

Hordaland fylkeskommune
Kulturavdelingen
PB 7900
5020 Bergen

Bergen, 15. september 2014

SØKNAD OM DRIFTSTØTTE NORDISKE MEDIEDAGER

Med over 1700 deltakere er Nordiske Mediedager (NMD) etablert som Nordens største konferanse for mediebransjen. Deltakerne kommer fra hele bredden av mediefeltet, og NMD er et unikt nasjonalt møtested som bidrar til å styrke bransjens kompetanse.

Nordiske Mediedager er en del av kulturmangfoldet på Vestlandet. Attraktive arrangementer, samarbeid over bedriftsgrenser og stimulering av gründervirksomhet, er tiltak som kan medvirke til å styrke regionen. Sammen med andre kultur- og medietilbud, er NMD en aktør som gjør regionen attraktiv for næringsutvikling, rekruttering og innovasjon.

Nordiske Mediedager er en non-profit stiftelse, og har siden opprettelsen i 2006 årlig mottatt støtte fra Bergen kommune, Kulturdepartementet (Medietilsynet) og Hordaland fylkeskommune.

1

NMD har tidligere fått støtte fra Hordaland fylkeskommunes regionale støtteordning RUP, noe som har vært viktig for den gode utviklingen vi har hatt. Vi søker nå med dette fast, årlig støtte fra Hordaland fylkeskommune på kr 350 000. En slik støtte er av stor betydning for vår videre drift, da det gir forutsigbarhet og frigjør ressurser til å kunne arbeide med å videreutvikle, løfte og styrke fagkonferansen.

Bransje i stadig endring

Mediebransjen har gjennomgått fundamentale, strukturelle endringer de siste årene, og endringstakten er fremdeles høy. Bransjen selv kaller det en *digital revolusjon*, der inntektsstrømmer endres og internasjonale konkurrenter, nye plattformer og skiftende brukervaner utfordrer. Innovasjon er krevende i et marked der det er vanskelig å spå trender og utvikling selv for nærmeste treårsperiode, og det er stort behov for erfaringsdeling mellom aktører på alle områder av medieindustrien. Å legge til rette for denne erfaringsdelingen, er kjernen i Nordiske Mediedagers virksomhet.

Media City Bergen

Nordiske Mediedager har en samlende rolle i medieklyngen i regionen. Her samarbeider lokale, regionale og nasjonale mediebedrifter med hverandre og med academia. Våre erfaringer tilsier at samarbeidet og nettverkene som utvikles er et viktig gode og en ressurs for både innovasjon, rekruttering og verdiskapning.

Denne tankegangen har vært sentral ved etableringen av Media City Bergen. NMD har vært representert i styret i MediArena, som fra starten (2010) har hatt en formell rolle i etableringen av Media City Bergen. MediArena har nå fått NCE-status med navnet NCE Media. NCE Media har som mål å bidra til å utvikle medieklyngen i Bergen til et internasjonalt ledende miljø for innovasjon og kunnskapsutvikling innenfor mediefeltet.

NMD har på denne måten vært inkubator og tilrettelegger for arbeidet med opprettelsen av Media City Bergen, og NMD vil få en selvsagt plass i denne medieklyngen i samlokasjon med våre stiftere. NMD vil fortsette arbeidet og ser frem til innflytting i 2017 og vil arbeide aktivt for å synliggjøre de mulighetsrommene Media City Bergen vil skape.

Da pressekonferansen som bekreftet etableringen av Media City Bergen ble avviklet, var det naturlig nok under årets Mediedager, og for en fullsatt og forventningsfull sal.

Kompetanseoverføring

Programmet på Mediedagene favner vidt, og settes sammen for å gi inspirasjon, relevans og læring til ulike profesjoner og stillingsnivåer; fra TV-produksjon og journalistikk til ledelse, digitaltrender og medieøkonomi. Kombinasjonen av et variert program, gode muligheter for nettverksbygging og et sympatisk prisnivå, gjør at Mediedagene skiller seg fra sammenlignbare internasjonale arrangement og nisjekonferanser på ett vesentlig punkt: Til oss kommer ikke bare ledelsen, men hele spekteret av mediebedriftenes ansatte. Her kommer også hele spekteret av bedrifter; fra små start-ups til internasjonale mediehus, i tillegg til FoU-miljøene, politikere, studenter og medieorganisasjoner.

2

Mediedagene legger til rette for kompetansedeling mellom den regionale, nasjonale og internasjonale medienæringen. Vi prioriterer høy kvalitet, bredt innholdsspekter og kunnskapsrike nasjonale, nordiske og internasjonale foredragsholdere. Dette gjelder også for vårt tilbud til videregående skoler i Hordaland: nmdUNG. Her blir 670 elever fra Voss, Øystese, Arna, Stord og Bergen samlet på en egen konferanse. Innholdet på konferansen er også fritt tilgjengelig for alle via NMD-TV, og blir benyttet i undervisning.

Synergieffekter

NMD trekker også andre arrangement til Bergen: Norsk Redaktørforenings vårmøte og Mediebedriftenes Landskonferanse sin årskonferanse, Mediepedagogenes Landskonferanse, Nordicoms Nordic Gender & Media Forum, prisutdelingen Gullruten, utdeling av Årets Mediepriser og Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister. Alt dette gir positive ringvirkninger for hoteller, handelsstand, restaurant og reiseliv i byen og regionen, i tillegg til å bygge kunnskap om kultur- og mediebyen Bergen.

ARRANGEMENTER I REGI AV NORDISKE MEDIEDAGER 2015:

- Fagkonferanse, 6.–8. mai, Grieghallen.
- Messe & workshops, 6.–8. mai, Grieghallen.
- Gjennomføring, medieundersøkelsen, januar–mai.
- nmd UNG–konferansen: 5. mai, Grieghallen.
- NMD Alumni: 31. oktober, Litteraturhuset.
- NMD–TV: Helårs web–TV–tilbud.

1: FAGKONFERANSEN NORDISKE MEDIEDAGER

Fagkonferansen består av ca. 50 ulike sesjoner, presentert av over 100 foredragsholdere og debattanter fra inn- og utland. Informasjonsformidling og erfaringsdeling fra nasjonale og internasjonale medier er hovedfokus: Programskapning, digitale medier, journalistikk og distribusjon, mediepolitikk, trender, kommunikasjon og medieøkonomi.

2: MEDIEUNDERSØKELSEN

Nordiske Mediedagers opinionsundersøkelse har vært gjennomført årlig siden 1999, og er hvert år en viktig og dagsaktuell del av konferansens faglige program. Det unike ved undersøkelsen er at den er todelt mellom befolkningen og journalister/redaktører. I 2014 var også ungdom mellom 16–25 år inkludert som egen gruppe.

Hver gruppe undersøkes separat, og undersøkelsen gir dermed en unik mulighet til å sammenligne holdninger, engasjement og mediebruk. Spørsmålene avdekker bl.a. hvilke medier man har mest tillit til, og hvor viktig nyhetsmediene er for informasjon sammenlignet med sosiale medier og blogger. Og hva er holdningen til anonymitet i nettdebattene? Hvor ofte deltar man selv i debatter på nett?

I tillegg har journalister og redaktører svart på fagspesifikke spørsmål, f.eks. om hvordan man vurderer kvaliteten på egen journalistikk i dag vs. for fem år siden. I hvor stor grad opplever journalister og redaktører en forventning om å være oppkoblet og på nett døgnet rundt, og hvilket terningkast gir man til den digitale satsningen i eget mediehus? Og, som vi har spurt om hvert år siden undersøkelsens første år i 1999: Hvor ligger partitilhørigheten, hvordan ser journalistenes Storting ut? Hovedtallene publiseres på fagkonferansen. Medieundersøkelsen 2015 utføres i samarbeid med Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforening. Undersøkelsen utføres av Respons og er utarbeidet av professor Frank Aarebrot (Institutt for sammenlignende politikk, UiB), Thore Gaard Olausen (Respons), Pål Andreas Mæland (Bergens Tidende) og Guri Heftye (Nordiske Mediedager).

3: nmdUNG

Som et sentralt punkt i NMDs samfunnsoppdrag, arrangerer vi landet viktigste konferanse for unge mediebrukere. Ungdom er en sentral målgruppe for mediebransjen, og er samtidig aktive deltakere. Mediebruken og deltakelsen er imidlertid ikke alltid ledsaget av kunnskap om mediene og hvilke konsekvenser deltakelse i offentligheten kan få. Hovedmålet med nmdUNG er å øke deltakernes kompetanse som mediebrukere, og gi dem innblikk i hvordan mediebransjen fungerer.

Innholdet gir elever et mer bevisst forhold til offentligheten, kunnskap om mediens samfunnsoppdrag og ytringsfrihetens muligheter og begrensninger. nmdUNG er et unikt prosjekt i norsk sammenheng. Tilbudet kan fungere som en rekrutteringsarena for den regionale mediebransjen, og en synliggjøring av kunnskapen og innsatsen som kreves. Ikke minst er det en synliggjøring av den betydelige bredden av mediebedrifter og –tilbud som finnes. NmdUNG tilbyr høy kvalitet på det faglige innholdet og skal bidra til kompetanseheving og kompetansedeling mellom ulike generasjoner.

Interessen for nmdUNG er svært stor, og også her vokser arrangementene i størrelse for hvert år. nmdUNG-konferansen samlet i 2014 670 elever fra hhv. Øystese, Garnes, Stord, Voss og Bergensområdet.

4: NMD ALUMNI

Høsten 2013 arrangerte vi det første NMD Alumni, noe som gav oss svært verdifulle programinnspill. Bakgrunnen for opprettelsen av dette arrangementet var følgende: Medlemmene som bidrar i NMDs programkomité deltar i en begrenset periode. Tidsbegrensningen henger bl.a. sammen med et ønske om fornyelse i komiteen, for å ivareta idétilfang og et innovativt redaksjonelt program. Samtidig har tidligere medlemmer høy kompetanse og erfaring, en kompetanse vi veldig vil miste selv om «åremålet» i komiteen går ut. Vi ønsker også å gi noe tilbake, i og med at engasjementet i stor grad er på frivillig initiativ. Programkomiteens nåværende og tidligere medlemmer er våre beste ambassadører, og er avgjørende for den redaksjonelle tyngden og kredibiliteten til Mediedagene. Denne entusiasmen og interessen er viktig å ivareta.

Målet er at NMD Alumni skal være et årlig møtepunkt for erfaringsdeling mellom programkomiteens tidligere og nåværende medlemmer, og i oktober 2014 går det andre NMD Alumni av stabelen. Med et alumni vil vi etablere et bredere faglig nettverk over tid, styrke vår identitet og skape et enda større eierskap for Mediedagene som arrangement og organisasjon.

5: STUDENTER I PRAKSIS

Nordiske Mediedager har også tilbud til studenter via et faglig samarbeid med Universitetet i Bergen og Norges Kreative Fagskole. Som del av sin utdanning deltar studentene som TV-produsenter og journalister, og lager nyhetssaker og reportasjer fra NMD. I tillegg deltar rundt 100 studenter som frivillige i ulike roller under arrangementene.

6: NMD-TV

Siden 2008 har vi formidlet innholdet på fagkonferansen via vår web-TV. En stor del av våre foredrag, debatter og intervjuer har blitt streamet live under konferansen, mens resterende programposter har blitt publisert i etterkant (så langt vi har tillatelse fra bidragsyterne selv). Innholdet er fritt tilgjengelig for alle interesserte, og web-TV-en har blitt godt besøkt. Vi vet at opptakene er svært interessante for et langt større publikum enn kun deltakerne på fagkonferansen. Samtidig gjør nye teknologiske løsninger at opptak og formidling blir stadig enklere og rimeligere.

NMD-TV formidler både norsk og internasjonalt innhold som er relevant for inspirasjon, faglig oppdatering, medieundervisning, underholdning. Kompetansedeling er som nevnt en av Mediedagenes kjerneverdier. Vi ønsker å utvide tilgangen til kunnskapen foredragsholderne vil dele, og gjøre denne tilgjengelig for flere. Målet er å videreutvikle vår web-TV-løsning til en innholdsrik og attraktiv kanal som det er enkelt for publikum å nyttiggjøre seg av.

7: ØVRIGE ARRANGEMENT

Flere nasjonale prisutdelinger og fagseminar blir arrangert i Bergen – på grunn av, og i kombinasjon med, Nordiske Mediedager. Alle disse arrangementene bidrar til å gjøre Bergen til et viktig sted å være for norsk mediebransje i mai:

- Prisutdelingen Gullruten har vært arrangert i forbindelse med konferansen i 16 av 17 år. De siste årene har sendingen satt stadige seerrekorder, i 2013 med 781 000 seere. Per i dag er Gullruten den eneste store direktesendte TV-produksjonen fra Bergen.
- Norsk Redaktørforening (NR) legger sitt vårmøte til Bergen og Nordiske Mediedager hvert år. Inntil 2014 var det kun annethvert år, men NR erfarte at det var flere påmeldte når møtet gikk i Bergen. Vårmøtet samler rundt 250 av landets redaktører til konferanse og nettverksbygging.
- Hvert år er Mediebedriftenes Landsforening (MBL) til stede under Mediedagene og kårer Årets avisside, Årets magasin, Årets nettsted og en rekke andre priser (Den Store Prisfesten).
- I 2014 la Mediebedriftenes Landsforening sin årskonferanse og sitt årsmøte til Nordiske Mediedager. Ved dette møtet deles også Den store journalistprisen ut.
- Mediepedagogene, en medlemsorganisasjon for medielærere, legger hvert år sin landskonferanse til Bergen og Nordiske Mediedager.
- Menneskerettsprisen for journalister: Annethvert år deler Kulturdepartementet ut ut Menneskerettsprisen for journalister. Nordiske Mediedager er fast arena for utdelingen, neste gang i 2016.
- Vizrt Days: Det internasjonale medieteknologiselskapet Vizrt, med base i Bergen, arrangerer sin egen en kundekonferanse i tilknytning til Nordiske Mediedager.

Nye prosjekter

NMD har store ambisjoner og ønske om videre utvikling. Det er særlig tre områder vi ønsker å utforske videre:

- NMD Spesial
 - NMD har ambisjoner om å tiltrekke de største navnene i bransjen, og å kunne tilby faglige sesjoner på høyt nivå. Ikke alltid faller dette sammen med det formatet vi har under fagkonferansen, heller ikke tidspunktet. Derfor har NMD allerede gjennomført NMD Spesial tre ganger tidligere. I 2011 med amerikanske internettfuturisten Clay Shirky. Han er blant annet forfatteren bak den banebrytende boken *Here Comes Everybody*, om gruppedynamikk og hvilken makt mer eller mindre organiserte grupper kan oppnå gjennom sosiale medier og på andre digitale plattformer. Shirky holdt foredrag i Grieghallen i oktober 2011, og vi opplevde stor interesse og tilstrømning også fra fagmiljøer i Oslo.

I 2013 arrangerte vi «Twitter-skolen» med Dabra Jasper og Betsy Hubbard fra digital selskapet Mindset Digital, om hvordan journalister kan bruke Twitter bedre. I 2014 ble det holdt heldagskurs i datastøttet journalistikk. Begge disse workshopene ble holdt i forkant av selve fagkonferansen. Disse arrangementene hadde høy deltakelse og gode tilbakemeldinger.

Vi ønsker å kunne fortsette å tilby mediebransjen og andre interesserte en unik og eksklusiv mulighet til å lære av de beste. Ved å tilby skreddersydde workshop, kurs og foredrag om et spesifikt fagfelt, rettet mot en spesifikk målgruppe. For å oppnå dette, må vi også være oppdatert og «på ballen» hva gjelder tematikk og ulike foredragsholdere.

- NMD Network.
 - Vi har allerede et tilbud til elever i videregående skole. Nå ser vi på muligheten til å etablere et nytt nettverk. Inspirert av Guardian Edinburgh International Television Festival sitt Network-konsept, ønsker vi å lage en norsk variant, på nasjonalt nivå. Her blir heldige studenter som søker og får plass tilbudt en unik introduksjon til hvordan det er å jobbe med innholdsproduksjon i et mediehus. Med foredrag og workshops legges det til rette for læring fra erfarne, etablerte bransjefolk. Dette er et stort og ressurskrevende prosjekt som vi ønsker å starte som et pilotprosjekt allerede i 2015. Etableringen av Media City Bergen vil også kunne åpne opp for et enda tettere samarbeid med UiB og dra nytte av deres ressurser og studenter i et prosjekt som dette. Media City Bergen vil etter etableringen dessuten være en selvsagt arena for gjennomføringen av NMD Network.
- Sidekonferanse med fokus på inntektssiden for mediebedrifter
 - Fagkonferansen har et redaksjonelt og kommersielt uavhengig innhold. I en medie verden i stadig endring, synes redaksjonell og merkantil side å ha mer

til felles og mer å lære av hverandre enn tidligere. I tillegg dukker det opp inntektsmodeller som f.eks. «branded entertainment» og «content marketing». Enhver sjefredaktør er i dag nødt til å forholde seg til skiftende økonomiske rammevilkår, inntektsdrivere plattformer og ikke kun det publisistiske. Her ser vi et behov. Med det fundamentet, den troverdighet og den interessen vi opplever fra egen bransje, ser vi det naturlig at det nettopp er NMD som tar rollen med å legge til rette for et egen «sidespor», som tar for seg de kommersielle og økonomiske aspektene ved driften i et mediehus. Dette vil trekke ytterligere deltakere til NMD og Bergen, og dette fra fagmiljøer og deler av mediehusene som ikke allerede er representert hos oss i dag, samt mediebyråer og annonsører.

Prosjektorganisering

Nordiske Mediedager er en ideell stiftelse, stiftet av Bergen kommune, Universitetet i Bergen, TV 2, Bergens Tidende, BA, Dagens Næringsliv og NRK. Bortsett fra Bergen kommune, er alle stifterne representert i stiftelsens styre, representantskap og programgruppe. Stiftelsen er forankret i Bergen, og det er en forutsetning at Bergen er arrangørsted.

Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse, organisert med styre og representantskap. Stiftelsens daglige drift utføres av en administrasjon bestående av tre 100 % stillinger, ledet av festivalsjef Guri Heftye. Øvrige ansatte er prosjektleder Hjørdis Losnedahl og informasjonsansvarlig Annette Tveit. Stadig vekst og økende forventninger til kvalitet krever mye av administrasjonen. Arbeidsmengden vokser, og det blir nødvendig med flere ansettelser. NMD vil i løpet av høsten 2014 ansette en ny person i 100 % stilling, i tillegg er det behov for prosjektmedarbeidere fra februar til mai.

7

Økonomi, Nordiske Mediedager

Nordiske Mediedager vokser i popularitet og størrelse, og er etablert som et arrangement av høy faglig og teknisk kvalitet. Det koster å opprettholde dette nivået. Vi er avhengige av samarbeidspartnere på alle nivå og tilskudd fra fond og offentlige instanser for å drifte konferansen, og ikke minst for å utvikle den videre.

Sponsorer & samarbeidspartnere

Mediedagene har behov for flere partnere, samtidig som vi møter et svært krevende sponsormarked. Stabile samarbeidspartnere og årlig støtte fra fylkeskommune, kommune, stat og fond er avgjørende for at vi kan realisere store prosjekter som medieundersøkelsen, fagkonferansen og nmdUNG – og for å opprettholde nyere prosjekter som NMD Alumni og NMD-TV. Vi arbeider aktivt for å ivareta eksisterende relasjoner, og for å etablere nye samarbeid.

Reise & opphold

Hvert år samler Nordiske Mediedager en rekke toneangivende fagpersoner i internasjonal medienæring på konferansen. Som nevnt er dette en viktig prioritering for oss, å legge til rette for at den norske mediebransjen kan få umiddelbar, direkte og eksklusiv adgang til fagpersoner som kan inspirere og engasjere – og ikke minst bidra til kompetanseheving. Med mange internasjonale bidragsytere er imidlertid utgifter til reise og opphold betydelige. Det koster å samle over 100 foredragsholdere fra inn- og utland i Bergen, til tross for at vi sjelden innvilger honorar.

Teknikk & kommunikasjon

Vi er opptatt av å være i forkant mht. å fange opp trender også utover selve programinnholdet. Mediebransjen tar raskt i bruk ny teknologi, og som fagarena er det avgjørende å bli oppfattet som aktuell og relevant. Det må investeres ressurser i tilstedeværelse og kommunikasjon i sosiale medier, satsning på web-tv/digital teknikk, nettsider mv.

Administrasjon

Som sagt er arbeidsmengden stor for administrasjonen. Arbeidsmengden vokser, derfor vil NMD i løpet av høsten 2014 ansette en ny person i 100 % stilling, i tillegg er det behov for prosjektmedarbeidere fra februar til mai. Dette medfører i sin tur høyere lønnsutgifter og administrative kostnader.

Deltakeravgift

Deltakeravgiften til Nordiske Mediedager er svært lav, både sett i forhold til programmets bredde og sammenlignet med andre konferanser og kurstilbud. Målsetningen er å fortsatt holde avgiften på et rimelig nivå, slik at også mindre ressurssterke organisasjoner og bedrifter kan få anledning til å delta. I tillegg til en relativt lav ordinær deltakeravgift, tilbyr vi adgangsrabatt til forskere og studenter. Vi inngår også egne bedriftsavtaler med større, lokale mediehus. Slik får alle ansatte anledning til å delta på hele eller deler av konferansen.

NmdUNG

NmdUNG er et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå. Også her øker interessen for å delta. Vi vil gjerne tilby plass til alle som ønsker, og har derfor flyttet konferansen til et større lokale. Dette innebærer imidlertid også økte kostnader. NmdUNG er et gratistilbud til skolene, og det vil ikke bli aktuelt å be om deltakeravgift.

Dugnadsånd

Like viktig som økonomisk støtte er den betydelige dugnadsånden og idealismen som Nordiske Mediedager lener seg på. Programgruppens medlemmer jobber vederlagsfritt. Det samme gjelder foredragsholdere, styremedlemmer og andre ressurspersoner, i tillegg til de nærmere 100 frivillige og en rekke andre.

Samarbeidspartnere

Samarbeidspartnere til Nordiske Mediedager bidrar økonomisk og/eller ved å tilby sine tjenester mot gjensidig profilering (barteravtaler).

Hovedpartner:

Telenor

Regional partner:

Produsent NMD-TV:

MCM

Mediepartnere:

Schibsted Norge / Sixty

Partnere:

Kulturoperatørene / Molvik / Mynewsdesk / Radisson BLU Hotel Norge / PwC

Offentlige støttespillere:

Bergen kommune / Kulturdepartementet / Hordaland fylkeskommune

Støttespillere:

A-pressen / Fritt Ord / Rådet for anvendt medieforskning

Prosjektpartnere:

Mediebedriftenes Landsforening / Norsk Journalistlag / Norsk Redaktørforening / Avis i skolen Hordaland / Kongress og Kultur / Respons / Stiftelsen Gullruten

9

Resultat

Resultat kan måles direkte ved antall påmeldte deltakere, maks 1750 på konferansen, maks 670 på nmdUNG-konferansen.

Vi måler også resultater ved å analysere deltakerprofil og evalueringsrespons fra deltakere og samarbeidspartnere. Målet er å oppnå et gjennomsnitt på 4-5 på alle kategorier i evalueringsskjema som sendes deltakere i etterkant av Mediedagene (5 beste karakter). Her får vi svar på spørsmål om hvorvidt deltakerne opplever programmet som lærerikt, inspirerende og relevant – og hvordan de vurderer Mediedagene som faglig arrangement og møteplass. Når det gjelder deltakerprofil er målet å ivareta samme brede sammensetning som ved foregående år.

Vi innhenter oversikt over medieomtale fra Retriever, noe som viser grad av oppmerksomhet og potensielt antall lesere av saker om Mediedagene. Målet er å øke medieomtalen sammenlignet med fjoråret.

Vi følger også aktivt med på omtale av NMD i sosiale medier som Facebook og Twitter, besøkstall via Google analytics og visningstall av videoer på NMD-TV og Youtube. Medieomtale skaper oppmerksomhet omkring arrangementet, men også om Bergen og Hordaland som en region der interessant medievirksomhet foregår.

nmdUNG evalueres gjennom møter og evalueringsrapport fra lærere som deltar. I tillegg er vi opptatt av resultater ifht. gjennomføring og logistikk, «flyt». Her gjennomfører vi interne evalueringer med programkomité, stab og arrangørsted. Som ikke-kommersiell stiftelse er målet å drifte organisasjonen og arrangementene i økonomisk balanse.

Effekter

Momenter som er avgjørende for måloppnåelsen:

- Et sterkt faglig program, både på fagkonferansen og nmdUNG.
- Kompetente nasjonale og internasjonale foredragsholdere.
- Tilrettelagte møteplasser, gode muligheter for nettverking.
- Godt organisert avvikling.
- Særlig lett tilgjengelighet for deltakere fra lokal og regional mediebransje. Relativt lav deltakeravgift.
- Tilstedeværelse i nyhetsmedier og digitale mediekanaler.
- Dyktige samarbeidspartnere som bidrar i idéutvikling, implementering og gjennomføring.
- Samarbeid mellom ressurspersoner fra ulike deler av regional og nasjonal mediebransje og FoU.
- Sponsorer og støtte fra fond og det offentlige.
- Økonomisk stabilitet og forutsigbarhet. Rammer som muliggjør høy kvalitet i alle ledd (teknikk, arrangørsted, stab, reisebudsjett for foredragsholdere).

Risikofaktorene ligger først og fremst i økonomiske rammer og at en liten administrasjon er sårbar for utskiftninger og svært avhengig av stabile, idealistiske og ressurssterke bidragsytere i stab og blant samarbeidspartnere.

10

Tids- og finansieringsplan

Tidsplan

Kort om årlige milepæler:

Administrasjonen har årlig drift, og arbeider kontinuerlig opp mot de årlige Mediedagene i mai samt mer langsiktige prosjekter og satsninger:

- Planleggingen av neste års Mediedager starter i juni hvert år.
- Programgruppen har månedlige heldagsmøter august – mai.
- Fem styremøter gjennomføres årlig.
- Representantskapsmøte medio mars.
- NMD Alumni 31. oktober.
- Hovedarrangement og nmdUNG uke 19.
- Medieundersøkelsen: januar – mai.

Finansieringsplan

PROSJEKTINNEKTER	
INNEKTER FRA SPONSORER AVG PL.	2 120 000
INNEKTER ANNET AVG PL. / INNEKTER ANNET	30 700
INNEKTER FRA UTSTILLERE MESSE, WORKSHOPS	250 000
INNEKTER FRA LOKALE AVTALER, KONFERANSE	470 000
INNEKTER FRA DELTAKERE, KONFERANSE	2 545 900
INNEKTER FRA BILLETTSALG (UTENFOR AVG OMR)	203 100
TILSKUDD FRA BERGEN KOMMUNE	550 000
TILSKUDD FRA KULTURDEPARTEMENTET	450 000
TILSKUDD FRA HORDALAND FYLKESKOMMUNE	350 000
ANDRE OFF. TILSKUDD (FRITT ORD ETC)	1 640 300
SUM INNEKTER OG TILSKUDD	8 610 000
PROSJEKTUTGIFTER	
PRODUKSJONSKOSTNADER	5 000 000
LØNNKOSTNADER	2 760 000
ANNEN DRIFTSKOSTNAD	850 000
SUM DRIFTSKOSTNADER	8 610 000
BUDSJETTERT ÅRSRESULTAT 2015	0

Vennlig hilsen



Guri Heftye
Festivalsjef