eksamensperioden live på nettet og på YLE Teema tv-kanalen. Der er ligeledes lavet en online-del, hvor eksperter svarer på elevernes spørgsmål i en online chat.

**FAT I DEN UNGE GRUPPE**

Erik Bäckman fortæller, at YLE selvfølgelig er meget interesseret i at skabe en vedvarende tilknytning med den unge brugergruppe, og arbejder derfor blandt andet aktivt med at linke til andre dele af YLE-indhold fra Abitreenit-sitet.

"Den generelle feedback fra sitets brugere har været virkeligt positivt, og vi oplever, at sitet faktisk opfylder de behov, som de unge har i forhold til disse eksamener. Der har været en del diskussion indenfor YLE om at skabe en lignende netservice for forberedelse til universiteternes adgangseksamener. Men det er en kompliceret affære, fordi omfanget af disse eksamener er så meget større, og fagligt mere spredt i forhold til de afsluttende gymnasie-eksamener, som er de samme for alle.

Universiteternes adgangseksamener er i dag en af de mest populære diskussionstemaer i Abitreenit -diskussionsforum.

*Se mere: http://abitreenit.yle.fi/etusivu*

Since 1999 YLE has gradually developed an examination preparation service on the internet aimed at the high school finals. In Finland these exams are more extensive than in other Nordic countries and students spend a couple of highly concentrated months reading up for the two rounds of examinations in March and September.

The YLE examination preparation service appeals to the 40 000 Finns aged around 18 who take the final exams every year. "Abitreenit" as the service is known reaches an average of 80 per cent of the target group. An exceptional result, you must admit!

**EXAM PREPARATION AT MANY LEVELS**

The Abitreenit site started out as an exam preparation discussion forum. Since it was launched in 1999 registered users have submitted almost 50 000 posts to the forum. The forum is definitely the most popular part of the site today according to Erik Bäckman, head of customer insight at YLE Fakta and Kultur. He says that in December 2008 the site had almost 10 000 registered users for the discussion forum section of the site, which is also used heavily outside the examination seasons.

The Abitreenit site has been expanded by a range of features since its launch. Users can now watch television programmes and archive material on every subject on the high school syllabus and practice on papers from previous years. The site has links to current debate, news and content from other YLE platforms.

**LIVE TELEVISION DURING THE EXAM SEASONS**

For the March and September exam seasons YLE recently decided to put on live television shows aimed at students who had just sat their exams. The students can also put questions on the current exams: a panel of experts answers and discusses some of the questions. The webcasts can be watched every afternoon in the exam months and on the YLE Teema channel. There is also an online chat room where experts answer students' questions.

**WINNING THE LOYALTY OF THE YOUNG SEGMENT**

Erik Bäckman says that of course YLE is very interested in creating lasting links to the young users, and part of the effort to do this is by linking to other parts of YLE content from the Abitreenit site.

"The general feedback from site users is extremely favourable, and we can see that the site really does meet the needs of the young as regards these exams. There has been quite a debate internally at YLE on whether to create a similar web service for preparations to the university entrance exams, but it is a complicated affair as the entrance exams are much more extensive and academically diverse than the high school leaving exams, which are the same for everybody".

Today the university entrance exams are the most popular discussion topic on the Abitreenit discussion forum.

*Further details: http://abitreenit.yle.fi/etusivu*

# BRUG ER VÆRDI – NÅR KULTURARVEN SIKRES OG SÆTTES I SPIL

## USE IS VALUE WHEN WE SECURE OUR CULTURAL HERITAGE AND MAKE IT ACCESSIBLE

–

DR er i fuld gang med at digitalisere sine gamle TV- og radioudsendelser. De skal sikres for eftertiden, og gives tilbage til danskerne.

–

DR is digitizing its old television and radio broadcasts.
They must be secured for posterity and given back to the nation.

www.dr.dk/bonanza – websiden bliver hentet ned på et utal af computere hver dag. Her kan man gå ind og se gamle danske tv-udsendelser – og det er populært. På mindre end et år er mere end 12 millioner klip blevet vist og interessen fortsætter.

Programmerne er blevet digitaliseret og er dermed ikke længere truet af at forsvinde, efterhånden som båndene forvitrer og går i opløsning, eller afspillerne bryder sammen.

Men ambitionerne er større endnu for de gamle danske tv- og radioudsendelser.

**SUCCESKRITERIET**

Udsendelserne skal ikke flyttes fra et støvet kælderrum til en digitalplatform, hvor de bare ligger hen. Succeskriteriet er, at materialet bliver brugt så meget som muligt nu og i fremtiden. Det forklarer Tobias Golodnoff, som er projektchef for Kulturarvsprojektet på DR Medier.

Udsendelserne skal ud til danskerne - ikke kun som underholdning og kuriositeter i diverse nyproduktioner, men også i deres oprindelige form.

"Dermed genopstår mange årtiers public service. Udsendelserne kan hjælpe os med at forstå vores fælles fortid bedre – så vi kan få den bedste fremtid. Materialerne har en enorm værdi for samfundet, hvis vi lykkes med at sikre, at danskerne anvender dem – også til uddannelse og forskning," siger Tobias Golodnoff, som mener, at projektet giver fuldstændigt fantastiske muligheder, som vi slet ikke kender rækkevidden af endnu. Foreløbig har DR fået 75 millioner kroner til projektet.

The www.dr.dk/bonanza site is accessed by a huge number of computers every day. Users can watch old Danish television broadcasts and the site is extremely popular. In less than a year over 12 million clips have been shown, and interest is growing.

The programmes have been digitized and are no longer in danger of disappearing as the tapes deteriorate and disintegrate or the videotape players break down.

But ambitions on behalf of old Danish television and radio broadcasts do not stop there.

**KULTURARVEN PÅ TVÆRS**

DRs arkiv rummer enorme mængder af audiovisuelt materiale, ca. 570.000 timer. "Optagelser er fyldt med unikke indblik i samfundets og danskernes egen historie. I fremtiden er visionen, at vores materialer kan kombineres med de andre nationale samlinger, så synergien mellem materialerne opstår, og samfundet kan realisere de store socioøkonomiske gevinster, der potentielt er ved digitalisering og tilgængeliggørelse," siger Tobias Golodnoff.

For at illustrere dette arbejdes der sammen med en række eksterne parter. For at afdække de studerende og forskernes ønsker og værdier, har Forskningsnettet og DR i samarbejde med Niels Bohr Instituttets arkiv samlet de private smalfilmsoptagelser af den danske nobelprismodtager Niels Bohr, der læser sit åbne brev for Fred, til FN, højt med DRs radio transmission af begivenheden. Nu kan man for første gang siden 1950 genopleve billede og lyd samtidigt.

Et andet projekt med dette for øje, er samarbejdet med Det Danske Filminstitut, Nationalmuseet, Statens Museum for Kunst, Det Kongelige Bibliotek, Statsbiblioteket og Statens Arkiver, som også alle har store arkiver. Sammen har kulturinstitutionerne lavet en række pilotprojekter, et hvor brugerne, der er skoleelever, kunne arbejde med historiske temaer og belyse dem med tekster, billeder og programmer – for eksempel om livet under industrialiseringen.

"Elever og lærere var meget begejstrede, og i Kulturarvsprojektet er vi sikre på, at fremtiden vil bringe os mange nye redskaber og arbejdsmetoder til at udbrede vores fælles kulturarv" fortæller Tobias Golodnoff.

**SUCCESS CRITERIA**

The idea is not merely to transfer the programmes from a dusty basement store to a digital platform. The criterion for success is that the material gets used as much as possible now and in future, says Tobias Golodnoff, Cultural Heritage Project manager at DR Media.

The broadcasts must get out to the population, not only as entertainment and old curiosities as part of new productions, but also in their original forms. "It means resurrection for many years of public service. The broadcasts can help us to understand our common past better, and thus to ensure the best future. The material will be of enormous value to society if we succeed in getting the population to use it for educational and research purposes too", he says. He thinks that the project will provide fantastic opportunities of a scope we have not even begun to conceive yet. So far DR has been allocated DKK 75 million for the project.

**CULTURAL HERITAGE ACROSS PLATFORMS AND USES**

The DR archives contain vast amounts of audiovisual material amounting to some 576 000 hours. "The footage is full of unique insights into the history of society and its individual inhabitants. In future we want our material to be combined with other national collections to generate synergy between them and to enable society to realize the huge socio-economic gains inherent in digitisation and accessibility", Tobias Golodnoff says.

To illustrate and elucidate this vision work is being done with a number of external partners. To explore the wishes of students and researchers Forskningsnettet [the Research Network] and DR have worked with the Niels Bohr Institute archives to collect the privately shot film footage of the Danish Nobel laureate Niels Bohr reading his open letter for peace to the UN aloud for the DR radio broadcast of the event. For the first time since 1950 viewers can now experience sound and picture simultaneously.

Another project with this vision in mind is the collaboration with the Danish Film Institute, the National Museum, the State Art Museum, the Royal Danish Library, the National Library and the State Archives. These cultural bodies have carried out a series of pilot projects: one for school pupils to work on historical themes and illustrate them with texts, pictures and programmes - on life during industrialisation, for example. "Pupils and teachers were most enthusiastic, and the Cultural Heritage Project staff are certain that the future will bring us many new tools and methods by which to share our common cultural heritage", Tobias Golodnoff says.

**DIGITISATION AND RESCUE**

DR is currently digitizing all radio broadcasts from 1989 onwards: 350 000 hours worth. It will take between two and a half and three years. Programmes recorded on videotape are also being digitised, as videotape is even more endangered than the film collections. The films will last a bit longer.

"We are also experimenting to find out how to metadate the material and make it accessible, and we are working on securing rights agreements that facilitate use in future and take account of the way society develops, in order to ensure that access and level of knowledge are increased for and among the population".

*Further details: www.dr.dk/bonanza and www.danskkulturarven.dk and www.dr.dk/kulturarv.*

**DIGITALISERING OG SIKRING**

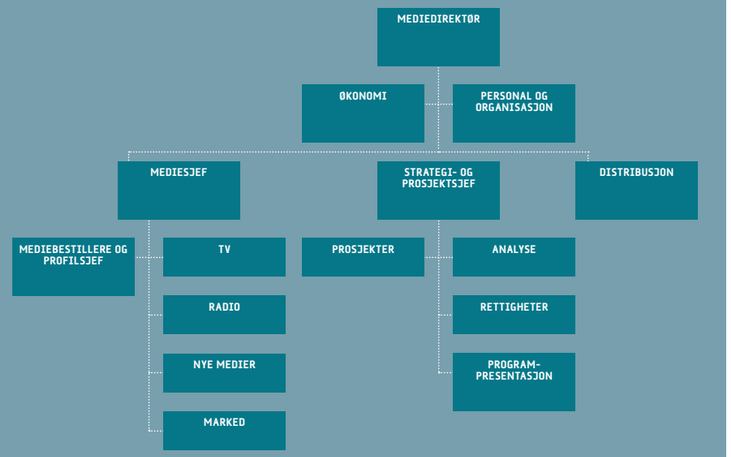
DR er lige nu i gang ved at få digitaliseret samtlige radioudsendelser fra 1989 og frem - det er 350.000 timer og tager to et halvt til tre år. Udsendelser lavet på video er også ved at ved at blive digitaliseret, fordi formaterne er mere truede end vores filmsamlinger. De holder lidt endnu.

"Samtidig eksperimenterer vi med, hvordan udsendelserne skal metadateres og gøres tilgængelige, og vi arbejder på at lave ophavsretlige aftaler, der faciliterer den fremtidige brug og samfundsudvikling således, at adgangen og vidensniveauet øges for og blandt danskerne."

*Se mere på www.dr.dk/bonanza.dk og www.danskkulturarven.dk. og www.dr.dk/kulturarv*

ANNIKA BIØRNSTAD PHOTO: OLE KALAND






Omorganisering har vært en af de helt store overskrifter i NRK i 2008. Hele bolaget er blevet omorganiseret og arbejdsfordelingen mellem NRKs bestillerorganisation, Kringkaster, og de producerende enheder er blevet omdefineret.

# NYE ROLLER FOR NRK'S BESTILLERE OG PRODUCENTER

## NEW ROLES FOR NRK COMMISSIONERS AND PRODUCERS

Reorganization was one of the biggest headlines at NRK in 2008. The entire corporation was restructured and the division of responsibilities between the NRK commissioning organization, Kringkaster, and the production units was redefined.

"'One NRK' has been the guiding light for the reorganization of NRK," says media director Annika Biørnstad .

She heads the new Kringkaster division at NRK, which consists of a head of media for commissioners and channels, a head of strategy and projects, and a head of distribution services.

The whole of NRK was reorganized in 2008. One of the biggest changes was on the programme side, where news and other programme activities were merged into two large divisions: Oslo and District. The old system of managers responsible for programme divisions was rejected: the three senior commissioning editors (children's programmes, factual programmes and entertainment) are joined by a new culture editor who will also be responsible for NRK drama production. Altogether 60 middle management posts have been advertised internally and externally. They will all be filled by 1 March 2009 when the new organization takes effect.

### STRATEGIC COMMISSIONING ORGANIZATION

The other major change is the new allocation of roles between Kringkaster, the NRK commissioning organization, and the programme divisions.

"The reallocation was determined by the need for a clear division or responsibilities, better internal financial controls and a clearer interface with the external suppliers", Annika Biørnstad says.

Kringkaster will be responsible for programme activities and programme scheduling. Kringkaster's role will be to draw in knowledge of the world outside NRK, and the new analysis department where the media researchers work, under Strategy and project, will play a central role in predicting trends and viewer requirements. Kringkaster will also lead on contacts with external producers.

With regard to internal production the four senior commissioning editors will focus on requirement analyses and major framework concepts. The programme division will respond to these requirements with specific programme proposals and lead on innovation and the creative processes.

### CRYSTAL BALL

What will this mean in practice to the partnership between commissioners and producers at NRK?

Jon Ola Sand, all-round commissioner for drama, entertainment and culture, feels that the job of commissioning editor has become more focussed in the new organization. "If Kringkaster has its own department for external commissions I will be able to concentrate on following up on internal production".

"My job will be to gaze into the crystal ball and keep the overview: I am looking forward to being able to take the longer strategic view rather than devoting so much energy to individual programmes and titles".

"Klarere ansvarsfordeling og roller, bedre internøkonomi og en tydeligere kontaktflade mod det eksterne miljø har været retningsgivende for den nye ansvarsfordeling," fortæller Annika Biørnstad.

Bestillerorganisationen Kringkaster skal stå for udsendelsesvirksomhed og programsetting. Kringkasters rolle skal være at bringe kundskaber ind om verden udenfor NRK, og den nye analyseafdeling under strategi- og projekt, hvor medieforskerne sidder, vil spille en central rolle i at forudse trends og seerbehov. Kringkaster skal desuden have hovedansvar for kontakten med eksterne producenter.

I forhold til det interne produktionsmiljø skal de fire hovedbestillere fokusere på behovsanalyser og større rammekoncepter. Programdivisionen skal svare på disse behov med konkrete programforslag og have hovedansvar for innovation og de kreative processer.

### BESTILLER MED KRYSTALKUGLE

Hvad betyder dette i praksis for partnerskabet mellem bestillere og producenter i NRK?

Jon Ola Sand, 360 graders bestiller for drama, underholdning og kultur, oplever, at bestilleropdraget er blevet mere fokuseret i den nye organisationen.
" Når Kringkaster får en egen afdeling for de eksterne bestillinger, kan jeg koncentrere mig om opfølgningen af det interne produktionsmiljø."

"Min opgave bliver at se i krystalkuglen og bevare overblikket, og jeg glæder mig til at kunne arbejde mere langsigtet med strategi i stedet for at bruge så meget energi på enkeltprogrammer og -titler.

"Et NRK" har været ledestjernen for omorganiseringen af NRK," fortæller mediedirektør Annika Biørnstad.
Hun leder den nye Kringskasterdivision i NRK, som består af en mediechef for bestillere og kanaler, samt en strategi- og projektchef og en chef for distributionstjenester.

Hele NRK er blevet omorganiseret i løbet af 2008. En af de største ændringer er på programsiden, hvor nyheder og anden programvirksomhed er slået sammen til to større divisioner: Oslo og Distrikt. Systemet med kompetencechefer i programdivisionerne er forkastet. De tre hovedansvarlige redaktører (for barn, fakta og underholdning) består, og får selskab af en ny kulturredaktør som også får ansvaret for NRKs dramaproduktion. Til sammen 60 mellemlederstillinger er slået op, internt eller eksternt. Alle stillinger skal besættes før 1. marst 2009, når den nye organisation træder i kraft.

### STRATEGISK BESTILLERORGANISATION

Den anden store ændring, som er foretaget i NRKs nye organisation er en ny rollefordeling mellem bestillerorganisationen Kringkaster og programdivisionerne.

At SVT har lagt tv-drama i HD-kvalitet på nettet kan vise sig at være begyndelsen til et nyt kapitel for tv on demand.

# SVT TILBYDER TV I SUPER KVALITET PÅ NETTET

*Af Ib Keld Jensen*

Lyd og billede er i absolut topkvalitet. Det kan alle med en computer og en nogenlunde hurtig netforbindelse konstatere i løbet af et øjeblik. For ganske vist skal man downloade et lille program og genstarte sin browser for at komme i gang, men hele øvelsen foregår automatisk og tager højest et par minutter.

Så enkelt fungerer SVT's nye bemærkelsesværdige tilbud om tv-drama i HD-kvalitet på nettet, som svenskerne selv kalder HD-streaming.

Der er tale om en videreudvikling af det såkaldte Play, hvor SVT i forvejen har lagt store dele af sin produktion i almindelig kendt streaming-kvalitet.

Det nye Play Prima anvender imidlertid en helt anden distributionsteknik leveret af amerikanske Move Network. Og de første erfaringer peger i retning af, at tv i høj teknisk kvalitet har tag i seerne.

## VANENS MAGT

"Omkring halvdelen af seerne vælger Play Prima fremfor almindelig Play, hvor tv-drama også lægges ud, men Play Prima-seerne kigger tv i længere tid," fortæller Lena Glaser, der er chef for SVTi. At ikke endnu flere vælger den bedste kvalitet, tilskriver hun vane, samt den omstændighed at ikke alle endnu kan mønstre 3,5 megabit-netforbindelse, som er nødvendig for se højkvalitet uden billedudfald.

Noget af det første SVT lagde på Play Prima var en ungdomsserie med titlen "Andra Avenyn", som vises tre gange om ugen i broadcast. Op mod en halv million ser hvert afsnit på traditionel vis, mens i gennemsnit 800.000 hver uge klikker sig ind på et de 139 afsnit, der med udgangen af 2008 var lagt på nettet. Nettallet lyder højt, og Lena Glaser gør da også opmærksom på, at SVT Play seertallene slet ikke er gennemanalyseret på samme måde, som man er vant til fra broadcast-tv.

## ON DEMAND - IKKE KUN FOR DE UNGE

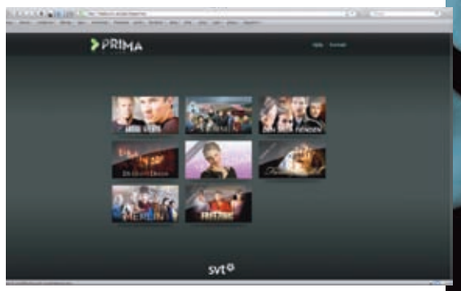
Der er tegn på, at noget af den opmærksomhed broadcast-tv har mistet hos de unge seere, er flyttet over på nettet.

"Men det ville være helt forkert at sige, at tv on demand kun er for de yngre aldersgrupper. Vi tror, at on demand fra at være en skrivebordsaktivitet flytter over til sofaen, og det kommer til at stille krav til kvaliteten," siger Lena Glaser.

Hun vurderer, at public servicestationerne kommer til at satse på såvel teknisk kvalitet som indholdsmæssig kvalitet, for at kunne begå sig i konkurrencen på nettet i de kommende år.

Med kravene om høj kvalitet på indhold og teknik i baghovedet, så bliver nyhedssiden et område, hvor public servicestationerne skal gå efter en bedre position. I den forbindelse bør man skele til tabloidaviserne, mener hun og henviser til, at denne type aviser har været dygtige til at positionere sig som nyhedsleverandører til nettet.

"Vi fokuserer på at tage en bedre position på nyhedssiden, end vi har i dag. Det tror jeg, er uhørt vigtigt, og jeg tror også, det gælder for de øvrige bolag."






SVT broadcasts HD quality television drama on the web: this may be the start of a new chapter for television on demand.

# SVT OFFERS HD QUALITY TV ONLINE

LENA GLASER,(SVT) PHOTO: CARL-JOHAN SÖDER

*Ib Keld Jensen*

Sound and picture are of the very best quality, as anybody with a computer and a fairly fast internet connection can see instantly. Yes, you have to download a small applet and restart your browser to get started, but it is all done automatically and does not take more than a minute or two. That is how simply the remarkable new SVT internet service of HD quality television drama functions. The Swedes call it HD streaming.

It is a development of Play, where SVT has already made much of its production in familiar streaming quality available. The new Play Prime uses another technology altogether, supplied by Movie Network in the USA. Initial experiences indicate that television of high technical quality attracts viewers.

## FORCE OF HABIT

"About half our users choose Play Prima rather than Play, where we also make television drama available, but Play Prima viewers watch for longer" says Lena Glaser, head of SVTi. That not more people choose top quality yet is something she puts down to force of habit and the fact that not everyone has access to the 3.5 megabit connection you need to watch HD streaming without drop-outs.

Some of the first television to go onto Play Prima was a youth series, "Andra Avenyn", which was broadcast three times a week. Up to half a million watch each episode the traditional way while an average of 800 000 a week access one of the 139 episodes that had been made available on the internet by the end of 2008. The web figure seems high, and Lena Glaser points out that SVT Play viewing figures have not been thoroughly analysed the way we are used to in the case of broadcast television.

## ON DEMAND - NOT JUST FOR THE YOUNG

There are indications that some of the attention broadcast television has lost in the young viewers has been transferred to the internet.

"But it would be absolutely incorrect to say that television on demand is only for the young age groups. We believe that on demand television will move from a desktop activity to the sofa, and that will place new demands on quality", Lena Glaser says. In her view the public service stations will have to feature technical quality as well as content quality in order to compete on the internet in the years to come.

With the demand for high quality technology and content in mind the news side will be an area where public service broadcasters will have to aim to improve their position. In this regard they should look to the tabloid newspapers, she says, pointing out that these papers have been good at positioning themselves as news purveyors on the web.

"We are focussing on improving our position on the news side, which is tremendously important, and I think the same goes for the other broadcasters".

# EGET NYHEDSBUREAU HAR ØGET MEDARBEJDERNES STOLTHED

# AN IN-HOUSE NEWS AGENCY HAS INCREASED STAFF PRIDE

–

YLE har opnået flere ting ved at oprette eget nyhedsbureau; uafhængighed af dagbladenes nyhedstjeneste, en fokusering på nyhedsindhold og en øget stolthed blandt medarbejderne.

–

YLE has achieved a number of gains by setting up its own news agency: independence from newspaper news services; focus on news content; and increased pride amongst the staff.

YLES NYHEDSBUREAU (YLE)

ATTE JÄÄSKELÄINEN

PHOTO: YLE BILDTJÄNST

**FOKUS PÅ PRODUKTION AF EGET INDHOLD**

Motivationen bag YLE´s beslutning om at oprette et eget nyhedsbureau var, at YLE ville styrke sin egen nyhedsproduktion. YLE havde en kontrakt med det finske nyhedsbureau STT (Suomen tietotoimisto) indtil slutningen af 2006. YLE besluttede at kanalisere de 1,3 millioner euro, som kontrakten kostede - over i ansættelse af flere egne journalister. Bag beslutningen om at oprette et eget nyhedsbureau lå også den strategi, at YLE skal koncentrere sig om produktion af eget indhold - og ikke bare på videredistribution af indhold, som andre har produceret.

"Vi havde jo i forvejen vores store net af YLE journalister placeret rundt omkring i landet - regionalt, så det var jo ikke en beslutning, som var så fremmed for os", siger ansvarlig chefredaktør for YLE Nyheder, Atte Jääskeläinen.

**POSITIVE SIDEEFFEKTER**

Oprettelsen af YLE´s nyhedsbureau har haft en række positive sideeffekter for YLE og for YLE´s nyhedsmedarbejdere.

"Efter min mening har det ændret kulturen blandt medarbejderne, forstået på den måde, at YLE i dag selv finder nyhederne i stedet for at være afhængige af at skulle referere fra andre nyhedsbureauer - som stor set alle andre nyhedsmedier gør," siger Atte Jääskeläinen.

Atte Jääskeläinen mener endvidere, at det er tydeligt, at mange medarbejdere har fået større selvtillid, og de er blevet mere stolte af deres arbejde - i forhold til tidligere - fordi det nu er dem selv, der researcher nyhederne frem.

**YLE NYHEDSBUREAU - DRIVKRAFT FOR MANGE ÆNDRINGER**

YLEs nyhedsbureau har været drivkraften for mange ændringer i YLE´s nyhedsorganisation, særlig når det gælder koordinationen af nyhedsproduktion mellem de forskellige medier.

"Oprettelsen af nyhedsbureauet har bragt endnu flere udfordringer på banen, kan man vel sige", siger Atte Jääskeläinen.

"En af vores største udfordringer er stadigvæk at skabe en proces for "de facto" multiplatform produktion".

YLE nyheder køber stadigvæk materialer fra de største internationale nyhedsbureauer med hensyn til udlandsstoffet, og man sælger ikke nyheder eksternt, og det ligger heller ikke i fremtidsplanerne.

"Vi er til gengæld i gang med at udvide vores online nyheder (www.yle.fi/uutiset). Vores online nyheder er naturligvis også tilgængelige til for eksempel andre aktører i mediefeltet," fortæller Atte Jääskeläinen.

**SEERNE OG BRUGERNE**

YLE nyheder har en god seertilslutning i tv og radio - enten på grund af oprettelsen af nyhedstjenesten, eller på trods af den.

"På internettet er vores nyhedsudbud meget anderledes fra det, som STT producerer til sine kunder. Jeg synes absolut, at det har været fordelagtigt for vores publikum, at vi har fået vores egen nyhedstjeneste. Nu har seerne og brugerne fået et klart alternativ til dagbladenes nyheder, og det er sundt", siger Atte Jääskeläinen.

Med kravene om høj kvalitet på indhold og teknik i baghovedet, så bliver nyhedssiden et område, hvor public servicestationerne skal gå efter en bedre position. I den forbindelse bør man skele til tabloidaviserne, mener han og henviser til, at denne type aviser har været dygtige til at positionere sig som nyhedsleverandører til nettet.

"Vi fokuserer på at tage en bedre position på nyhedssiden, end vi har i dag. Det tror jeg, er uhørt vigtigt, og jeg tror også, det gælder for de øvrige bolag."

YLE decided to start its own news agency because it wanted to strengthen its own news production. YLE had a contract with STT (Suomen tietoimisto), a Finnish news agency, until the end of 2006. YLE decided to channel the EURO 1.3 million the contract cost into employing its own journalists. Behind the decision to start a news agency was also the strategy that YLE wants to concentrate on producing own content, and not only diffusing content others have produced.

"We already had a large network of YLE journalists located around the country regionally, so it was not a decision we regarded as alien", the chief editor of YLE News, Atte Jääskeläinen, says.

**POSITIVE SIDE EFFECTS**

The establishment of YLE's own news agency has had a series of positive side effects for YLE and the YLE news staff.

"In my opinion it has changed the culture among the staff in the sense that YLE now finds the news instead of depending on having to report what other agencies come up with - like almost all the other news media" Atte Jääskeläinen says.

Atte Jääskeläinen also thinks that it is obvious that many staff have gained in confidence and take more pride in their work because now they are the ones who seek out the news.

**YLE NEWS AGENCY - A FORCE FOR CHANGE**

The YLE news agency has inspired many changes in the YLE news organisation, particularly as regards the coordination of news production among the various media.

"Setting up the agency has presented even more challenges, you may say!" says Atte Jääskeläinen. "One of our biggest challenges is still the creation of a process for de facto multi platform production".

YLE News still buys material from the major international agencies where foreign news is concerned, and it does not sell news out of house: this is not part of any plans for the future, either.

"However, we are expanding our online news (www.yle.fi/uutiset). Our online news are also accessible to other players in the media field, of course," Atte Jääskeläinen says.

**VIEWERS AND USERS**

YLE News enjoys good viewing and listening figures on television and on the radio, whether this is because of or despite the establishment of the news agency.

"On the internet what we provide is very different from what STT produces for its customers. I definitely believe our audiences have benefitted from our having our own news agency: now viewers and users have a clear alternative to the news in the papers, and that is healthy," Atte Jääskeläinen says.

# OVERBLIK
# OVERVIEW

## NV-FONDEN I 2008

I 2008 bevilgede Nordvisionsfonden 64 millioner danske kroner til produktionsstøtte og 1.150.000 danske kroner til udviklingsprojekter.

NV-fondens regler blev revideret i foråret 2008.
Læs om de reviderede fondsregler her:
http://www.nordvision.org/nordvisionsfonden/

Fondens angsøingsfrister i 2009:
**4. MAJ / 20. NOVEMBER 2009**

## NORDVISION FUND IN 2008

In 2008 the Nordvision Fund granted DKK 64 million in production support and DKK 1 150 000 for development projects.

The Nordvision Fund rules were revised in spring 2008. The new rules are available here: http://www.nordvision.org/nordvisionsfonden/
Eadlines for applications in 2009:
**4 MAY/20 NOVEMBER 2009**

## FONDENS TILDELINGER I 2008/ GRANTS MADE IN 2008

### DECEMBER 2008/ DECEMBER 2008

**UDVIKLINGSSTØTTE/ DEVELOPMENT SUPPORT**

| | | | |
|---|---|---|---|
| De hvide slaver | (DR) | 20.000 EUR | [RU-0818] |
| Musikalske morgenritualer | (DR) | 5.740 EUR | [RU-0815] |
| Shake it! | (SVT) | 8.400 EUR | [RU-0819] |
| Temperaturen på Norden | (DR) | 11.528 EUR | [RU-0817] |
| Vetamix | (YLE) | 12.000 EUR | [RU-0814] |

**PRODUKTIONSSTØTTE/ PRODUCTION SUPPORT**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 183 dagar | (SVT) | 7.200.000 SEK | [08-052] |
| Ada badar 2009 | (YLE) | 95.458 EUR | [08-042] |
| AF1 (Alle for en) | (NRK) | 1.000.000 NOK | [08-043] |
| Barnebortföring | (SVT) | 300.000 SEK | [08-050] |
| Berlinerpoplene 7-8 | (NRK) | 2.000.000 NOK | [06-038] |
| Blått blod | (SVT) | 250.000 NOK | [08-051] |
| Cassidy credentials | (SVT) | 175.000 SEK | [08-049] |
| Darwin 2009 | (DR) | 250.000 DKK | [08-041] |
| De falske soldater | (DR) | 275.000 DKK | [08-038] |
| Det nordiske juleshow | (DR) | 1.0000.000 DKK | [08-036] |
| Det terapeutiske rum | (DR) | 372.693 DKK | [08-033] |
| En god historie | (DR)/(YLE) | 950.000 DKK/50.000 EUR | [08-037] |
| Kaldt kappløb | (NRK) | 1.000.000 NOK | [08-044] |
| KlatVærket Norden | (DR) | 581.621 DKK | [08-029] |
| Max 1800-tal | (UR) | 225.000 SEK | [08-048] |
| MGP Nordic | (SVT)/(DR) | 1.831.000 DKK/1.500.000 DKK | [08-019] |
| Mig og min alkoholiker | (DR) | 205.616 DKK | [08-034] |
| Mig og min mor | (DR) | 198.477 DKK | [08-030] |
| Moderne klassikere | (DR) | 350.000 DKK | [07-051] |
| Månekapløbet | (DR) | 200.000 DKK | [08-031] |
| Saga | (NRK)/(SVT) | 1.041.800 DKK/1.041.800 DKK | [08-038] |
| Stenhuggaren | (SVT) | 3.350.000 SEK | [08-047] |
| Tortyren skadar inte bara offren | (UR)/(DR) | 200.000 SEK/169.356 SEK | [08-032] |
| Tro, håb og Ikea | (DR) | 200.000 DKK | [08-039] |
| Unna Junna 2008 | (SVT) | 1.908.000 SEK | [08-046] |
| Ulandskalender | (DR) | 450.000 DKK | [08-045] |
| Victor Borge | (DR) | 275.000 DKK | [08-040] |
| The White Concert | (DR) | 350.000 DKK | [08-035] |

### JUNI 2008/ JUNE 2008

**UDVIKLINGSSTØTTE/ JUNE 2008**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Alkohol, tæt på | (DR) | 13.400 EUR | [RU-0804] |
| Giften i kroppen | (DR) | 13.407 EUR | [RU-0805] |
| Darwins udviklingsteori | (DR) | 13.407 EUR | [RU-0813] |
| Imago | (SVT) | 6.490 EUR | [RU-0812] |
| Melker og Moa | (SVT) | 12.000 EUR | [RU-0811] |
| Miljøsvin og sparegrise | (DR) | 20.816 EUR | [RU-0801] |
| Utvikling av musikkformater | (DR) | 15.000 EUR | [RU-0808] |

**PRODUKTIONSSTØTTE/ PRODUCTIONT SUPPORT**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Am I experienced | (SVT) | 175.000 SEK | [08-005] |
| Bak lukkede dører | (NRK) | 400.000 NOK | [07-057] |
| Connecting people | (NRK) | 250.000 NOK | [08-026] |
| De halvt dolda | (SVT) | 1.200.000 SEK | [08-010] |
| De tre poler | (NRK) | 640.460 NOK | [07-047] |
| Do it yourself | (YLE) | 63.746 EUR | [08-018] |
| En god historie: Selma | (NRK) | 1.000.000 NOK | [08-025] |
| En strålende dag | (NRK) | 325.000 NOK | [08-024] |
| Folket och Presidenten | (SVT) | 300.000 SEK | [08-001] |
| Genom is och vatten | (SVT) | 200.000 SEK | [08-004] |
| Glenn | (YLE) | 50.000 EUR | [08-020] |
| Guds tre flickor | (SVT) | 6.073.000 SEK | [08-009] |
| Höök II | (SVT) | 8.000.000 SEK | [08-007] |
| Jordens snällasta apa | (SVT) | 378.000 SEK | [08-003] |
| Kasper | (SVT) | 90.000 SEK | [08-008] |
| Lilla spöket Laban III | (SVT) | 325.000 SEK | [08-017] |
| Livet på landet | (SVT) | 56.000 SEK | [08-016] |
| Livvagterne | (DR) | 4.000.000 DKK | [08-027] |
| Made in Europe | (UR) | 350.000 SEK | [08-015] |
| Mano og Lillebror | (NRK) | 1.500.000 NOK | [08-021] |
| MGP Nordic | (YLE) /(NRK) | 90.000 EUR/1.000.000 DKK | [08-019] |
| Mille | (DR) | 3.500.000 DKK | [08-028] |
| Minimyror i Kenya | (SVT) | 319.000 SEK | [08-014] |
| Milos Forman - En överlevare | (SVT) | 300.000 SEK | [08-002] |
| Mitt skip er lastet med | (NRK) | 300.000 NOK | [08-023] |
| On the road with Homo Sapiens | (SVT) | 140.000 SEK | [08-006] |
| Selma och Sophie | (SVT) | 3.000.000 SEK | [08-013] |
| Sommer | (DR) | 4.000.000 DKK | [07-042] |
| Stormen | (SVT) | 4.450.000 SEK | [08-011] |
| Tjuv och tjuv | (SVT) | 210.000 SEK | [08-012] |

# STATISTIK 2008
## STATISTICS 2008

| I ALT/ IN TOTAL | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| | HOURS / PROGRAMMES | HOURS / PROGRAMMES |
| Generated by co-productions | 1.020 / 2.472 | 872 / 1.690 |
| Generated by programme exchange | 828 / 1.759 | 957 / 1.923 |
| In total | 1.848 / 4.231 | 1.829 / 3.613 |

### CO-PRODUCTION HOURS AND EXCHANGE HOURS, IN TOTAL PER BROADCASTER

| | HOURS GENERATED BY CO-PRODUCTIONS | HOURS GENERATED BY PROGRAMME EXCHANGE | CO-PRODUCTIONS AND PROGRAMME EXCHANGE, IN TOTAL |
|---|---|---|---|
| DR | 142 | 90 | 232 |
| NRK | 215 | 288 | 503 |
| SVT | 228 | 192 | 420 |
| RUV | 73 | 99 | 172 |
| UR | 35 | 46 | 81 |
| YLE | 179 | 242 | 421 |
| 2008 | 872 hours | 957 hours | 1829 hours |
| 2007 | 1020 hours | 828 hours | 1848 hours |

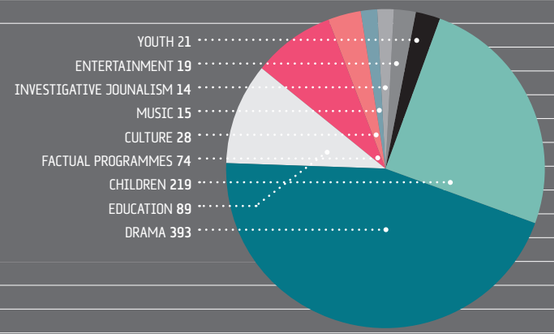
# SAMPRODUKTION
## CO-PRODUCTION

| CO-PRODUCTION, IN TOTAL | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Programme hours generated by co-productions | 1.020 hours | 872 hours |
| Programmes generated by co-productions | 2.472 programmes | 1.690 programmes |
| Completed co-production projects | 140 projects | 106 projects |
| Active co-production projects, at the end of the year | 249 projects | 181 projects |

### PROGRAMME HOURS GENERATED BY CO-PRODUCTIONS

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Children | 147 | 219 |
| Drama | 440 | 393 |
| Education | 111 | 89 |
| Factual programmes | 198 | 74 |
| Culture | 46 | 28 |
| Music | - | 15 |
| Investigative jounalism * | - | 14 |
| Entertainment | 69 | 19 |
| Youth | 9 | 21 |
| In total | 1.020 hours | 872 hours |

* Investigative journalism group as of 2008



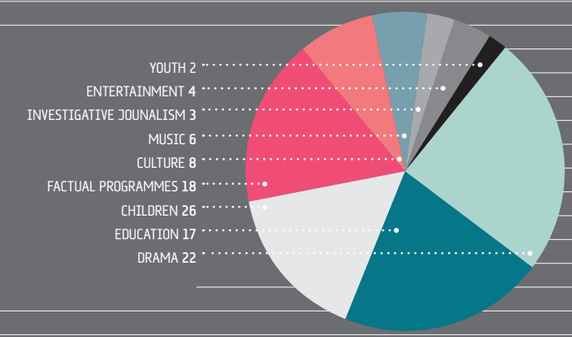



### PROGRAMME HOURS GENERATED BY CO-PRODUCTIONS PER PRINCIPLE PRODUCER/CO-PRODUCER

| | PRINCIPLE PRODUCER (PROVIDED) | COPRODUCER (RECEIVED) | GENERATED IN TOTAL |
|---|---|---|---|
| DR | 70 | 72 | 142 |
| NRK | 70 | 145 | 215 |
| SVT | 105 | 123 | 228 |
| RUV | - | 73 | 73 |
| UR | 29 | 7 | 36 |
| YLE | 11 | 167 | 178 |
| In total | 285 hours | 587 hours | 872 hours |
| 2007 | 343 hours | 675 hours | 1.020 hours |

### COMPLETED CO-PRODUCTION PROJECTS IN 2008

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Children | 30 | 26 |
| Drama | 27 | 22 |
| Education | 29 | 17 |
| Factual programmes | 31 | 18 |
| Culture | 12 | 8 |
| Music | - | 6 |
| Investigative jounalism | - | 3 |
| Entertainment | 10 | 4 |
| Youth | 1 | 2 |
| In total | 140 projects | 106 projects |

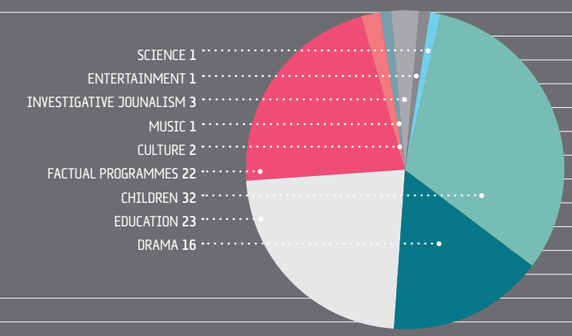



### ACTIVE CO-PRODUCTION PROJECTS, AS AT 31.12.2008

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| TV | 231 | 170 |
| Web | 17 | 11 |
| Mobile | 1 | - |
| In total | 249 | 181 |

### NUMBER OF PROGRAMME IDEAS PITCHED IN 2008

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Children | 41 | 32 |
| Drama | 22 | 16 |
| Education | 25 | 23 |
| Factual programmes | 30 | 22 |
| Culture | 7 | 2 |
| Music | 12 | 1 |
| Investigative jounalism | - | 3 |
| Entertainment | 8 | 1 |
| Youth | 5 | - |
| Science | - | 1 |
| In total | 150 progr. ideas | 101 progr. ideas |



# UDVEKSLING AF PROGRAMMER
## PROGRAMME EXCHANGE

**PROGRAMME EXCHANGE, IN TOTAL**

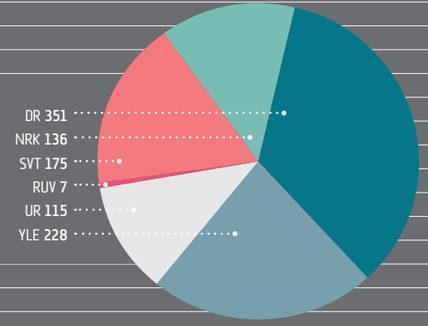
| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Number of offered programmes | 870 programmes | 1.012 programmes |
| Offered programmes, in hours | 380 hours | 483 hours |
| Number of exchanged programmes | 809 programmes | 934 programmes |
| Exchanged programmes, in hours | 355 hours | 449 hours |
| **Total number of programmes generated by exchange, total for all** | **1.759 programmes** | **2.362 programmes** |

**OFFERED PROGRAMMES**

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Factual programme screening | 660 (311 hours) | 783 (390 hours) |
| Educational programme screening | 210 (66 hours) | 229 (93 hours) |
| In total | 870 programmes (380 hours) | 1.012 programmes (483 hours) |

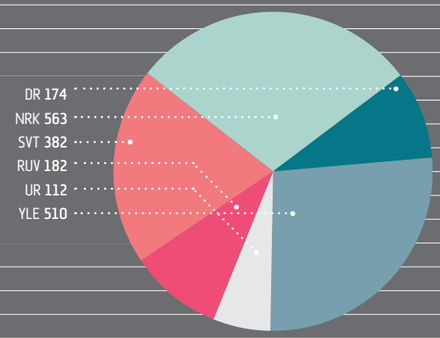
**OFFERED PROGRAMMES, PER BROADCASTER**

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| DR | 317 | 351 |
| NRK | 170 | 136 |
| SVT | 121 | 175 |
| RUV | 6 | 7 |
| UR | 87 | 115 |
| YLE | 169 | 228 |
| In total | 870 programmes | 1.012 programmes |



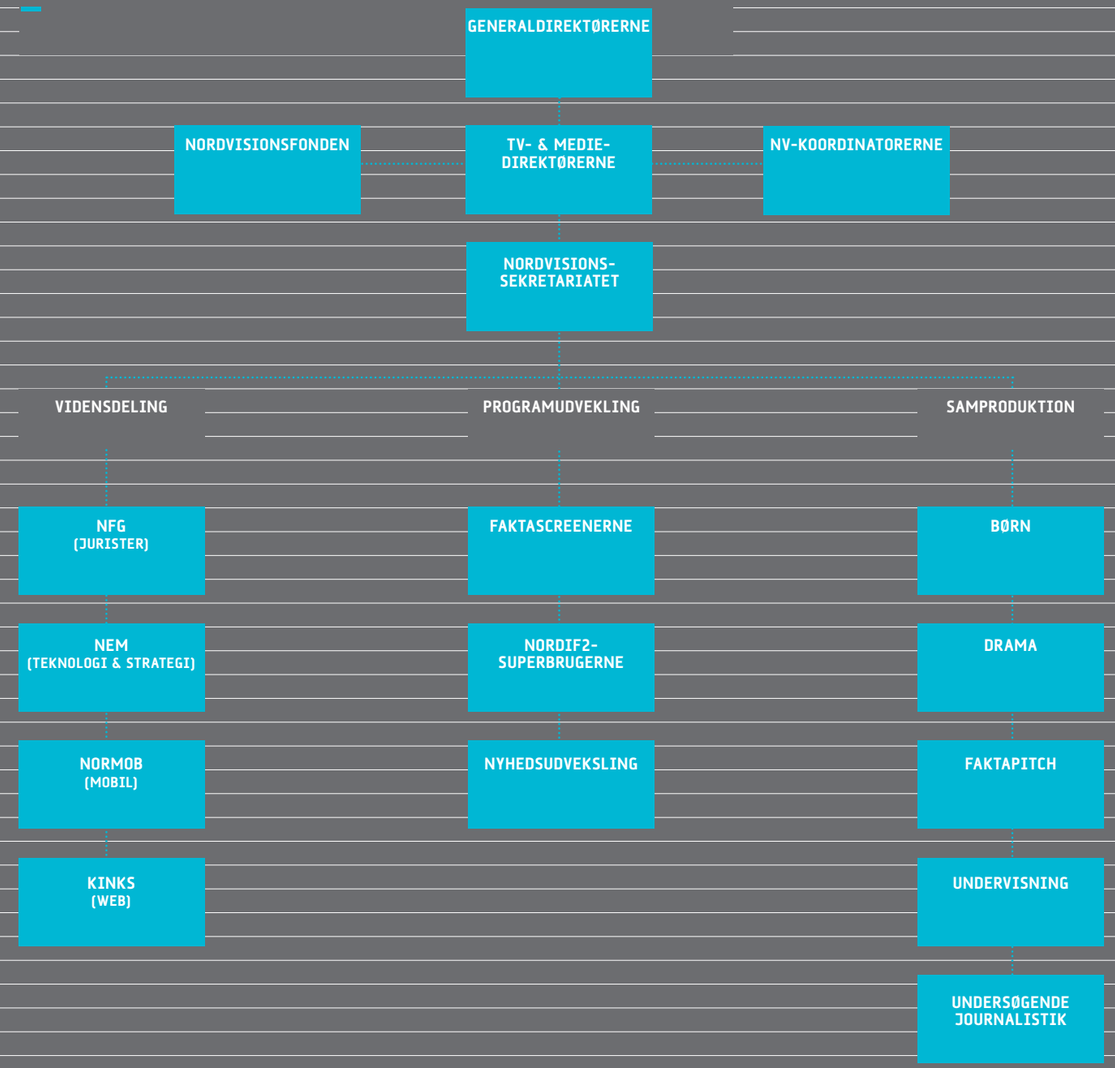

**RECEIVED PROGRAMMES, PER BROADCASTER**

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| DR | 249 | 174 |
| NRK | 439 | 563 |
| SVT | 322 | 382 |
| RUV | 56 | 182 |
| UR | 141 | 112 |
| YLE | 552 | 510 |






# ORGANISATIONSKORT NORDVISION
## ORGANISATIONSDIAGRAM NORDVISION



# KONTAKTLISTEN
# CONTACTS

**ORDFØRENDE NORDVISION/ CHAIR, NORDVISION**

| | | |
|---|---|---|
| Annika Biørnstad | annika.biornstad@nrk.no | (+47) 2304 9410 |

**NORDVISIONS SEKRETARIAT/ NORVISION SECRETARIAT**

| | | |
|---|---|---|
| Generalsekretær Henrik Hartmann | hrh@dr.dk | (+45) 2424 8305 |
| Projektkoordinator Cecilie Stranger-Thorsen | cest@dr.dk | (+45) 2854 4005 |
| Projektkoordinator Veera Sydänmäki | vesy@dr.dk | (+45) 2854 4004 |

**NORDVISION-KOORDINATORER/ NORDVISION COORDINATORS**

| | | |
|---|---|---|
| Berit Donjem (NRK) | berit.donjem@nrk.no | (+47) 2304 7347 |
| Erna Kettler (RUV) | ernak@ruv.is | (+354) 515 3781 |
| Kristina Bennet Westre (UR) | kbw@ur.se | (+46) 8784 6451 |
| Kristina ter Schiphorst (SVT) | kristina.ter.schiphorst@svt.se | (+46) 8784 5707 |
| Margit Juhl (DR) | mjp@dr.dk | (+45) 3520 3936 |
| Monica Vilkki (YLE) | monica.vilkki@yle.fi | (+358) 9 1480 5603 |

**PROGRAMRUPPEORDFØRENDE/ PROGRAMME GROUP CHAIRPERSONS**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Else Bro Thuestad (DR) | Undervisning/ Educational | eltu@dr.dk | (+45) 3520 8259 |
| Hans Rossiné (NRK) | Drama | hans.rossine@nrk.no | (+47) 2304 8922 |
| **Forårsmødet 2009 (skiftende ordførerskab)** | | | |
| Hildri Gulliksen (NRK) | Børn/ Children | hildri.gulliksen@nrk.no | (+47) 9342 2792 |
| Ingelise Rasmussen (DR) | Børn/ Children | ilr@dr.dk | (+45) 3520 4368 |
| Petra Holm (YLE) | Børn/ Children | petra.holm@yle.fi | (+358) 40 844 2622 |
| Vibeke Haug (NRK) | Undersøgende journalistik | vibeke.haug@nrk.no | (+47) 2304 8675 |

**NETVÆRK- OG EKSPERTGRUPPEORDFØRENDE/ NETWORK AND PROFESSIONAL GROUP CHAIRPERSONS**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Brit Faldbakken (NRK) | Faktascreening | brit.faldbakken@nrk.no | (+47) 2304 9379 |
| Berit Donjem (NRK) | NV-koordinatormødet | berit.donjem@nrk.no | (+47) 2304 7347 |
| Jesper Petersson (SVT) | Medarbejdermødet | jesper.petersson@svt.se | (+46) 8784 6031 |
| Johan Winbladh (DR) | Normob | jowi@dr.dk | (+45) 3520 3311 |
| Maria Rørbye Rønn (DR) | Nordisk forhandlergruppe | mrr@dr.dk | (+45) 3520 3663 |
| Mikael Horvath (SVT) | Fakta-lifestyle | mikael.horvath@svt.se | (+46) 2376 5024 |

**SUPERBRUGERE, NORDIF2/ SUPER USERS, NORDIF2**

| | | |
|---|---|---|
| Anga Vihtilä (YLE) | ann-catrine.vihtila@yle.fi | (+358) 91480 3711 |
| Brit Faldbakken (NRK) | brit.faldbakken@nrk.no | (+47) 2304 9379 |
| Jesper Petersson (SVT) | jesper.petersson@svt.se | (+46) 8784 6031 |
| Margeir Örn Oskarsson (RUV) | margeir@ruv.is | (+354) 861 6758 |
| Margit Juhl (DR) | mjp@dr.dk | (+45) 3520 3936 |

**FAKTASCREENING/ FACTUAL PROGRAMME SCREENING**

| | | |
|---|---|---|
| Brit Faldbakken (NRK) | brit.faldbakken@nrk.no | (+47) 2304 9379 |
| Jesper Petersson (SVT) | jesper.petersson@svt.se | (+46) 8784 6031 |
| Gudmundur Ingi Kristjánsson (RUV) | gudmunik@ruv.is | (+354) 515 3780 |
| Gudrún Helga Jónasdóttir (RUV) | gudrunhj@ruv.is | (+354) 515 3782 |
| Margit Juhl (DR) | mjp@dr.dk | (+45) 3520 3936 |
| Nicolina Zilliacus-Korsström (YLE) | nicolina.zilliacus-korsstrom@yle.fi | (+358) 9 1480 4309 |
| Richard Creutz (YLE) | richard.creutz@yle.fi | (+358) 9 1480 2404 |
| Susanne Borgstrøm (DR) | sb@dr.dk | (+45) 3520 4154 |

**PING PONG**
BØRN
(NRK)
DR, SVT, YLE

**HÖÖK**
DRAMA
SVT
(DR, NRK, YLE)

**KERSTIN EKMAN**
KULTUR
SVT
(DR, NRK, YLE)

**OPETTAJA.TV: TIEDEALUS**
UDVEKSLING
YLE

**SVENSKA SLAG**
UDVEKSLING
SVT

**SANNINGEN OM MARIKA**
DRAMA
SVT
(RUV)

**KODENAVN HUNTER**
DRAMA
NRK
(DR, SVT)

**BERLINERPOPLENE**
DRAMA
NRK
(SVT, YLE)

**LIVET I FAGERVIK**
DRAMA
SVT
(NRK, YLE)

**BLOD, SVED OG SPRINGSKALLER**
UDVEKSLING
DR

**HUNDEPARKEN**
UNG
DR
(SVT)

**DET SVIDER I HJÄRTAT**
UNDERSØGENDE JOURNALISTIK
NRK
(DR, SVT, YLE)

**SVARTIR ENGLAR**
DRAMA
RUV
(SVT)

**LILLA SPÖKET LABAN**
BØRNDR
SVT

**FAKTOR**
UDVEKSLING
NRK

**SOMMERTID**
UDVEKSLING
DR

**KLOGEST I KLASSEN**
UDVEKSLING
DR

Nordvision er tv- og mediesamarbejdet
mellem de nordiske public service stationer.

Nordvision is the tv and media partnership
between the Nordic Public Service Broadcasters.

DR NRK RÚV KVF SVT UR YLE

NORDVISION