



Seminarieprogram 06.09.11

TIDIG MORGON MED LUUK FYRA HÖJDARE LÄR KÄNNA DIN TV-CHEF

Vilka är de egentligen som styr vår TV-industri? Alla känner deras namn. Alla kan en historia om minst en av dem. Men vilka är de egentligen, våra högsta chefer? Hur ser deras dagar ut, och vad vill de i den svenska TV-världen? Kristian Luuk börjar dagen med att genomskåda branschens topphöjdare. Missa inte när cheferna från SVT, TV4, Kanal 5 och TV3 äntligen berättar sanningen.

MODERATOR: *Kristian Luuk*, programledare och radiopratare

MEDVERKANDE: *Christina Jutterström*, VD SVT, *Jan Scherman*, VD TV4, *Hasse Breitholtz*, VD TV3, *Manfred Aronsson*, VD Kanal 5. Kanalfilm producerad av *Ukulele Media*.

FEAR AND THE FUTURE MICHAEL GRADE STYRELSEORDFÖRANDE BBC

I 40 år har Michael Grade på olika positioner befunnit sig vid fronten av en kontinuerligt föränderlig TV-värld. Sportjournalist, VD för *Embassy Television* och TV-chef för *Channel Four* är några av titlarna på hans CV. I sin nya roll som styrelseordförande i BBC har han en central roll i den digitala revolutionen som företaget med stor framgång går igenom. Vilka krav ställs på public service och utbud? En lärdom är att de nya plattformarna bara fungerar lika bra som innehållet och användarvänligheten. Grade belyser möjligheterna och riskerna som programmakare bör tänka på för att upprätthålla kvalitén i denna snabbbrörliga värld.

MODERATOR: *Lars Weiss*, Nordic Media Partner

TALARE: *Michael Grade*, BBC

PRAKTISK FRAMTIDSGUIDE NYA SKÄRMAR = NYA PENGAR? SÅ BYGGER VI UT VÅR INDUSTRI

»Anytime, anywhere, any device« är ett nytt mantra i den globala TV-industrin, men vad betyder det i praktiken? Nya kanaler startas hela tiden, tekniska plattformar lanseras lika ofta. Nu kan vi se rörliga inslag överallt. Var pengarna finns i dessa nya visningsfönster? Hur ser affärsmodellerna ut, och rättigheterna? *Show us the money!* Detta handlar om nya sätt att berätta och nya sätt att ta betalt för våra berättelser. Så här gör vi det. Kom och lär knepen och reglerna av dom som kan.

MODERATOR: *Martin Jönsson*, medieanalytiker och tf chef SvD Näringsliv

MEDVERKANDE: *Marie Nilsson*, VD Mediavision, *Bengt Broman*, VD Teracom, *Katarina Graffman*, Konsult Kairos Future, *Anna Vegerfors*, Marknadsdirektör, Aftonbladet Nya Medier, *Peder Ramel*, Sverigechef 3, *Mattias Fyrenius*, Chef TV4 Nya Medier. Film producerad av *Leif Hedman* och *Jonatan Karlsson*.

OMVÄRLDSBEVAKNING FORMATFEBER SÅ BLIR SVERIGE DET NYA HOLLAND

Formatbranschen omsätter mer än fyra miljarder dollar och har ökat med 35 procent de senaste tre åren. Det finns stora förhoppningar både nationellt och internationellt att Sverige skulle kunna vara skapare och leverantör av morgondagens stora TV-format.

Men hur är det egentligen? Fem av landets bästa formatutvecklare och säljare berättar om fallgroparna och visar möjliga vägar att vandra för att sälja svenska idéer till resten av världen.

MODERATOR: *Nicola Söderlund*, Direktör Sparks Network

MEDVERKANDE: *Estelle von Schinkel*, VD Friday TV, *Anna Bråkenhielm Carrfors*, VD Talpa Scandinavia, *Jan Zachrisson*, Kreativ Chef Zodiak, *Gary Carter*, President of Creative Networks, Chief Creative Officer Consumer FMX Freemantle.

NUTIDSORIENTERING REKLAMKRONORNAS NYA VÄGAR **mediaedge:cia** I HUVUDET PÅ ANNONSÖRERNA

Annonssörer som bygger egna TV-studios, allt mer reklamfilm som inte ens visas i TV, kanaler som vill att programmen skall finansieras av annonsörer och ett nytt EU-direktiv på väg som kommer att öppna upp för mer och mer produktplacering. Hur navigerar kanaler och producenter i denna nya värld? Var kommer gränserna att gå mellan redaktionellt och kommersiellt innehåll? Hur ser de stora annonsörerna på utvecklingen och vad vart styr de sina medieinvesteringar i framtiden?

MODERATOR: *Pontus Schultz*, Chefredaktör Veckans Affärer och Att:ention

MEDVERKANDE: *Elisabeth Trotzig*, VD IRM, *Mattias Palm-Jensen*, VD Farfar, *Mats Jankell*, ansvarig för programmering MediaEdge:GIA, *Karin Moberg*, Marknadsdirektör Telia Sonera. Film producerad av *Ukulele Media*

TEST OCH TÄVLING MOBIL-TV DEN NYA VÄRLDEN **ERICSSON**

Inte längre science fiction. Tester för direkt broadcast till mobiltelefoner pågår i Skandinavien och nu är det äntligen dags att fylla skärmarna med innehåll. *Teracom* och *Nokia* visar sitt DVBH-test och en framtidsvision. *Ericsson* visar vad de har för planer och sponsrar en tävling där svenska produktionsbolag fått i uppgift att komma med mobil-TV-idéer. De fem nominerade bidragen kommer att presenteras och under dagen kommer vi att utse en vinnare som får sin pitch producerad till pilot för minst SEK 100.000 av *Ericsson*. Denna pilot kommer sedan att visas på MIP-mässan i Cannes senare i år.

MODERATOR: *Mattias Hansson*

MEDVERKANDE: *Anders Bergtoft*, Director Content & Media, Ericsson, *Christer Fritzon*, VD Boxer, *Indra Åsander*, Direktör Telia Sonera Sverige Konsumentmarknad, *Johan Lindgren*, VD Telenor Sverige, *Ingela Lindahl*, Sektionschef för affärsutveckling Teracom.

FÖRSVARSTAL TELEVISION *THE LIFE AFTER DEATH* GARY CARTER

En av TV-världens mest mångfasetterade personligheter och chef (*President of Creative Networks Chief Creative Officer, Consumer FMX*), Gary Carter, är född i Sydafrika och utbildade sig där till skådespelare. 1985 flyttade han till London där han började en karriär som agent för författare, producenter, regissörer och filmbolag. På nittioalet jobbade han med *Planet 24* och drev deras kontor i Los Angeles med internationella storförsäljning av *Survivor!* (som köptes av STRIX). 1997 flyttade han till Nederländerna för jobba med *Endemol* som har lanserat och sålt till exempel *Big Brother*. Ett annat av deras program är *Vem vill bli miljonär?* som sålts till 11 Europeiska länder.

INTRODUKTION: *Annie Wegelius*, Ordförande Det Svenska Tevepriset

TALARE: *Gary Carter*

ÅRS DAGEN AV 9/11 KATASTROFER REJTAR BÄST SAMHÄLLSJOURNALISTIK I FÖRVÄNDLING

Katastrofer tillhör de mest sedda TV-sändningarna runt om i världen, även i Sverige och även bland unga tittare. När blir katastrofer TV-underhållning, och var går gränserna för vad publiken tål? Ändrar nya media spelreglerna för rapporteringen? Och vad är egentligen realiteten bakom debatten om att SVT skär ned sin omvärldsbevakning? Etik och moraldiskussion på femårsdagen av 11:e september.

Folke Rydén, som stått mitt i nyhetsflödet under både New York 9/11 och Tsunamin, leder diskussionen.

MODERATOR: *Folke Rydén*, Journalist och Dokumentärfilmare

MEDVERKANDE: *Lars Adaktusson*, Journalist SVT, *Eva Hamilton*, Enhetschef Fiktion SVT, *Kalle Jungkvist*, Chefsredaktör Aftonbladets Nya Medier, *Göran Ellung*, Kommunikationsdirektör TV4. Film producerad av *Ukulele Media*.

UTFRÅGNING SCENER UR ETT ÄKTENSKAP PRODUKTIONSBOLAGEN OCH TV-KANALERNA

Samtidigt som kanalerna blir alltmer beroende av säkra leveranser från produktionsbolagen, pressar de priserna och introducerar nya finansieringsmetoder som ökar risken. Innebär de nya finansieringsmodellerna verkligen att det skapas några nya affärer? Hur fungerar SVT:s beställarorganisation? Hur ser egentligen beslutsprocesserna på kanalerna ut? Vem bestämmer om en idé går hela vägen eller inte?

Att driva produktionsbolag – en framtidsbransch eller en affärsmodell på dekis?

MODERATOR: *Casten Almqvist*

MEDVERKANDE: *Tobias Bringholm*, Programdirektör TV4, *Thomas Nilsson*, Planeringschef SVT, *Anders Knave*, Programchef TV3, *Johan Westman*, Programchef Kanal 5, *Patrick Svensk*, VD Zodiak, *Peter Lundin*, Ordförande TV Producenterna, *Thomas Hedberg*, VD Titan Television, *Robert Aschberg*, VD Strix. Film producerad av *Ukulele Media*.

OMVÄRLDSANALYS DE UNGA TITTARNA WHERE HAVE ALL THE FLOWERS GONE?

De unga lämnar det traditionella tv-tittandet. Förra året tittade åldersgruppen 15–24 på hela 30 procent mindre tv än resten av befolkningen, och enligt färsk statistik är SVT bara hälften så bra på att locka de unga jämfört med sina kommersiella kollegor. Vad gör ungdomar istället? Vad är det som bygger framgången för sajter som *Lunarstorm*, *YouTube* och *My Space*? Vad gör tv för att möta den nya konkurrensen?

Här får du helt nya undersökningar om denna grupps tittarbeteende och preferenser. Hur skall man nå dem, med vad, och går det överhuvudtaget att placera in denna grupp i de gamla modellerna?

MODERATOR: *Lars Beckung*, Exekutiv Producent Eyeworks/MTV Networks

MEDVERKANDE: *Marie Nilsson*, VD MediaVision, *Maria Groop-Russel*, Genrechef Barn & Ungdom SVT, *Henrik Bastin*, VD STO-CPH, *Oskar Kalmaru*, VD Bubblare.se. Film producerad av *Ukulele Media*.

KREATIV ÖGONÖPPNARE JOHN GRANT - WHAT CAN TV LEARN FROM SUCCESSFUL MARKETING? VARUMÄRKEN GENERATION 2.0

Idag lägger företag som *IKEA*, *Nike* och *Coca Cola* stor vikt på varumärkesstrategier och hur man långsiktigt bygger upp det egna varumärket och reklambranschen lever på sin kreativitet. Kan tv-branschen lära sig något ifrån framgångsrik marknadsföring?

John Grant författare till boken *The Brand Innovation Manifesto* och en av Europas varumärkesgurus med uppdragsgivare som *IKEA*, *Ministry of Sound*, *Napster* och *Amazon.com*, ger sina mest värdefulla tips till branschen.

INTRODUKTION: *Annie Wegelius*, Ordförande Det Svenska Tevepriset

TALARE: *John Grant*

UNIK MÖTESCHANS TELEVISION SPEED-DEJTING FÅ EN STUND PÅ TU MAN HAND MED DIN TV-CHEF

Detta är en unik chans att få möta maktens ansikten öga mot öga. I små privata valstugor kommer genrecheferna från Sveriges största tv-kanaler, de största producenterna och andra beställare ta emot dig för fyra minuters snabbmöte. Hur du utnyttjar tiden är helt upp till dig; pitcha en idé, sälj in dig själv, ett program eller ett koncept. Aldrig tidigare har så många TV-chefer varit så tillgängliga på en och samma dag.

Bästa pitchar belönas efter speeddejtingen.

PRODUCENT: *Stagepool*

MEDVERKANDE: *Gunnar Carlsson*, Genrechef Drama & Film SVT, *Leif Jakobsson*, Programdirektör SVT, *Stefan Baron*, Genrechef Underhållning SVT, *Thomas Nilsson*, Planeringschef SVT, *Maria Groop-Russel*, Genrechef Barn & Ungdom SVT, *Eva Landahl*, Genrechef Fakta & Fritid SVT, *Åsa Sjöberg*, Programchef TV4, *Tobias Bringholm*, Programdirektör TV4, *Fredrik Arefalk*, Vice Programchef TV4, *Anders Knave*, Programchef TV3, *Anton Glanzelius*, Innehållschef TV3, *Johan Westman*, Programchef Kanal 5, *Thomas Hall*, Programchef TV8.

ÅRETS BRANSCHPRISER MINGEL OCH PRISUTDELNING

Seminariedagen avslutas med mingel och utdelning av årets branschpriser. Därefter fortsätter festen i Globen.

VINNARE AV MOBIL-TV PITCH

Vinnaren av Mobil-TV-pitchen presenteras och belönas med SEK 100.000 för vidareutveckling av ideén.

ÅRETS KANALPERSON

Den kanalperson som TV-producenterna har uppskattat mest under 2006.

ÅRETS PRODUKTIONSPERSON

Den produktionsperson som TV-kanalerna har uppskattat mest under 2006.