



Strategi og handlingsplan

for indsatsen på medie- og kommunikationsområdet i
Århus 2006 – 2008

Strategi og handlingsplan

for indsatsen på medie- og kommunikationsområdet i Århus 2006 - 2008

I Århus Kommunes erhvervshandlingsplan for 2005 - 2009 "Vækst i Århus IV" er den århusianske medie-klynge udpeget som en potentiel styrkeposition i erhvervsudviklingen i Århusområdet. Der er derfor iværksat et initiativ, som har til formål at styrke det århusianske medie- og kommunikationsområde. Målet er, at skabe nye mediarbejdspladser i Århusområdet gennem en styrkelse af medievirksomhederne og udvikling af nye medierelaterede produktionsområder. I erhvervshandlingsplanen har Århus Byråd fastsat følgende målsætninger for medieinitiativet:

- Et stærkere samarbejde mellem medievirksomhederne og de respektive lokale uddannelsesinstitutioner.
- Fælles brancheinitiativer for at sikre nuværende og fremtidige statslige mediarbejdspladser i byen (eksempelvis DR-provins kontra DR-Ørestaden).
- Deltagelse i internationale medieprojekter under diverse EU-programmer.
- Bedre udnyttelse af faglige og fysiske ressourcer på området (fx den faglige viden i DR i forhold til filmbyens nye fysiske rammer).
- Bedre vilkår for de forskellige aktører i Mediehuset i Århus.

For at få et veldokumenteret fodfæste i forhold til det videre arbejde med initiativet, er der blevet gennemført en analyse af det århusianske medie- og kommunikationsområde.

Analysen:

1. giver en kvantitativ og kvalitativ status over medie- og kommunikationsområdet i Århus
2. afdækker hvilke udviklingstendenser de århusianske medieaktører tror på i fremtiden
3. peger på muligheder for samarbejde og netværksdannelse blandt aktørerne

Undersøgelsen blev præsenteret på en mediepolitisk arbejdskonference i november 2005 i Turbinehallen i Århus. På konferencen blev der drøftet en række initiativer, som sammen med analysen danner udgangspunkt for nærværende strategi og handlingsplan.

Organisering af medieinitiativet

Sekretariatsfunktionen

Sekretariatet varetager følgende funktioner:

- Igangsættelse af samarbejder
- Koordinering af samarbejder, herunder afholdelse af møder, research m.m.
- Udarbejdelse af strategi og handlingsplan for medieinitiativet
- Udarbejdelse og varetagelse af kommunikationsstrategi, herunder varetagelse af kommunikation for medieklyngen, pressekontakt, vedligeholdelse af hjemmeside m.m.
- Igangsættelse og evt. udarbejdelse af udvalgte analyser

På længere sigt kan man forestille sig en udvidet sekretariatsfunktion, hvor centrale aktører i medieklyngen (erhvervsvirksomheder, forsknings- og uddannelsesinstitutioner, Region Midtjylland m. fl.) er med til at betale for sekretariatets drift. Sekretariatet kan så påtage sig en mere aktiv rolle i udviklingen og koordineringen af de forskellige initiativer, samt arbejde mere intenst og strategisk med kommunikations- og presseindsatsen i forbindelse med initiativet.

Erhvervsafdelingen i Århus Kommune varetager sekretariatsfunktionen og er ansvarlig for den overordnede styring af initiativet. Erhvervsafdelingen arbejder derfor målrettet med at få igangsat og realiseret en række større og mindre initiativer i samarbejde med klyngens aktører. Initiativerne, der bliver beskrevet i nedenstående handlingsplan, er på vidt forskellige stadier i realiseringsprocessen, ligesom de har forskelligt omfang.

Handlingsplanen skal derfor ses som en overordnet status og ramme for medieinitiativet, der løbende udvikles. Der er således ingen lukkede samarbejder, og der er vide muligheder for at deltage i udviklingen og realiseringen af de enkelte initiativer.

Udviklingssamarbejdet

Udviklingssamarbejdet er et samarbejde mellem Danmarks Journalisthøjskole, Handelshøjskolen i Århus, Aarhus Universitet og Århus Kommunes afdeling for Kultur og Borgerservice samt Erhvervsafdelingen. Erhvervsafdelingen varetager formandskabet og sekretariatsfunktionen. I forbindelse med samarbejdet er der nedsat en styregruppe og samarbejdet er et videre skridt i forhold til igangsættelsen af en række konkrete initiativer. Det er idéen, at samarbejdet udvides til at omfatte flere aktører efterhånden som initiativerne sættes i gang. Der har siden januar 2006 været afholdt månedlige møder i styregruppen.

I regi af udviklingssamarbejdet findes medieinitiativets mest ambitiøse projekter, nemlig etableringen af et Hotspot og et Innovationskonsortium i Århus.

Hotspot inden for oplevelsesøkonomi

Et Hotspot er et forskningscenter, der danner rammen for en lang række projekter og initiativer, der fokuserer på et bestemt udviklingsområde.

Det strategiske Forskningsråd har afsat 26 mio. kr. om året i 2006, 2007 og 2008 til etableringen af et eller to Hotspots i Danmark. Der kan etableres Hotspots inden for fire forskellige overordnede temaer. Deltagerne i udviklingssamarbejdet har valgt at søge om etablering af et Hotspot inden for oplevelsesøkonomi. Aktiviteterne i Hotspottet vil derfor berøre områder som turisme, underholdning, fritid, leg og læring, ledelse og organisation i kreative virksomheder, film, medier og digitale underholdningsprodukter og design, kunst og kultur.

Aktiviteterne i Hotspottet skal have en international dimension og der skal være et gensidigt forpligtende samarbejde mellem forskningen og erhvervslivet i forbindelse med aktiviteterne.

Deltagerne i udviklingssamarbejdet arbejder i foråret 2006 med formuleringen af en ansøgning til Hotspottet og med etableringen af de nødvendige partnerskaber i forbindelse med Hotspottets aktiviteter. Hotspotansøgningen vil blive bedømt i løbet af efteråret 2006, hvor det bliver endeligt afgjort, om et Hotspot i Århus kan realiseres. Nogle af de initiativer, der nævnes i nærværende strategi og handlingsplan vil indgå som en del af aktiviteterne i et Hotspot. Men lader Hotspottet sig ikke realisere, vil initiativerne blive igangsat som selvstændige projekter under medieinitiativet. En bred opbakning blandt lokale aktører vil kvalificere Hotspotansøgningen væsentligt.

Innovationskonsortium

Et innovationskonsortium er et konkret samarbejdsprojekt mellem virksomheder, forskningsinstitutioner og teknologiske serviceinstitutioner. Formålet med et konsortium er, at parterne i fællesskab udvikler viden eller teknologi, som ikke blot gavner enkelte virksomheder, men hele brancher inden for dansk erhvervsliv. Deltagerne i udviklingssamarbejdet planlægger at søge om midler til etableringen af et innovationskonsortium i efteråret 2006. Konsortiet vil indgå som væsentlig del af Hotspottet hvis dette realiseres. Etableringen af et innovationskonsortium er dog, på linie med de andre initiativer, ikke betinget af Hotspottet.

15 Initiativer

I det følgende præsenteres 15 enkeltinitiativer, som der vil blive arbejdet for at realisere eller afprøve i forbindelse med medieinitiativet.

Initiativerne er på forskellige stadier af realiseringsprocessen, idet nogle endnu ikke er igangsat, mens andre allerede er realiseret. Ligeledes er projekterne meget forskellige, da der både kan være tale om nye typer uddannelser, konkrete forslag til forskningsprojekter, etablering af konkrete samarbejder eller noget helt fjerde. Fælles for dem alle er dog, at de er en del af Århus Kommunes mulige indsats på medie- og kommunikationsområdet.

Initiativ 1

Etablering af en tværfaglig uddannelse i oplevelsesøkonomi

En tværfaglig uddannelse i oplevelsesøkonomi kan i første omgang bestå af en række kandidatuddannelser, der har fokus på forskellige dele af oplevelsesøkonomien. Aarhus Universitet arbejder allerede nu på at etablere en tværfaglig kandidatuddannelse indenfor oplevelsesøkonomi. Man kan dog sagtens forestille sig, at samarbejdet udvides til også at omfatte andre uddannelsesinstitutioner som Handelshøjskolen i Århus, Danmarks Journalisthøjskole, Den grafiske Højskole, Arkitektskolen m.fl. Ligesom man også på sigt kunne udvikle en bacheloruddannelse indenfor oplevelsesøkonomi. De overordnede planer for et sådant uddannelsessamarbejde kan indgå i en Hotspotansøgning.

Initiativ 2

Etablering af en efter- og videreuddannelse for kommunikations- og reklamebranchen

Århus position på det journalistiske efteruddannelsesområde skal udnyttes og kombineres med de behov, som reklame- og kommunikationsbureauerne efterspørger. Der kan med fordel laves en analyse/undersøgelse af hvilke konkrete efteruddannelsesbehov, der er i branchen.

Det nye danske Center for Journalistisk Kompetenceudvikling, som bliver indviet d. 1. januar 2007 bør være en samarbejdspartner fra starten. Centret er en fusion af Danmarks Journalisthøjskole (DJH), Center for Journalistik og Efteruddannelse (CFJE) og Den Journalistiske efteruddannelse (DJE). Centret vil fokusere på journalistisk efteruddannelse, men det ville være oplagt for medieinitiativet at arbejde for at udvide udbuddet af kurser til også at omfatte reklame- og kommunikationsfærdigheder. Initiativet kan ligeledes indgå som en del af Hotspottet.

Initiativ 3

Etablering af flere erhvervsph.d.-projekter

Udviklingssamarbejdets parter har taget initiativ til at få formuleret en række erhvervsph.d.-projekter. Erhvervsph.d.-erne kan med fordel indgå i større tværfaglige forskningsprojekter, der gennemføres fx i et samarbejde mellem Journalisthøjskolen, Aarhus Universitet, Handelshøjskolen og udvalgte erhvervsvirksomheder. Erhvervsvirksomhederne kan gå sammen i konsortier om at gennemføre et givent forskningsprojekt, hvor én eller flere erhvervsph.d.-studerende er tilknyttet. Ph.d.-projekterne kan også indgå som en vital del af et Hotspot.

Initiativ 4

Forskningsprojekt:

Fremtidens journalister, medieforbrugsmønstre og oplevelsesjournalistik

Medieforbrugsmønstrene er under markant forandring. Det stiller krav om udviklings- og forskningssamarbejde om fremtidens journalistik samt om, hvordan man bedst formidler flermedielt. Videre stiller det krav om øget indsigt i fremtidens forbrugsmønstre og fremtidens forretningsmodeller for mediehusene. Derfor bør forskning på dette felt indgå som en del af et Hotspot, der også omfatter internationalt orienterede virksomheder.

Oplevelsesjournalistik bør også indgå som forskningsprojekt i et oplevelsesøkonomisk HotSpot. Feltet mellem fortælle-, underholdnings- og oplevelsesjournalistik udgør et mulighedsrum. Det er en form for 'værksted' for metoder og formater til journalistik, der både er underholdende, oplysende og oplevelsesskabende. Oplevelsesjournalistik er ikke udviklet til et niveau, der svarer til efterspørgslen eller det økonomiske potentiale på markedet.

Projektet bør derfor indsamle og bearbejde viden og metoder inden for oplevelsesjournalistikken. Forskningen bør koncentreres om æstetik, produktionsmetoder og journalistiske formater. Projektet bør også identificere potentielle afsætningskanaler og de journalistiske udtryk og formater, som forskellige målgrupper, medier og publicister efterspørger. Målet er at teste og styrke udviklingen og produktionen af journalistiske tekster, billeder og multimedier, der både informerer og underholder.

Initiativ 5

Udviklings- og forskningssamarbejde:

Udvikling af digitale og interaktive tv-formater

Flere vestlige lande er godt i gang med overgangen fra analogt til digitalt tv. Tv-landskabet vil gennemgå store forandringer i de kommende år. Fra april 2006 vil public service-kanalerne som de første i Danmark blive udsendt digitalt fra det jordbaserede sendenet. Da digitale frekvenser fylder langt mindre end de nuværende analoge, forventes det, at der på sigt vil blive plads til at sende minimum 32 landsdækkende tv-kanaler på det jordbaserede sendenet. Det betyder, at man med en almindelig tv-antenne og en digital modtager vil kunne modtage langt flere tv-kanaler.

Udover den traditionelle måde at distribuere tv på via satellit, kabel eller antenne er det meget sandsynligt, at tv i takt med udbredelsen af bredbåndsforbindelser også vil blive distribueret via Internettet. Der er mange spillere på bredbåndsmarkedet, og der vil komme flere. Fx vil elselskaberne fremover også sælge bredbåndsforbindelser.

Digitalt tv giver ikke bare flere kanaler. Det giver også mulighed for nye former for indhold, fordi den digitale teknologi giver seeren mulighed for at interagere med tv-udbyderen. Seeren kan derfor i meget højere grad give feedback på og deltage aktivt i tv-programmer. Udviklingen af digitale tv-formater har hidtil været sparsom, bl.a. fordi der ikke har været et marked for tjenesterne, og at disse ikke har været gode nok. Men hvis den digitale merværdi for tv skal realiseres og blive en vækstmotor, kræver det målrettet forskning i og udvikling af digitale programformater og tjenester.

En sådan forskning kan indgå som en del af en Hotspot ansøgning, men kan også blive platformen i et Innovationskonsortium. Hvis projektet ikke kan realiseres i et Hotspot eller Innovationskonsortium forudsætter realiseringen eksterne parters interesse.

Initiativ 6

Etablering af en digital biograf i Århus

Projektet sigter mod at udnytte den merværdi, som det giver at distribuere film digitalt. For det første bliver distributionen langt billigere, hvilket giver nye muligheder/udfordringer. For det andet åbnes der for en række nye måder at bruge biografen på. Interaktiviteten gør det fx muligt at lave borgermøder med deltagere fra flere byer eller lande. Man kunne også forestille sig live-koncerter vist i biograferne.

I forbindelse med initiativet ville det være oplagt at involvere nogle studerende, der kunne undersøge mulighederne for, og komme med idéer, til en digital biograf, herunder indhold, organisering, forretningsmodeller og støttemuligheder. Derfor vil et samarbejde med medie-, kommunikations- eller ingeniørstuderende i udviklingsfasen være oplagt. Initiativet kan være en del af en Hotspot ansøgning.

Initiativ 7

Studerende involveret i udviklingen af Multimediehuset

I forbindelse med udviklingen af fremtidens bibliotek, Multimediehuset, skal medie- og kommunikationsstuderende involveres til idéudvikling, tests, analyser osv. For de studerende kan arbejdet med Multimediehuset være en integreret del af deres uddannelsesforløb. På nuværende tidspunkt er der ved at blive etableret et samarbejde om praktikpladser og andre ordninger for studerende i forbindelse med udviklingen af Multimediehuset. Der er bl.a. tale om at inddrage studerende til evalueringer af borgerinddragelsesprocessen i forbindelse med Multimediehuset. Ligeledes planlægges der et samfinansieret ph.d.-projekt, der skal beskæftige sig med børn og interaktive medier. Initiativet kan med fordel indgå som en del af et Hotspot.

Initiativ 8

Forskningsprojekt: Vidensdeling og mobile medier

Med afsæt i viden via oplevelselægges en forskningsmæssig vinkel på kommunikation, spredningsmodeller og uformelle læringsprocesser ved anvendelse af mobile teknologier, som mobiltelefoner, PDA'er, Ipods m.fl.

Ligeledes vurderes der at være et stort udviklingspotentiale i det nye globale satellit-navigationsystem (GNSS) Galileo, som ventes klar til brug i 2008. Det forventes, at der vil være én gratis tjeneste til brug for den brede befolkning, hvorfor der med fordel kan udvikles tjenester, der udnytter det nye, mere præcise navigationsredskab.

Initiativet kan med fordel realiseres i form af et innovationskonsortium, men kan også indgå i Hotspottet eller fungere som selvstændigt forsknings- og udviklingsprojekt.

Initiativ 9

Flere kulturbevillinger til Århus

Rapporten ”Potentiale – en undersøgelse af medie- og kommunikationsområdet i Århus med fokus på fremtiden”, viser, at en meget lille del af de danske kulturbevillinger til film og tv går til Vestdanmark.

Århus kommune samarbejder med Kulturministeriet. Det sker bl.a. i regi af den regionale kulturaftale (2004-07), hvori film- og medieområdet dog ikke indgår. Århus Kommune søger derfor løbende over for Kulturministeriet og Filminstituttet at varetage byens bevillingsmæssige interesser på film- og tv-området.

Århus Filmværksted har netop fået tilsagn om yderligere midler i 2006. Bevillingen gør det muligt at investere i professionelt udstyr. Bevillingen er således også en anerkendelse af Århus' satsning på filmområdet, herunder talentarbejdet.

Århus har sammen med København taget initiativ til at påvirke den statslige filmstøttepolitik, så der kanaliseres midler til regionale filmfonde. Dette har hidtil ikke været tilfældet i Danmark, men det tilstræbes at få etableret en ordning med støtte til de regionale filmfonde på samme måde, som de lande Danmark konkurrerer med på filmområdet.

Århus Kommune søger gennem den løbende interessevaretagelse over for Regering og Folketing at fremme Statens engagement i den århusianske medieklyngens udvikling. I den forbindelse er der stor opmærksomhed på Danmarks Radios særlige rolle.

Initiativ 10

Målrettet rådgivning - og øget internationalisering via Bruxelles

Via Århus kontoret i Bruxelles styrkes EU-indsatsen i forhold til de århusianske medieaktører. Medieanalysen viser, at de århusianske medievirksomheder og institutioner efterlyser større viden om medierelevante EU-programmer og rådgivning i forbindelse med søgning af EU-midler. Derfor tilbyder Århus kontoret i Bruxelles følgende ydelser:

- mulighedsanalyser i forhold til fx teknologi- og kulturprogrammer
- hjælp til at finde relevante partnere og danne netværk med andre aktører
- kontakt til andre regioner
- møder med relevante personer i Kommissionen.

Århus kontoret har i øvrigt særlig fokus på mulighederne for at give det århusianske medieinitiativ den nødvendige internationale vinkel, hvilket yderligere kan skabe beskæftigelsesfremmende synergier.

Initiativ 11

Større synlighed af tilbud til iværksættere

Mulighederne for iværksættere i Århus skal i højere grad synliggøres for byens medie- og kommunikationsstuderende. Første skridt er allerede iværksat i form af en iværksætterguide på medieinitiativets hjemmeside. Næste skridt er at lave et arrangement for de studerende, hvor iværksættere på området fortæller om deres virksomhed og opstarten af den. Arrangementerne skal involvere studievejledninger og studenterforeninger på de respektive uddannelsesinstitutioner, ligesom AF kan være en samarbejdspartner.

Initiativ 12

En undersøgelse af mulighederne for den århusianske computerspilsbranche

Der kan igangsættes en tillægsundersøgelse til analysen af det århusianske medie- og kommunikationsområde. Undersøgelsen skal afdække mulighederne for, at computerspilsbranchen i Århus kan blive et vækstområde. Dele af den tværfaglige computerspilsuddannelse ligger i Århus, ligesom flere virksomheder med succes sælger animation og computerspil. IT-Forum i Østjylland har også oprettet netværket SPAN for spil- og animationsvirksomheder. Der foregår således en del aktiviteter på området.

Initiativ 13

Mediehusets fremtid

Når vilkårene for de lokale radio- og tv-kanaler bliver kendt i forbindelse med det kommende medieforlig (2007 - 2010), skal Mediehusets fremtid vurderes. I forbindelse med vurderingen bør Mediehusets rolle og funktion i byen undersøges. Vurderingen foretages af Afdelingen for Kultur og Borgerservice i samarbejde med Erhvervsafdelingen. Et velegnet tidspunkt for en sådan vurdering er i efteråret 2006, da medieaftalens indhold formentlig kendes inden sommerferien 2006.

Initiativ 14

Medieinitiativets hjemmeside

Medieinitiativet har siden november 2005 haft sin egen hjemmeside på Århus Kommunes portal. På hjemmesiden findes information om initiativet, analysen af medie- og kommunikationsområdet i Århus samt et overblik over de aktuelle aktiviteter der foregår under initiativet.

Siden rummer også medieinitiativets iværksætterguide, som giver en beskrivelse af de tilbud, der findes til iværksættere i Århusområdet.

Initiativ 15

Digital tv-kanal med base i Århus

Når de analoge tv-frekvenser lukkes i 2009 forventes det, at der bliver plads til min. 32 digitale kanaler, hvoraf nogle sandsynligvis vil blive brugt til andre tjenester. Det fremgår af de mediepolitiske aftaler, at frekvenserne vil blive sendt i offentligt udbud bortset fra de, der skal bruges til DR 1, DR 2 og TV2.

Afdelingen for Kultur og Borgerservice har primo 2006 fremlagt et forslag til etablering af en digital tv-kanal for Erhvervsafdelingen. Ifølge forslaget skal der udarbejdes et så attraktivt programkoncept, at der vil være basis for etableringen af en reklamefinansieret, landsdækkende tv-kanal i Århus. I forslaget fremgår det, at kanalen skal have public service-forpligtelser og at der skal reserveres en landsdækkende digital sendefrekvens til kanalen. Kanalen skal stilles betalingsfrit til rådighed.

Erhvervsafdelingen har efter aftale med afdelingen for Kultur og Borgerservice undersøgt, hvorvidt det er realistisk at arbejde videre med initiativet. På baggrund af undersøgelsen og en vurdering af DR's tidligere generaldirektør Christian S. Nissen har Erhvervsafdelingen og afdelingen for Kultur og Borgerservice konkluderet, at der på nuværende tidspunkt ikke er basis for at arbejde videre med initiativet.

Oversigt over Me

Sekretariatsfunktion varetages af Å

U d v i k l i n g s s a m a r b e

Hotspot inden for oplevelsesøkonomi In

Initiativ 1: Etablering af en tværfaglig uddannelse i oplevelsesøkonomi

Initia

Initiativ 2: Etablering af en efter- og videreuddannelse for kommunikations- og reklamebranchen

Initiativ 3: Etablering af flere erhvervsph.d.-projekter

Initiativ 4: Forskningsprojekt: Fremtidens journalister, medieforbrugsmønstre og oplevelsesjournalistik

Initiativ 5: Udviklings- og forskningssamarbejde: Udvikling af

Initiativ 6: Etablering af en digital biograf i Århus

Initiativ 7: Studerende involveret i udviklingen af Multimediehuset

Initiativ 9: Flere kulturbevillinger til Århus

Medieinitiativet

Århus Kommunes Erhvervsafdeling

Mediet

Innovationskonsortium

Initiativ 8: Forskningsprojekt: Vidensdeling og mobile medier

Initiativ 10: Målrettet rådgivning - og øget internationalisering via Bruxelles

Initiativ 11: Større synlighed af tilbud til iværksættere

Digitale og interaktive tv-formater

Initiativ 12: En undersøgelse af mulighederne for den århusianske computerspilsbranche

Initiativ 13: Mediehusets fremtid

Initiativ 14: Medieinitiativets hjemmeside

Initiativ 15: Digital tv-kanal med base i Århus

Kontakt:

Århus Kommune
Borgmesterens Afdeling
Erhvervsafdelingen
Rådhuset * Postboks 36
8100 Århus C

Følgende medarbejdere i Erhvervsafdelingen er tilknyttet medieinitiativet:

Kontorchef Marianne Gjerløv
Tlf: 89 40 21 33
mg@erhv.aarhus.dk

Projektmedarbejder Trine Lundorf
Tlf: 89 40 22 15
tl@erhv.aarhus.dk

Læs mere om medieinitiativet på:
www.aarhuskommune.dk/medieinitiativet

Strategi og handlingsplan
for Århus Kommunes indsats på medie- og
kommunikationsområdet