



**NEW
MEDIA
DAYS 07**

24. – 25. OKTOBER 2007
TAPPEHALLERNE, HELLERUP
PROGRAM



NEW
MEDIA
DAYS 07

➔ Indhold

- 04 Kort over Tappehallerne
- 05 Velkommen
- 06 Welcome
- 08 New Media Days' fire værter
- 09 Programbeskrivelser onsdag
- 23 New Media Lounge & Award
- 26 Programoversigt
- 29 Programbeskrivelser torsdag
- 46 Praktisk information
- 48 Styregruppen
- 49 Tak til
- 50 Noter

New Media Days sekretariat

Projektchef og programansvarlig
Rebecca Pruzan

Projektleder
Sofie Hvitved

Programmedarbejder og speakerkoordinator
Zara Wöck

Projektkoordinator
Mathilde Rosendahl Philipsen

Programmedarbejder
Asger Bolvig

Koordinator på loungearrangement
Aline Glob

Tilmeldingsansvarlig
Dina Tietze

Kontakt
New Media Days
info@newmediadays.dk
www.newmediadays.dk

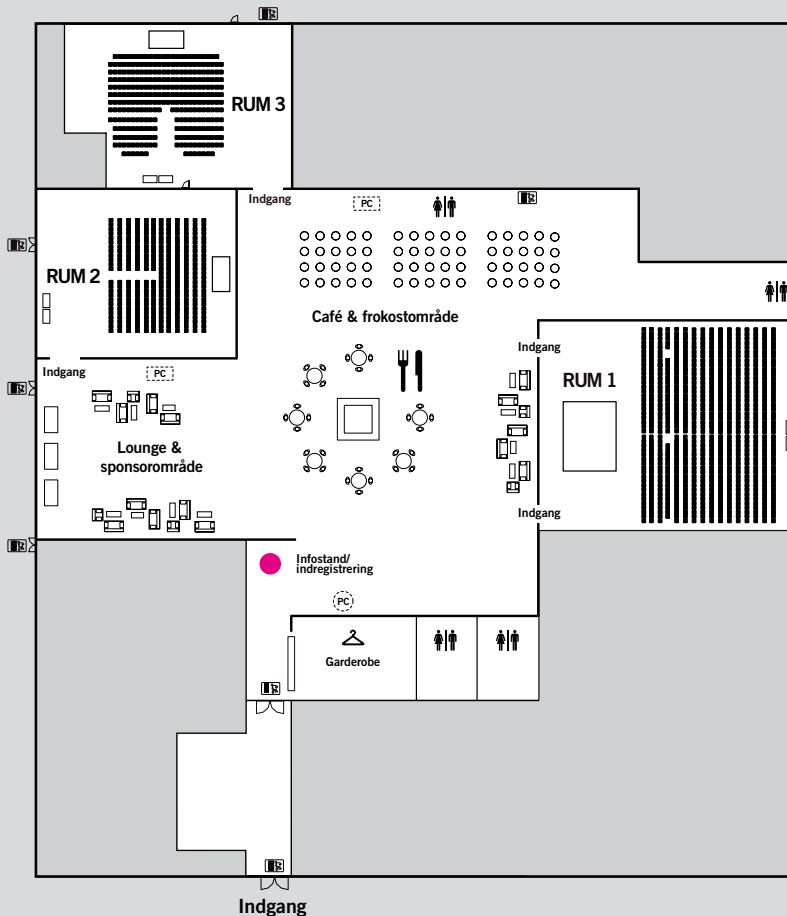
Tryk
Svendborg Tryk

Design
www.trykwerk.dk

Kort over Tappehallerne

Adresse

Dessaus Boulevard 46
2900 Hellerup



➔ Velkommen til New Media Days 07

Velkommen til to dage i de nye mediers tegn. Og velkommen til et forum, hvor du vil blive inspireret, provokeret og få indsigt i de nyeste tendenser i mediebilledet. Vi håber, at du efterfølgende vil vende hjem med fornyet kreativitet og idéer til vækst i din egen virksomhed.

New Media Days er tænkt som en vitaminindsprøjtning for de nye medier i Danmark – og vores ambition er at være det årlige forum, hvor du sammen med andre danske og internationale mediefolk diskuterer, lader dig inspirere og bygger netværk.

Vi har taget de bedste erfaringer med fra de sidste to års succeser og har i år gjort konferencen endnu bedre og større. Inspirationen har vi fundet i jeres feedback og de gode ideer, som vi bl.a. har fået via websitet op til dette års konference. På den måde håber vi at komme rundt om de væsentligste emner, der optager dig netop nu.

I år har vi valgt at satse på store internationale spillere: Technorati, MySpace, Universal, Second Life og Google, som har gjort en stor forskel i mediebilledet. Programmet byder også på input i forhold til web 2.0 tendenserne og sociale medier. Derfor har vi sessions om mikroblogging, mash-up, kollektiv intelligens

og viral markedsføring. Vi har også valgt at sætte fokus på de forskellige udfordringer inden for søgning. Her har vi inviteret Technorati, Fast og Sesam, som alle vil give deres bud på de muligheder og udfordringer, der er inden for søgning. Desuden har vi dedikeret tid og plads til både mediebrugere, innovation og de forskellige forretningsmodeller, som er tilknyttet nye medier.

Følg programmet og bevæg dig rundt mellem de tre rum, alt efter din lyst og interesse. Husk at New Media Days er en skitse, som du selv i høj grad kan påvirke og bidrage til. Hvis du ikke kan lide det, du ser og hører i en session, så kommentér, supplér og diskutér det, der bliver præsenteret. På den måde sikrer vi, at der ikke er spændende viden, der går til spilde. Så tag ordet! Kun på den måde kan vi skabe et fagligt – og levende – forum, der afspejler og rummer de diskussioner og temaer, som er vigtige for dig og de nye medier.

Bolden er givet op, og vi glæder os!

Bedste hilsner,
Projektchef, Rebecca Pruzan
Styregruppeformand, Merethe Eckhardt

➔ Welcome to New Media Days 07

Welcome to two days devoted to new media. And welcome to a forum where we aim to leave you inspired, provoked and full of insights on the latest trends in new media. We hope the experience will provide inputs to fresh creativity and growth in your organisation.

We have built on the best of New Media Days of the last two years to make this year's conference even bigger and better. We have been inspired by feedback from participants and have used the contributions that have come from the website for this year's conference.

This year we have chosen to highlight major international players: Technorati, MySpace, Universal, Second Life, and Google, all of whom have had a major impact on the media market. The program also offers inputs on Web 2.0 trends, and on social media such as micro-blogging, mash-ups, collective intelligence and viral marketing. We will take a close look at various challenges facing search. We have invited Technorati, Fast and Sesam, all of whom will give their views on the major challenges in search and tell about what their focus will be in the future of search. Finally, we have dedicated time and space to deal with media users, innovation and the various business models that underpin new media.

Follow the program and move among the three locations depending on your needs and interests. Remember that New Media Days is a collection of building blocks that you can contribute to and make use of as you see fit. If there's nothing that catches your eye in a given session, then give us your comments and inputs, and discuss the sessions. This is how we can ensure that no precious know-how is lost.

So take the floor! Only by doing so can we create a professional and dynamic forum that reflects and encompasses the discussions and themes that are important for you and new media.

The ball is in your court – use it!

Sincerely yours,
Rebecca Pruzan, Head of New Media Days
Merethe Eckhardt, Chairman of the Steering Committee



Where do you go from here?

Media companies are at a crossroads. With audiences fragmenting, new distribution models emerging and traditional revenues flat or declining, media and entertainment companies must now embrace multiple distribution platforms and evolve their business models to better compete and win in the marketplace.

With advanced search platforms and search-driven performance advertising, media companies can embrace the online opportunity. Meet us at New Media Days '07 to find out how you can evolve your business models around search to better compete and win in the digital marketplace.

www.fastsearch.com

 **fast**

➔ New Media Days' fire værter

New Media Days' fire værter vil føre os sikkert igennem to dages tætpakket program.
Mød Martin Krasnik, Morten Remmer, Henrik Føhns og Eva Steensig.



RUM 1
Martin Krasnik

Martin Krasnik er uddannet cand.scient.pol. og har lige siden sin studietid haft en karriere i medieverdenen. Han arbejder som journalist på Weekendavisen og skriver om international politik og kultur. Han har tidligere været korrespondent i Jerusalem og London, udlandsredaktør for Weekendavisen og studievært på DR2's Deadline.



RUM 2
Morten Remmer

Morten Remmer er direktør i Relate, der med udgangspunkt i digitale medier bl.a. hjælper virksomheder med at skabe stærke relationer til deres målgrupper. Tidligere har Morten været Director of Digital Business Unit i Egmont International samt Head of Mobile hos Nordisk Film Interactive i Danmark. Han har desuden arbejdet som dj og producer, udgivet plader og komponeret musik.



RUM 3 (onsdag)
Henrik Føhns

Efter seks år som journalist og redaktør i den skrevne presse vendte Henrik Føhns fra årsskiftet 2007 tilbage som vært på DR's Harddisken, som han selv var med til at starte tilbage i 1993. Han har været redaktør på Samvirke, programchef på TVropa.com, og var blandt de første danske journalister, der kastede sig over at blogge og podcaste.



RUM 3 (torsdag)
Eva Steensig

Eva Steensig har i hele sit professionelle liv beskæftiget sig med sociologi, herunder forbrug, forbrugere og forretningsudvikling. Hun har arbejdet som Executive Strategic Planner på DDB og er i dag ejer af Lighthouse Cph, der tilbyder virksomheder og organisationer anvendt erhvervs sociologi.



Peter Hirshberg
Technorati

→ Peter Hirshberg has led emerging media and technology companies at the center of disruptive change for more than 20 years. As Chairman & CMO at Technorati, he oversees the company's sales, marketing and business development activities as well as its partnerships with the media, entertainment and marketing industries. Previously, Hirshberg served as Chairman of Interpacket Networks and as Director of Enterprise Markets at Apple Computer for nine years.

The Rise of the Audience

What are the challenges as social media become increasingly more disseminated and competitive to traditional mass media?

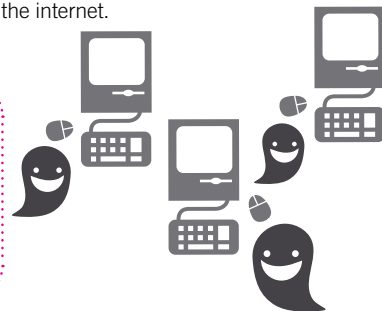
SPEAKER: Peter Hirshberg (US), Chairman of the Executive Committee & CMO, Technorati

This year's opening keynote, Peter Hirshberg will speak on the rapid and unexpected ways in which the audience is changing, and its implication for both media and brands. His talk will cover the transition that has taken place from customers and audiences to producers and participants as social media come to rival traditional mass media. In this session you will hear about blogs, the changing nature of influence, content as a social medium, and how the audience is increasingly in control of the classification and dissemination of information and ideas.

Later Peter Hirshberg meets Andrew Keen (see page 10) in a debate about web 2.0. Hirshberg and Keen offer radically different views on the state of the internet and how the transition from being customers and audience to being producers will affect such media. Follow the debate and join in with questions on the state of the internet.

Nomination of New Media of the Year

Peter Hirshberg nominates Facebook: "It's a great communication platform that is evolving social networking from an application to a utility that provides fundamental and unexpected improvements in how people keep in touch, share ideas and communicate. They've also executed brilliantly both for end users, and in building a passionate developer community."





The Great Digital Seduction

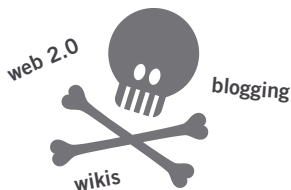
Are we at the mercy of the amateur? How can we build trust into the new structures of knowledge enabled by the internet?

SPEAKER: Andrew Keen (UK), Author of 'The Cult of the Amateur – How Today's Internet is Killing Our Culture'

"By stealing away our eyeballs, the blogs and wikis are decimating the publishing, music and news-gathering industries that created the original content those web sites 'aggregate'. Our culture is essentially destroying the very sources of the content they crave."

This is a quote from Andrew Keen's controversial book, 'The Cult of The Amateur – How Today's Internet is Killing Our Culture' (2007), which has made him one of the leading contemporary critics of the internet. In this session, Andrew Keen expresses his concern for the recklessness of online amateurism, spawned by the digital revolution. How today's internet is polluting our media, jeopardizing our cultural economy and corrupting our civic life. Take part in the debate which this book continues to create.

After this session Andrew Keen meets Peter Hirshberg (see page 9) in a debate about web 2.0. Hirshberg and Keen offer radically different views on the state of the internet and how the transition from being customers and audience to being producers will affect such media. Follow the debate and join in with questions on the state of the internet.



Nomination of New Media of the Year

Andrew Keen nominates the book: "A new media that has meant most to me recently. It's only 500 years old and is thus a relatively youthful medium. I suspect that the book is just about hitting early adulthood and we can thus expect really innovative things from it over the next couple of hundred years."



Andrew Keen
Writer

→ In the mid 90s, Andrew Keen was a member of the pioneering generation of Silicon Valley visionaries and he founded Audiocafe.com in 1995.

Andrew Keen is also the Founder and Chief Executive of AfterTV LLC and his famous book, 'The Cult of the Amateur – How Today's Internet is Killing Our Culture', established him as one of the leading contemporary critics of citizen media.



Danske internetsucceser

Få et skud inspiration af tre af de førende danske internetsucceser.

PANEL: **Søren Svendsen** (DK), Direktør, Ekstra Bladet Nye Medier // **Morten Wagner** (DK), Medstifter & Marketingsansvarlig, Freeway // **Bengt Sundstrøm** (DK), Grundlægger, Lauritz.com

MODERATOR: **Tim Frank Andersen** (DK), Serial Entrepreneur

Der går en hvirvelvind gennem internettet i øjeblikket. Vi har en tendens til at kigge mod udlandet for at spotte de nyeste udviklingstendenser, men der er også et væld af spændende og succesfulde historier at fortælle fra den hjemlige arena.

I denne session sætter vi fokus på fire af de største internetsucceser fra vor egen andedam, og moderator Tim Frank Andersen sætter mændene bag succeserne stævne i forhold til deres udfordringer, forretningsmodeller, ambitioner og erfaringer. Kom og lad dig inspirere til din egen succeshistorie.

PANEL



Søren Svendsen
Ekstra Bladet
Nye Medier



Morten Wagner
Freeway



Bengt Sundstrøm
Lauritz.com





A Media Company Goes Search!

Search is increasingly important for the media industry since the challenge is more and more to help the user find the right content.

SPEAKER: **Mikal Rohde** (N), CEO, Schibsted Søk

Two years ago the large Norwegian based media group Schibsted moved into the search business when launching the search platform Sesam.no. Join Mikal Rohde in this session to hear why the company decided to go into search, what they have done and how they have succeeded. You will also gain insights into the current adjustments Schibsted are planning to implement and you can learn what it takes to get into the search business.

This session highlights what Schibsted sees as the major challenges in search and where their focus will be in the f



Nomination of New Media of the Year
Mikal Rohde nominates the search engine Sesam and its news aggregator: "Where all sources are being constantly evaluated and analyzed. An advanced content clustering makes it possible for cases, persons and relations to be presented in a unique way.



Mikal Rohde
Schibsted Søk

→ Mikal Rohde is Director and Vice President of Strategy at the Norwegian media company Schibsted. He started at Schibsted in 2005 as CEO for the internet search department 'Schibsted Søk'. Rohde has broad experience in marketing and business development. He has held positions as Marketing Director for Mobil Oil, Mobil Nordic, NetCom GSM and he was Executive Vice President for Marketing and Business Development at the publishing firm Findexa.



Perry Solomon
FAST

→ Perry Solomon has more than 10 years of experience in media & entertainment and in technology and internet industries, helping companies develop and implement growth strategies. Before joining FAST he founded Peppercoin, a venture-backed electronic payments software company. He has also worked as Strategic Change Consultant in the Entertainment, Media & Communications practice at PricewaterhouseCoopers.

The Search Story, Chapter Two: “The Media Empire Strikes Back”

A dramatic change has occurred in the world of search. What was once the domain of a few vendors – Google, Yahoo!, and MSN – is quickly becoming the powerhouse of innovation for businesses at large.

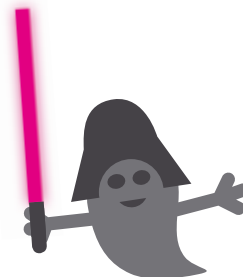
SPEAKER: Perry Solomon (US), VP, Business Development & GM, Media Solutions, FAST
MODERATOR: Nikolaj Nyholm (DK), Managing Director, Polar Rose

If chapter one of the search story was about Google – the hub in the Web 1.0 network – chapter two is about the many businesses that will become the new hubs in the post Web 2.0 world. The poster child of chapter two is the modern media company that has begun to use – and needs – search as a business platform. Search helps to engage more effectively with readers and advertisers, to build strong communities and to showcase content in a multi-platform world.

During this presentation we'll take a closer look at emerging online media models, search opportunities for local media companies, leveraging multimedia content and new media monetization models.

Nomination of New Media of the Year

Perry Solomon nominates EZMO (www.ezmo.com): “An exciting new music social networking community site.”





The Entrepreneur's Guide to the VC Market

It has become more and more common for start-ups to look for help in the form of money and knowledge. But it is a jungle out there. Who should you trust and turn to at different stages in the lifecycle of a company?

PANEL: **Manish Madhvani** (UK), Partner & Co-founder, GP Bullhound // **Peter Warnø** (DK), Managing Director, Oyster Invest // **Jimmy Fussing Nielsen** (DK), Managing Partner, Sunstone Capital

MODERATOR: **Tim Frank Andersen** (DK), Serial Entrepreneur

In this hands-on session you can learn from three different players in the Venture Capital Market, hear about the do's and don'ts when you deal with the money market.

The speakers will unveil their opinions about the Danish start-up market, share what have been their best and worst investments and name the biggest mistakes and risks you are likely to encounter when facing the Venture Capital Market.

PANEL



Manish Madhvani
GP Bullhound



Peter Warnø
Oyster Invest



Jimmy Fussing Nielsen
Sunstone Capital





Casper Bengtson
MTV Networks

→ Casper Bengtson er Country Manager for MTV Networks i Danmark og har det overordnede ansvar for MTV, VH1 og Nickelodeon. Casper har tidligere været på mediabureauet OMD og senest Carat, hvor han var leder af kundesektionen.



Kenneth Kristensen
MTV Networks

→ Kenneth Kristensen er Channel Manager for MTV Networks i Danmark og har ansvaret for alt indhold på MTV's platforme, herunder tv og online. Kenneth har en fortid hos TV3 samt SBS TV, hvor han var kanalchef for Kanal 5.

MTV på digital bølgelængde med de unge?

Op igennem firserne og halvfemserne havde MTV virkelig godt tag i de unge. Men hvordan står det til nu, hvor de unge er jaget vildt og ikke længere bare sidder foran fjernsynet?

OPLÆGSHOLDERE: Casper Bengtson (DK), Country Manager, MTV Networks // Kenneth Kristensen (DK), Channel Manager, MTV Networks

I denne session kan du høre MTV Networks fortælle om deres indsats for at holde sig ajour med de unge og deres forbrug af digitale medier. Hør også hvordan kanalen skaber og opdaterer indhold på tv, internet og på mobilen – og få mere at vide om den internationale satsning på spil, som de i sommer annoncerede at investere over 3 mia. kroner i.

Nominering af Årets Nye Medie

Casper nominerer Joost: "Fantastisk levende bevis på, at alt smelter sammen. Produkter som Joost er med til at gøre os tv-leverandører skarpere på, hvilken rolle vores produkt og traditionelt flow-tv skal have i fremtiden."



Nominering af Årets Nye Medie

Kenneth nominerer VBSTV.com: "I år lancerede folkene bag magasinet VICE en gratis on-demand online service, der på meget imponerende vis har bevaret den samme kreative og anarkistiske måde at præsentere musik, undergrundskultur og tabuer på. En stor inspirationskilde for mig i mit daglige job på MTV."



→ SHORT-SESSIONS // Onsdag kl. 13.45-14.15



RUM 1 – SESSION IN ENGLISH Search – What's Next?

PANEL: Peter Hirshberg (US), Technorati // Perry Solomon (US), Fast // Mikal Rohde (N), Sesam

MODERATOR: Nikolaj Nyholm (DK), Managing Director, Polar Rose
Text search as popularized by first Altavista and since Google is – while no small challenge itself – quickly becoming a commodity. Hear three different players in the search business comment on and discuss what they think is the next big thing in search. All the panel participants have held their own sessions where they presented their views on the business. This is your chance to hear them altogether.



RUM 2 Kan internetreklamer levere undervisning til børn?

OPLÆGSHOLDER: Stephan Læssøe Stephensen (DK), Direktør, Mingoville
De sidste par år har det hotte i online-reklame været 'in game advertisement'. Hos danske Mingoville er man ved at udvikle et online engelsk undervisningsprogram, som er baseret på mulighederne for dynamiske reklamer, der samtidig appellerer til virksomhedernes sociale ansvar.

Spørgsmålet er, om man kan få en højere pris på sine online reklamer, hvis man leverer reklamer i den rette kontekst? Hos Mingoville mener de, at svaret er ja!



RUM 3 – SESSION IN ENGLISH The Future Is Sharing

SPEAKER: Bobby Chang (CH), Managing Director, Rapidshare
Information on the internet is becoming more accessible as the use of sharing host sites arises. Hear in which direction Rapidshare – one of the leading and most progressive hosting sites with 36 million daily users – is moving.

Bobby Chang speaks on the extremely rapid growth of the file-sharing and hosting market. Get to know who the users are, how Rapidshare is being financed, and how the company deals with privacy and copyright issues.



MortenKvist[®]
design in motion

Focus on **Morten Kvist** and move you head backwards and forwards. Can you see the motion?
We do motion graphics and branding.

Creative Director > mortenkvist.dk > info@mortenkvist.dk > +45 2481 9774 > Nikolaj Plads 30,1067 Kbh. K > **CYA**



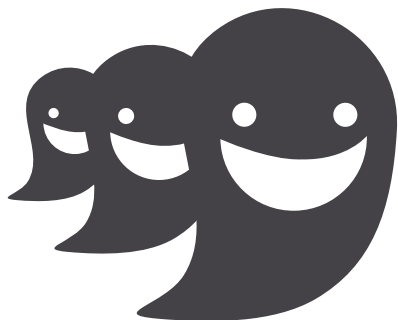
Marketing in a Networked Culture

Be inspired to get in touch with the consumers in the mediated networked culture and get an insight story on the social networking phenomenon, MySpace, with over 200 million accounts.

SPEAKER: **Shawn Gold** (US), Head of Marketing and Content Development, MySpace

As choice leads to an even greater fragmentation of the media landscape and consumers gain more and more control over media, brand networking becomes an influential and efficient aspect of the marketing mix.

This presentation examines and offers insights into the best way to engage with consumers and make meaningful connections, as your audience communicates, connects and consumes media in a networked world.



Nomination of New Media of the Year
Shawn Gold nominates Wimax – broadband wireless: “It will change the way we work, travel, consume and share media.”



Shawn Gold
MySpace

→ Shawn Gold is Head of Marketing and Content Development for the social networking site MySpace.com. He has 14 years’ experience in digital marketing and content strategy, including serving as publisher of WeblogsInc, the largest publisher of professional blogs on the Web. Additionally, he headed Marketing and Communications for WHN, an e-commerce company that provided marketing services to the 2002 Olympics, ABC, NBC, MTV and Fox.



Digital Rights Management

– Guaranteed Earnings or a Certain Death for the Music Industry?

The need for a framework for new user-friendly services put in place by record companies, artists and distributors is greater than ever. But a wind of change is affecting parts of the music industry.

SPEAKERS: **Lauri Rechartt** (FIN), Director Licensing & Litigation, IFPI // **Henrik Leschly** (DK), Member, DKUA // **Ralf Christensen** (DK), Journalist & Critic, Information

A few companies like EMI are breaking new ground and have started to offer high quality digital music without DRM. Is this the way forward or just a dead end?

New Media Days has invited artists and representatives of both the established and new players to discuss the role of DRM in future business models for the music industry.

PANEL



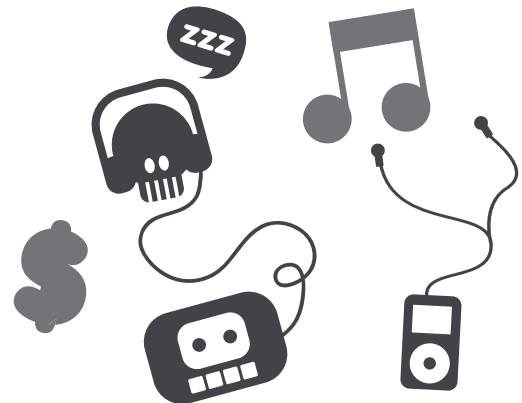
Lauri Rechartt
IFPI



Henrik Leschly
DKUA



Ralf Christensen
Information





Microblogging and the Future of Social Media

Why do some social media succeed while others fail? And can microblogging disrupt the highly popular blogging phenomenon?

SPEAKER: **Petteri Koponen** (FIN), CEO, Jaiku

The co-founder of the microblogging service, Jaiku, Petteri Koponen, presents his view on what makes social media a success or failure by focusing on social objects. He will also discuss microblogging as a potential disrupter of blogs; what does it take to create a new media with an even greater potential than blogs?

Learn why the 140-character micro media format has such a big potential. Jaiku is nominated as New Media of the Year.



Nomination of New Media of the Year

Petteri nominates www.dopplr.com: "For frequent travelers this is an extremely simple and helpful service that you never knew you needed."



Petteri Koponen
Jaiku

→ Petteri Koponen is co-founder of Jaiku. He serves as chief executive officer and is responsible for business development, sales and technology. In 1997 he founded and served in executive positions at First Hop, a global leader in mobile value-added service control software. He also served as an advisor of Blyk Ltd., the first ad sponsored free mobile virtual network operator in the field of internet services.



David Montgomery
Mecom Group

→ David Montgomery is Executive Chairman at Mecom Group, one of Europe's leading regional publishing companies. He started his career in newspapers as Chief Sub Editor of The Sun from 1980-1982 before becoming Editor of the News of the World from 1985-1987. Between 1992 and 1999, David Montgomery was Chief Executive of Mirror Group where he oversaw its restructuring with substantial profit improvement measures and the introduction of modern technology.

The Status of the Danish Media Market

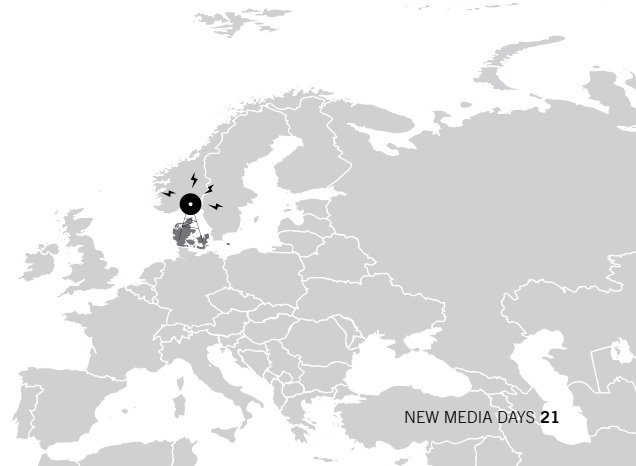
– seen from an international perspective

How is the Danish media market perceived? What are our strengths and how can the Danish media market be fine-tuned and equipped to meet future challenges?

SPEAKER: David Montgomery (UK), Executive Chairman, Mecom Group

In this session David Montgomery will draw upon his experience gained as a participant in the Danish media industry and yet being a spectator from abroad due to his position at Mecom Group, one of Europe's leading regional publisher companies. Mecom entered the Danish market in July 2006 by acquiring 'Det Berlingske Officin'.

Hear Montgomery offer his wide-ranging views on the overall trends in the media market and get a sense of what will be of importance to the Danish media market in the near future.





Mash-up, Hyperlocality & User-Generated Content

How can media companies fully exploit the potential of the web while at the same time cutting costs on development and maintenance? Hear about the current trends in the construction of internet and mobile sites.

SPEAKERS: **Björn Jeffery** (SE), Co-founder, Good Old // **Christian Lund** (DK), Editor & Manager, AOK.dk

Björn Jeffery from Good Old shares his experiences from Sydsvenskan På Näset (www.panaset.se) – the first full-scale mash-up for the Swedish newspaper Sydsvenska Tidende. The site is a hyperlocal mix of Jaiku, Flickr, Google Maps, WordPress and Sydsvenskans CMS Escenic – all driven by the Nokia E65s Mobile.

The Danish AOK has gained considerable experience in user-generated content (USG) over the last six months by experimenting with the service KBH360. Now AOK are integrating it into a new version of AOK where they combine USG with journalistic content and advertisements.

Learn how the two Scandinavian media companies have chosen to grasp the new opportunities emerging in this new era of the web.

Nomination of New Media of the Year

Björn nominates Jaiku: "It's cool for microbloggers and it's also a social phone book. Jaiku is a perfect example of how publishing can bring people closer together."

Nomination of New Media of the Year

Christian nominates Google Maps: "In the use of city guides the map is a fantastic way to present content in a novel way. In Denmark, interesting city guide services like Storbyliv, Kbh360 and mitKBH have emerged on top of this map function. The technology is no longer brand-new, but we have just started to work out how we can use the map and the general development of a sense of direction in order to make better media products."



Christian Lund
AOK

→ Since 2006 Christian Lund has worked as Manager and Editor of AOK. Since October he has been in charge of the development of a new guide to Copenhagen, KBH360.



Björn Jeffery
Good Old

→ Björn Jeffery works as an Internet Strategist at the Swedish communication agency Good Old. As Co-founder of the company, his main focus is the implementation of current and future web strategies in large publishing houses.

➔ NEW MEDIA LOUNGE & AWARD

Onsdag aften kan du glæde dig til vores awardshow på natklubben K3 (det tidligere Pan) med tapas, fri bar og mingling. Der er lagt op til rendyrket tilbagelænet loungestemning på en af Københavns mest berygtede natklubber. Tag en snak med konkurrenten, kunden eller kollegaen og nyd at koble fra, inden vi torsdag atter tager fat i det faglige og mere seriøse indhold.

NB! Du skal være tilmeldt arrangementet for at kunne deltage. Deltagelse koster 350,- ekskl. moms, og du kan stadig nå at tilmelde dig om onsdagen under konferencen – senest kl. 15.00 i infostanden. Du kan se på dit navneskilt, om du allerede er tilmeldt.

Lounge-arrangementet foregår den 24. oktober på:

K3
Knabrostræde 3
København K.

Program

17.00-18.00

Bustransport fra Tappehallerne til K3. Du er velkommen til selv at sørge for transporten

18.00-20.00

Tapas og drinks på K3

20.00-20.30

Awardshow v.

20.30-23.00

Rasmus "Mr. Poxycat" Bjerg Lounge, DJs og drinks



Rasmus "Mr. Poxycat" Bjerg styrer dig igennem awardshowet

→ NEW MEDIA LOUNGE & AWARD

Årets Nye Medie

Igen i år uddeles prisen for Årets Nye Medie til et skandinavisk initiativ, der repræsenterer en ny og spændende tendens i det skandinaviske mediebillede. Alle har haft chancen for at nominere til prisen, og New Media Days sekretariatet har blandt de mange interessante nomineringer udvalgt de seks nye medier, der kommer til at konkurrere om prisen:



Jaiku – mikroblogging, der kombinerer instant messaging med sms.



ZYB – samler informationerne fra din mobil ét sted.



Boliga – boligportal, der samler alt indhold fra boligsites og skaber gennemsigtighed på boligmarkedet.



Octoshape – streaming-selskab, der sælger teknologi til at lave bedre billedkvalitet ved lavere båndbredde.



Polar Rose – svensk/dansk initiativ på markedet for billedsøgemaskiner.

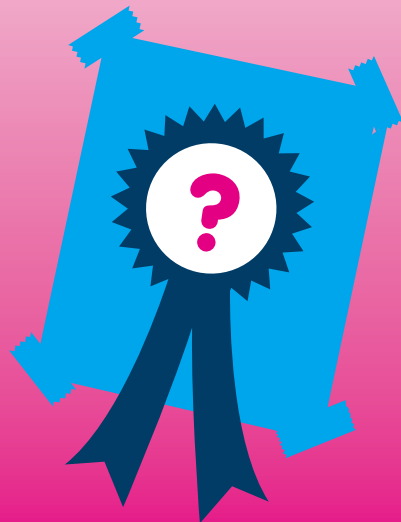


Joost – samler videoindhold og skaber højt opløseligt tv på nettet.

Du har mulighed for at bestemme, hvem der skal vinde, så **husk din mobil og stem via sms**. Der er en PS3 på højkant til lodtrækning blandt alle, der stemmer.

Juryens Ærespris

Juryens Ærespris går til en enkeltperson eller et partnerskab i den danske branche, der over flere år har gjort en særlig indsats inden for nye medier. New Media Days har nedsat en benhård jury, der skal bedømme, hvem der har gjort sig fortjent til at vinde prisen.



Juryens medlemmer

Juryen er en fri og uafhængig enhed. Gruppen består af 10 erfarne personer fra forskellige dele af mediebranchen, således at alle brancher er repræsenteret i nominering og vurdering af vinderen.

Juryens medlemmer er:

1. Alf Lande, Lande & Co.

Alf er administrerende partner for konsulentfirmaet Lande & Co., der har specialiseret sig i rådgivning af medievirksomheder.

2. Anne Skare Nielsen, Future Navigator

Anne er direktør og partner i fremtidsforskerfirmaet Future Navigator, der arbejder med fremtidsbaseret idéudvikling.

3. Christian Bjerring, Dansk Marketing Forum & Forlaget Markedsføring

Christian er administrerende direktør i marketing og reklamebranchens centrale forening, der står bag kursus- og konferenceaktiviteter samt bladet Markedsføring.

4. Christian Peytz, Peytz & Co.

Christian er direktør i rådgivningsfirmaet Peytz & Co., der hjælper danske medier med at udnytte de digitale muligheder.

5. Gregers Wedell-Wedellsborg, TV 2

Gregers er direktør for TV 2 | Interaktiv.

6. Jens Storm Lernø, Microsoft

Jens er landechef for Microsoft Online Services Group, der bl.a. varetager Hotmail, Messenger og MSN i Danmark.

7. Morten Iversen, ZeitGuyz Game Developers

Morten er kreativ direktør for spilvirksomheden ZeitGuyz, der siden 2005 har lavet AAA videospil til PC og konsoller.

8. Sofia Arhall, Copenhagen Consulting Co.

Sofia er partner i Copenhagen Consulting Co. (CoCoCo) og specialiseret i strategi, forretningsudvikling og ledelsesrådgivning.

9. Søren Svendsen, Ekstra Bladet Nye Medier

Søren er direktør for Ekstra Bladet Nye Medier.

10. Tim Frank Andersen, Serial Entrepreneur

Tim Frank er uddannet civilingeniør og har i mere end 15 år arbejdet med interaktive medier.



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.

Foto: Jens Arnesen TV 2



TID / STED	RUM 1 (vært Martin Krasnik)	RUM 2 (vært Morten Remmer)	RUM 3 (vært Henrik Føhns)
08.00 – 09.00	Morgenmad og indregistrering		
09.00 – 09.30	Åbning ved Brian Mikkelsen		
09.30 – 10.15	The Rise of the Audience [s. 9]		
10.45 – 11.45	The Great Digital Seduction [s. 10] NB! 10.30-11.15	Danske internetsucceser [s. 11]	A Media Company Goes Search! [s. 12]
	Debate: Hirsberg vs. Keen NB! 11.15-11.45		
11.45 – 12.45	Frokost		
12.45 – 13.30	The Search Story, Chapter Two: "The Media Empire Strikes Back" [s. 13]	The Entrepreneur's Guide to the VC Market [s. 14]	MTV – på digital bølgelængde med de unge [s. 15]
13.45 – 14.15	SHORT-SESSION Search – What's Next? [s. 16]	SHORT-SESSION Mingoville [s. 16]	SHORT-SESSION The Future is Sharing [s. 16]
14.15 – 14.45	Kaffepause		
14.45 – 15.45	Marketing in a Networked Culture [s. 18]	Digital Rights Management [s. 19]	Microblogging and the Future of Social Media [s. 20]
16.00 – 16.45	The Status of the Danish Media Market [s. 21]		Mash-up, Hyperlocality & User-Generated Content [s. 22]
17.00 – 18.00	Transport til New Media Lounge & Awardshow		
18.00 – 23.00	New Media Lounge & Awardshow [s. 23]		



TID / STED	RUM 1 (vært Martin Krasnik)	RUM 2 (vært Morten Remmer)	RUM 3 (vært Eva Steensig)
08.00 – 09.00	Morgenmad		
09.00 – 09.50	Mediepolitiske udfordringer [s. 29]		
10.00 – 11.00	Mediestrategi [s. 30]		Et indblik i fremtidens brugeradfærd [s. 31]
11.15 – 12.15	To be announced...	The New World According to Google [s. 33]	Det grønne guld [s. 34]
12.15 – 13.00	Frokost		
13.00 – 13.30	SHORT-SESSION Magasiner, nicheindhold og nye medier [s. 35]	SHORT-SESSION Branded Content – en visuel tour [s. 35]	SHORT-SESSION Prediction Markets – engager og involver dine brugere [s. 35]
13.45 – 14.45	Second Life: How an Experimental 3D World Evolved to Change Society and Business on the Internet [s. 36]	Branded borger – målgruppe eller publikum? [s. 37]	Brugerviden som guideline [s. 38]
14.45 – 15.15	Kaffepause		
15.15 – 16.00	User-Centered Innovation in a Shifting Media World [s. 39]	Få styr på de selektive mediebrugere [s. 40]	Top 5 Internet Services You've Never Heard About [s. 41]
16.15 – 17.00	Reaching the New Movie Consumer [s. 42]	Fremtidens digitale markedsføring [s. 43]	Det grå guld – forståelse af den ældre målgruppe [s. 44]
17.00 – 18.00	Vi-ses-næste-år-ølbar		



**This is our idea of
a successful conference**



digicast
Corporate Communication
& Streaming Media



Mediepolitiske udfordringer

**Kræver nye medier en ny mediepolitik, eller kan vi nøjes med de traditionelle værktøjer?
Er politikerne gearet til at tackle udfordringerne?**

PANEL: **Ellen Trane Nørby** (DK), Medie- og kulturordfører, Venstre // **Mogens Jensen** (DK), Medie- og kulturordfører, Socialdemokratiet // **Simon Emil Ammitzbøll** (DK), Medie- og kulturordfører, Det Radikale Venstre

Igen i år sætter New Media Days mediepolitikere stævne i en diskussion om politik og de nye medier. Hør mediepolitikernes visioner og bud på, hvad de gør for at styrke rammerne for de nye medier i Danmark.

Som noget nyt lader New Media Days mediebranchen selv udfordre politikerne gennem tre markante indspark fra mediebossen, kulturprofilen og entreprenøren. Se hvad der sker, når Per Michael Jensen, Kresten Schultz Jørgensen og Finn Helmer går mediepolitikere på klingen.

PANEL



Ellen Trane Nørby
Venstre



Mogens Jensen
Socialdemokratiet



Simon Emil Ammitzbøll
Det Radikale Venstre





Mediestratego

Hvem står tilbage i morgendagens medie-stoledans?

PANEL: **Kenneth Plummer** (DK), Generaldirektør, DR // **Per Mikael Jensen** (DK), fritstillet Administrerende Direktør, TV 2 / President & CEO, Metro International // **Morten Wagner** (DK), Medstifter og Marketingsdirektør, Freeway //

Pål Thore Krosby (N), Administrerende Direktør, Aller Press

MODERATOR: **Troels Mylenberg**, Leder, Center for Journalistik, SDU

Printmedierne udfordrer tv på levende billeder samtidig med, at de poster millioner i online-mediernes nyhedsmarked. De traditionelle broadcast-virksomheder DR og TV 2 rykker stadig flere aktiviteter over på de nye medier, og alle sukker efter at udnytte de nye muligheder i online-fællesskaber.

I denne session får du mulighed for at høre hvordan forvirringen ser ud fra toppen, når mediebosserne kommer frem med deres visioner, drømme og skræmmebilleder i en ny medievirkelighed. Er de nye medier en gave eller en trussel for medievirksomhederne? Hvad er det for en fremtid bosserne ser for sig selv og hinanden, og hvem står bedst rustet til at udnytte de nye muligheder?

PANEL



Kenneth Plummer
DR



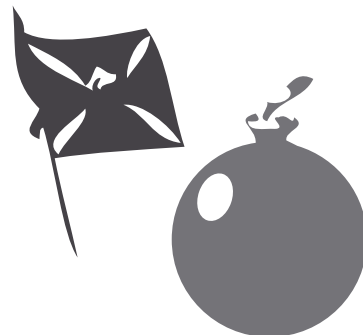
Per Mikael Jensen
TV 2 /
Metro International



Morten Wagner
Freeway



Pål Thore Krosby
Aller Press





Eva Steensig
Lighthouse Cph

→ Eva Steensig har i hele sit professionelle liv beskæftiget sig med sociologi, herunder forbrug, forbrugere og forretningsudvikling. Hun har siddet som Executive Strategic Planner på DDB og er i dag ejer af Lighthouse Cph, der tilbyder virksomheder og organisationer anvendt erhvervsociologi.

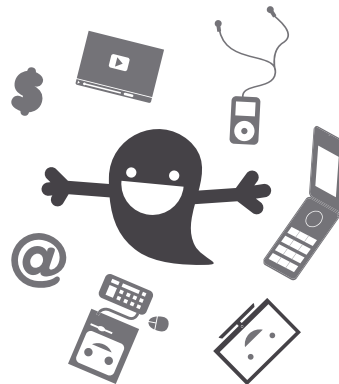
Et indblik i fremtidens brugeradfærd

Hvor bevæger danskerne sig hen? Få et sociologisk perspektiv på fremtidens brugeradfærd.

OPLÆGSHOLDER: **Eva Steensig** (DK), Erhvervs sociolog og ejer af Lighthouse Cph.

Eva Steensigs indlæg beskriver danskernes hverdag, behov og drømme – et provokerende og modigt bud på den fremtid, vi bevæger os ind i. Få inspirerende og nyttig viden, der berører centrale emner i danskernes hverdagsliv – fra familieliv til holdninger om tid, penge, kønsroller, arbejdsliv og nye medier.

Indlægget baserer sig på Steensigs årelange viden om forbrugere og erfaring med, hvordan man overhovedet kan få greb om, hvad der vil blive den dominerende adfærd i den nærmeste fremtid.



Nominering af Årets Nye Medie

Eva nominerer Second Life: "Fordi de har skabt et helt nyt net-univers. Jeg er bare lidt ked af, at den verden, der illustreres, ligner så meget den virkelige verden."

USE YOUR PHONE!

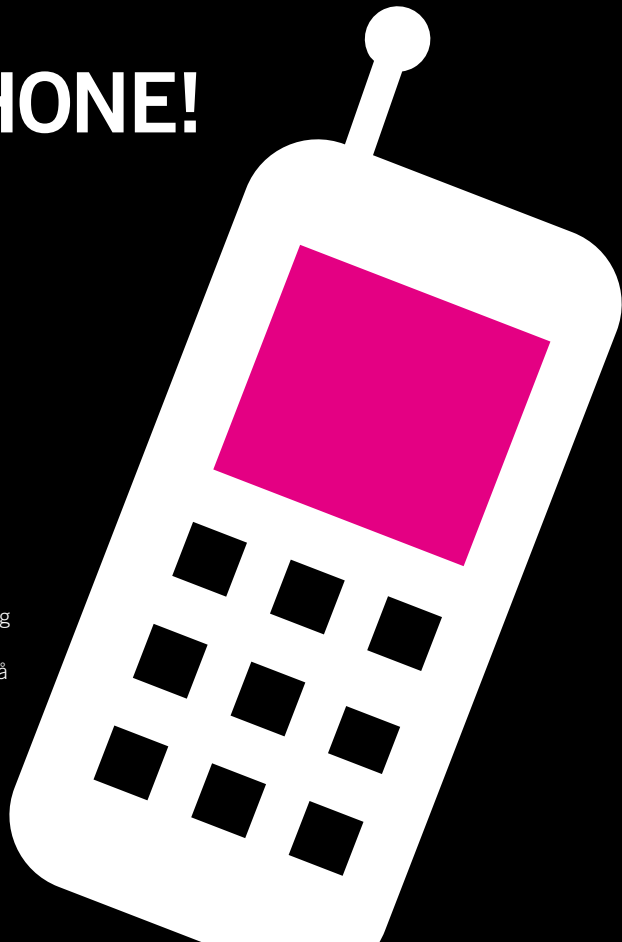
Husk din mobil – og lad bluetoothen være tændt under konferencen!

Som noget nyt har vi i samarbejde med Unwire lavet en mobilportal, hvor du kan holde dig opdateret uanset, hvor du befinder dig.

Tast ***mobil.newmediadays.dk*** i din mobilbrowser og få mulighed for at se det opdaterede program, læse nyheder samt downloade videoklip, lydfiler og wallpapers.

Ligesom sidste år vil Unwire ligeledes levere sms-teknologi til afstemningerne i løbet af konferencen. Derudover vil der blive udsendt beskeder, links til mobilportalen, videoer, lydfiler og konkurrencer ved brug af bluetooth teknologi – sponsoreret af N'volve – direkte til din mobil. Så sørg for at have Bluetooth funktionen på din mobiltelefon aktiveret under konferencen!

Send "NMD" til 1231 og modtag et direkte link til mobilportalen.





Luca S. Paderni
Google

→ Luca S. Paderni is Head of Industry Marketing at Google. He has more than 8 years' marketing experience with some of the world's largest brands, including Ferrero, L'Oreal and Prada, working across Italy, France, Switzerland, Spain, and Russia. He has worked at Forrester Research as Research Director for Consumer Markets in Europe, the Middle East and Africa where he became a well-known and often-cited industry thought leader (just Google him to see for yourself...).

The New World According to Google

How does advertising adapt to evolving technologies and the empowerment of the consumer?

SPEAKER: **Luca S. Paderni** (I), Head of Industry Marketing, Google

Rapidly evolving technology, intense competition, and market volatility are just some of the strategic challenges advertising on the internet is facing. However, with these challenges also come great opportunities.

In this session Luca S. Paderni will discuss how advertising should adapt to evolving technologies, and how we can learn from the past to improve the future. He will also take a look at consumer empowerment on the internet and the marketing implications and opportunities arising from this empowerment.



Nomination of New Media of the Year

Luca S. Paderni nominates BBC-YouTube Channel: "I can watch old episodes of Top Gear."



Det grønne guld

“Det kan være forskelligt, hvor hurtigt min mobil bliver for gammel – det kommer an på hvor mange nye mobiler der udkommer. Jeg bryder mig ikke om at have noget, der er gammelt.” – Mimi, 12 år, Kokkedal

PANEL: Mimi (12) Kokkedal, Miriam (13) København V, Aksel (15) Espergærde, David (15) Odense, Løkke (15) Kolding

MODERATORER: Sofie Scheutz (DK), Medieforsker i DR //

Aslak Gottlieb (DK), Undervisningskonsulent i Avisen i Undervisningen

Det grønne guld kender ikke en verden uden pc, mobil, iPod og gratisaviser – kender du det grønne guld? Hvad bruger de mobilen til? Hvad laver de på computeren? Hvornår hører de musik? Hvorfor ser de TV? Læser de overhovedet avis? Få et ucensureret kig ind i de 12 til 15-åriges verden – faktisk helt ned i skoletasken...

Mød også det grønne guld på tomandshånd i sofaen i lounge-området efter sessionen. Her får du deres ærlige mening om netop dit medie.

“Jeg keder mig – altså ser jeg TV”



“Jeg købte mobilen, fordi min veninde havde den.”

“Jeg ser ikke fjernsyn, jeg ser Friends.”



Nominering af Årets Nye Medie

Aslak nominerer Avisernes pdf-udgaver af avisen på nettet: “Nu er det slut med grågrumsede overheadtransparenter af udvalgte avisartikler, når der holdes kurser for lærere og lærerstuderende.”

Nominering af Årets Nye Medie

Sofie nominerer www.irun.dk – bedre sent end aldrig: “Hvor er det fedt at kunne måle afstande over stok og sten, som man selv definerer og som man ikke nødvendigvis kan køre i en bil.”



Sofie Scheutz
DR

→ Sofie Scheutz er kvalitativ medieforsker og observerer bruges intuitive og ofte logiske adfærd på alle særlig intuitive eller logiske hjemmesider. Hun arbejder med alt fra fokusgrupper til usabilitytests og eyetracking.



Aslak Gottlieb
Avisen i Undervisningen

→ Aslak Gottlieb arbejder med at få elever, lærerstuderende og lærere til at bruge avisen i den daglige undervisning. Han er uddannet lærer og har siden 2004 arbejdet som undervisningskonsulent for Avisen i Undervisningen, en afdeling under Danske Dagblades Forening.



→ SHORT-SESSIONS // Torsdag kl. 13.00-13.30



RUM 1

Magasiner, nicheindhold og nye medier

OPLÆGSHOLDERE: Anders Kragelund (DK), Interaktiv Chef, Benjamin // Lasse Ingemann Brodt (DK), Salg- og Marketingsdirektør, Benjamin
Forlaget Benjamin, der står bag bl.a. Costume, Vmax og Bilmagasinet, investerer kraftigt i nye medier og har etableret Benjamin Interactive og 18 kommercielle aktiviteter på mobil og web. Typen af tjenester inkluderer brugergenereret indhold, social interaktion, mobil, geoware mm. Hvad gør Benjamin online, hvad tjener de penge på, og lykkes de med new media forandringen?

RUM 2

Branded Content – en visuel tour

OPLÆGSHOLDER: Jan Godsk (DK), Branded Content Manager, MindShare/ Performance
Tag med på en tour de force igennem Branded Content. To ord, som længe har eksisteret i udlandet, og som også nu er begyndt at snige sig ind over de danske markedsføringsgrænser og dermed får mere og mere opmærksomhed. Jan Godsk vil her give dig et visuelt indblik i, hvor bredt Branded Content egentligt kan favne. Fra dokumentar-genren til Brand Channels. I denne session vil du bl.a. også få viden om, hvordan annoncører og tv-stationer med fordel kan arbejde sammen.

RUM 3

Prediction Markets – engager og involver dine brugere

OPLÆGSHOLDER: Jesper Müller-Krogstrup (DK), Partner, Nosco
Hør om fænomenet Prediction Markets, som er en ny og innovativ måde at engagere mediebrugerne på. Værktøjet bliver bl.a. brugt af BBC, Google og TV 2 og går ud på at gøre det relevant for brugerne at bidrage med deres viden og få dem til at involvere sig i ens brand. Fænomenet er en del af de nye muligheder, som web 2.0 giver medievirksomhederne mulighed for at benytte, hvor bl.a. den kollektive intelligens spiller en større og større rolle.



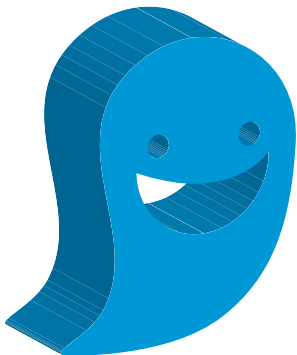
Second Life: How an Experimental 3D World Evolved to Change Society and Business on the Internet

How are 3D virtual worlds changing the current internet, and what can companies do to adapt to this rapid change?

SPEAKER: **Chris Mahoney** (US), Business Development Manager, Linden Lab

In 1999 Linden Lab began to pioneer its own vision of virtual worlds. The company wanted to prove the feasibility of a 3D world built, owned, and run by users. Eight years later, Second Life has become the leading user-generated virtual world.

Christopher Mahoney will offer his personal insight into the past, present, and future of Second Life.



Nomination of New Media of the Year

Chris Mahoney nominates Second Life: "Of course! :) Honestly though, I use it all the time and my use of it is still expanding. I use it to chat, buy things, interact with companies, and do consumer research. With the launch of our in-world voice feature, I can now hold virtual meetings with business development teams around the world. The 3D environment and ability to actually see the people I am talking with makes my presentations and meetings much more productive and almost like the real thing!"



Chris Mahoney
Linden Lab

→ Christopher Mahoney directs the Business Development team at Linden Lab, which is the developer of the popular virtual world Second Life. Prior to Linden Lab, he worked in a variety of product management roles for leading, early stage technology companies. Christopher began his career in technology when he founded one of the internet's first, used textbook exchanges in 1996.



Branded borger – målgruppe eller publikum?

DR lancerer til foråret en helt ny programserie med Jens Blauenfeldt under titlen 'DR gør det selv', finansieret og udviklet i samarbejde med landets førende byggemarkedskæde, Silvan.

PANEL: **Lars Grarup** (DK), Mediedirektør, DR // **Keld Strudahl** (DK), Marketing Director, Carlsberg // **Claus Skytte** (DK), Partner, WeLovePeople

Er ovenstående scenario realistisk eller det rene vanvid? I denne paneldebat kridter vi banen op og stiller skarpt på nogle af de spørgsmål, som rejser sig, når man taler om branded content.

I Danmark beskytter vi i dag forbrugerne mod branded content, men er det nødvendigt, og mærker vi overhovedet forskel? Hvad sker der med indholdet og kunsten, når den leger sammen med kommercielle sponsorer og interesser? Og hvad betyder det egentligt for mediebranchen, når stærke brands begynder at agere medievirksomhed? Dette er nogle af de spørgsmål, som panelets deltagere vil kaste sig over.

PANEL



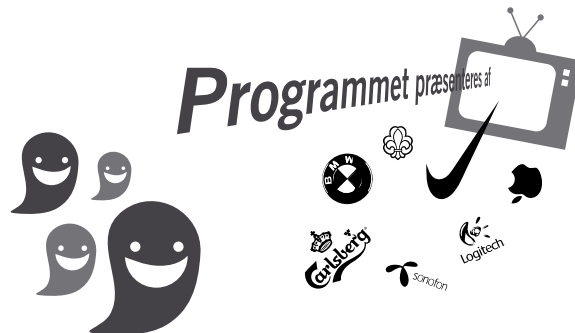
Lars Grarup
DR



Keld Strudahl
Carlsberg



Claus Skytte
WeLovePeople





Brugerviden som guideline

Hvordan kan man som medieselskab systematisk udnytte brugerviden som guideline for forretningsinnovation og produktudvikling?

OPLÆGSHOLDER: **Frederik Wiedemann** (DK), Medstifter og Partner, ReD Associates

“Når virksomheder laver innovation med brugerne i tankerne, begår de typisk den fundamentale fejl at tro, at brugerne er rationelle, at de kender deres egne behov, og at de deler det samme syn på verden som virksomheden.”

Dette er ordene fra oplægsholder Frederik Wiedemann, der i denne session, ved hjælp af eksempler fra det etnografiske feltarbejde og den sociologisk baserede analyse, vil præsentere et revideret syn på brugeradfærd og behov.



Nominering af Årets Nye Medie

Frederik nominerer 'høj-kvalitets tv-serier på DVD': “Mens vi venter på den omfattende streaming on-demand, har tv-serier på DVD med den høje kvalitet adopteret meget fra biografen. DVD'en tilbyder adgang til en dybere indlevelse i tv-seriernes karakterer og er med dens opbygning et tilbud, der passer til tidens fleksible tv-sening.”



Frederik Wiedemann
ReD Associates

→ Frederik Wiedemann er medstifter og partner i innovationsfirmaet ReD Associates, der assisterer virksomheder i organisering og ledelsesstruktureret innovation. Blandt ReD Associates kunder i den digitale medieindustri tæller navne som Samsung, Intel, Sonaoma og DR. Frederik Wiedemann har en fortid som direktør i Dansk e-Learning Center og har desuden arbejdet som embedsmand i Stats- og Finansministeriet.



John Stoddard
IDEO

→ Prior to joining IDEO's Californian design team in 1997, John was the Head of Design at IDEO's London office. His current focus is on helping IDEO clients build stronger brands through the design of innovative product and user experiences. John has designed a wide range of products for clients in the US, Europe, and Asia and he has helped develop product brand strategies for companies such as Intermec and Samsung.

User-Centered Innovation in a Shifting Media World

User-centered thinking is emerging as a powerful way for media to innovate. Learn how to make use of the human factor as a way to create clarity in a complex business world.

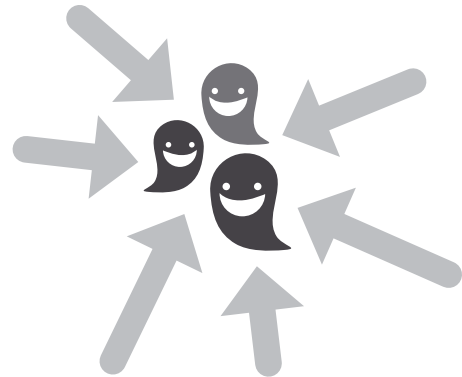
SPEAKER: John Stoddard (UK), Designer, IDEO

In this session John Stoddard will talk about innovation. His current focus is helping IDEO clients build stronger brands through the design of innovative product-user experiences. Many businesses, including media, are encountering new types of competitors, facing faster technology change, and finding traditional markets vanishing in front of their eyes.

Increased innovation is one cause of this, but also a way to deal with it. This session makes you aware of how to involve users directly to inspire and test ideas before it gets too expensive to change track.

Nomination of New Media of the Year

John Stoddard nominates Pandora Internet Radio (www.pandora.com): "A fairly new internet website that provides a remarkable and compelling service experience – one's own free music station – based on a smart business model. Pandora has set up sophisticated ways to analyze user's favorite music tracks (not just 'genre categories') so as to provide music that fits their tastes, but often in a surprising way. The big innovation for me is to harness users to make the service better through their own input.





Få styr på de selektive mediebrugere

I den digitale tidsalder er det individet, der har kontrollen. Kom og hør, hvordan du skaber succesfuld markedsføring med indhold, der rammer og involverer brugerne.

OPLÆGSHOLDER: **Jimmy Maymann** (DK), Bestyrelsesformand, GoViral

GoViral byder velkommen til medietidsalderen 'youcracy' – en tid, hvor forbrugeren er erstattet af en autoriseret bruger, der forventer at blive direkte involveret og påvirket.

Dagens mediebillede er mangesidet. Stadig flere platforme kommer til, og brugeren bestemmer i stigende grad, hvad der er interessant, hvornår, hvor og i hvor lang tid. Kom og få inspiration til at skabe markedsføring og indhold, der går i respektfuld dialog med nutidens selektive mediebrugere.



Nominering af Årets Nye Medie

Jimmy Maymann nominerer Nike Plus: "Nike Plus eksemplificerer et vellykket miks af teknologi, medier og indhold, der i samspil skaber en unik værdi og tilfredsstillelse for brugeren. Nike Plus viser hvordan der kan skabes relevant, kommerciel indhold, som brugeren finder glæde i at benytte."



Jimmy Maymann
GoViral

→ Jimmy Maymann er bestyrelsesformand i GoViral. Han har med sine 12 år i branchen en bred erfaring inden for reklamer, marketing og nye medier. I 1995 stiftede han internet konsulentbureauet NeatWork/Neo Ideo, hvor han arbejdede som partner indtil 2000. Derefter arbejdede han som strategisk direktør i Leo Burnett og som 'Global Discipline' chef i ArcWorldwide/Leo Burnett. GoViral lancerede bogen *Welcome to the Media Youcracy*, *Goodbye to Media Feudalism* i 2007.

**Vili Lehdonvirta**

HIIT

→ Vili Lehdonvirta is a researcher at Helsinki Institute for Information Technology where he studies emerging virtual economies and virtual item trading. Since 2006 he has been a visiting researcher at Waseda University, Tokyo, and is currently working on a Ph.D thesis on virtual consumption. Before embarking on an academic career Vili developed casual multiplayer online games at Jippii Mobile Entertainment.

Top 5 Internet Services You've Never Heard About

It is in Japan, China and Korea you find the real money trading of virtual property.

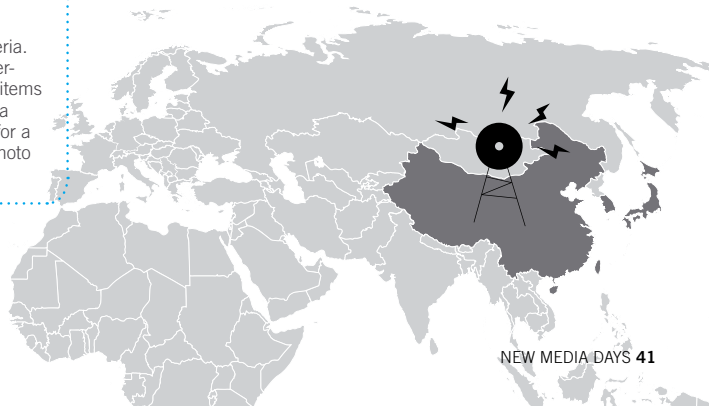
SPEAKER: **Vili Lehdonvirta** (FIN), Researcher, Helsinki Institute for Information Technology and Waseda University, Tokyo

Technorati sees more blog posts written in Japanese than in English. Koreans spend more money on virtual items than Finnish people spend on shoes. Behind surprisingly high barriers of language and culture, there lies a set of webspheres radically different from our own.

In this session Vili Lehdonvirta introduces some highly popular internet services from the Far East, including Mixi, QQ and Cyworld, and he discusses virtual item sales as a revenue model for online services.

Nomination of New Media of the Year

Vili nominates IRC-Galleria.net: "For combining user-created content, virtual items and advertising to form a unique revenue model for a social networking site/photo community."





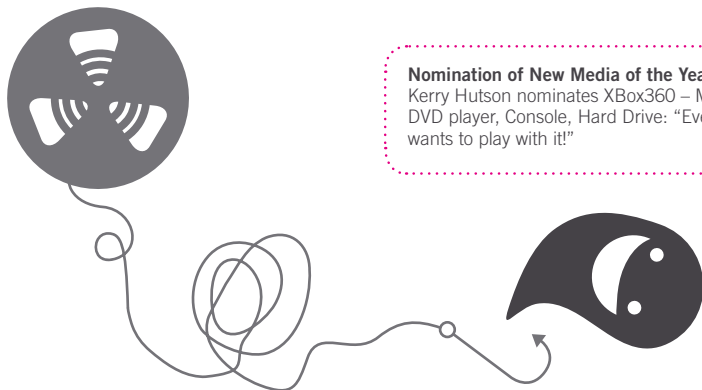
Reaching the New Movie Consumer

As platforms, products and consumption patterns evolve across the international marketplace the route to the movie consumer becomes ever more complex and spans traditional and new movie players.

SPEAKER: Kerry Hutson (US), Director of International New Media Licensing, NBC Universal

In this presentation Kerry Hutson will discuss what is driving the industry growth and digital adaptation and how they are being integrated into the film value chain.

Kerry Hutson will also talk about how the business models are evolving to reach changing audience demands and the NBC Universal approach to the international digital landscape.



Nomination of New Media of the Year

Kerry Hutson nominates Xbox360 – Media centre, HD DVD player, Console, Hard Drive: “Even a non-gamer wants to play with it!”



Kerry Hutson
NBC Universal

→ Kerry Hutson has over 8 years of experience in the Film and TV content space, covering film financing, interactive television, and digital distribution models. Since joining NBC Universal in 2004, she has concentrated on the development of digital film distribution models internationally. She is now responsible for all digital licensing (DTO/VOD/ SVOD) over a range of territories throughout Europe, Middle-East and Africa.



Lars Bastholm
AKQA

→ Lars Bastholm har været kreativ direktør hos AKQA siden 2004 og har mere end 12 års erfaring inden for interaktiv markedsføring. Han har tidligere startet Grey Interactive i Skandinavien og har været kreativ direktør hos københavnske Framfab, hvor han arbejdede med nogle af verdens førende brands som Nike, LEGO og Carlsberg. Hos AKQA arbejder han med brands som Coca-Cola og Smirnoff og kan bryste sig af flere internationale priser, heriblandt 3 Cannes Cyber Lions Grand Prix.

Fremtidens digitale markedsføring

Få et indblik i hvordan nogle af verdens største brands laver nyskabende markedsføring på digitale platforme.

OPLÆGSHOLDER: Lars Bastholm (DK), Kreativ Direktør, AKQA

I denne session vil den prisvindende reklamedirektør, Lars Bastholm, indvie os i, hvordan man får fremtidens forbrugere i tale igennem digitale medier, og hvordan brands som Nike, Burger King og Diesel har lavet kampagner, der på nye engagerende måder involverer forbrugeren.

Få en tour de Bastholm og se eksempler på vellykkede digitale kampagner.

Nominering af Årets Nye Medie

Lars nominerer iPhone: "Da Apple endelig lancerede deres myteomsbundne telefon, kunne det let være blevet en fuser. Det var det ikke. Faktisk fik iPhone alle de eksisterende telefoner fra andre brands til at se gammeldags og håbløst udviklede ud."





Det grå guld – forståelse af den ældre målgruppe

“Tror de, at vi er sådan nogle gamle affældige nogle?” – Bjørn, 62

PANEL: Det grå guld: **Nanna** (68), **Bjørn** (62), **Marianne** (51), **Inge** (75), **Peter** (52)

MODERATORER: **Sofie Scheutz**, Medieforsker, DR // **Jacob Lyng Wieland**, Medieforsker, DR

Det grå guld har travlt på den fede måde. De har for længst vinket farvel til bleskift og tvære teenagere. Nogle har fuld skrue på karrieren, andre har kastet sig over livslange interesser og velgørende arbejde. Humøret er højt, gå-på-modet er godt, og tiden er helt deres egen.

Fælles for panelets deltagere er, at de kender en verden både før og efter computere, mails, mobiltelefoner, sms'er, podcast og gratisaviser.

Denne session giver dig et uensureret indblik i det grå gulds liv og brug af nye og gamle medier – tror du, de er sådan nogle gamle affældige nogle?...

“Computeren skal bare virke, jeg er ligeglad med hvad der er inden!”



“Jeg er ikke den store tekniker på nye medier – jeg vil hellere opleve verden selv.”



“Jeg har faktisk vænnet nogle fra mit arbejde til at høre P1.”



Nominering af Årets Nye Medie

Sofie nominerer www.irun.dk – bedre sent end aldrig: “Hvor er det fedt at kunne måle afstande over stok og sten, som man selv definerer og som man ikke nødvendigvis kan køre i en bil.”

Nominering af Årets Nye Medie

Jacob nominerer den nye OPERA MINI 4 beta til java kompatible mobiltelefoner: “Opera Mini 4 beta har faktisk gjort det muligt at surfe mere uproblematisk på almindelige websider på mobiltelefonen. Den indeholder stadigvæk en funktion, der reducerer grafik download ved at beskære og komprimere billederne, så hastigheden ved at hente en webside sættes væsentligt op, og prisen for data holdes nede.”



Sofie Scheutz
DR

→ Sofie Scheutz er kvalitativ medieforsker og observerer brugeres intuitive og ofte logiske adfærd på ikke særlig intuitive eller logiske hjemmesider. Hun arbejder med alt fra fokusgrupper til usabilitytests og eyetracking.



Jacob Lyng Wieland
DR

→ Jacob er medieforsker i DR og glad teknologinørd. Han arbejder med kvalitativ medieforskning på tv og net, er desuden projektleder på DR/Panelet og redaktør af DR Medieforsknings årlige publikation Medieudviklingen.

Bliv en del af det fornemme selskab i Børsen executive club

I Efterårsprogrammet 2007 byder Børsen executive club på en række stærke ledere med stærke emner på dagsordenen. Den forhenværende præsident og Nobelpristager Mikhail Gorbatjov, chairman for Green Cross International, kommer til Danmark for første gang, hvor han vil fortælle om indsatsen for at skabe øget opmærksomhed på bæredygtighed og fredsbevarende aktiviteter ved at fokusere på verdens brændpunkter. Niels B. Christiansen fra Danfoss taler bl.a. om værdiskabende ledelse, og Danmarks verdensberømte designer Henrik Fisker fortæller om designprocesserne bag hans design af biler og ure, som samtidig kan opleves live i Dansk Design Center.

Som medlem af Børsen executive club får du yderligere en række tilbud, du kan benytte dig af: Du kan bl.a. gratis invitere en gæst med til de fleste arrangementer. Du har mulighed for at danne netværk med andre medlemmer, og du får gratis adgang til vores lounge på Radisson SAS Royal Copenhagen med en gæst.

Se hele programmet på **bec.borsen.dk** - hvor du også kan gå ind og oprette et medlemskab.

Børsen
executive club



executive club

➔ Praktisk information

Adresser

New Media Days 07 finder sted i Tappehallerne, Dessaus Boulevard 46, Hellerup. Lounge-arrangementet og awardshowet onsdag aften foregår på K3, Knabrostræde 3, København K.



Transport

Der er begrænsede parkeringsmuligheder på parkeringspladsen foran Tappehallerne samt i området omkring. Vi anbefaler, at du benytter dig af taxa eller offentlig transport, da der kommer over 700 deltagere til konferencen.

Bus nr. 1A kører direkte til Dessaus Boulevard fra Gl. Vartovvej til Hovedbanegården. Alternativt kan du tage S-tog eller Kystbanen til Hellerup St., hvorfra 1A også afgår. 1A kører med 5–7 minutters mellemrum, se evt. køreplan på trafikinfo.hur.dk/koreplaner.

Busserne 6, 14, 169 og 179 stopper alle

på Strandvejen tæt på Tappehallerne.

Der er fælles transport fra Tappehallerne til K3 til lounge-arrangementet onsdag aften.

Dit navneskilt er dit adgangskort!

Du skal under hele festivalen bære dit navneskilt synligt. Det giver dig adgang til alle sessions og er desuden din adgangsbillet til lounge-arrangementet onsdag aften, hvis du er tilmeldt. Du får udleveret dit navneskilt ved ankomst til konferencen.

Garderobe

Der er bemandet garderobe under hele konferencen. Benyttelse af garderobe foregår på eget ansvar.

Forplejning

Forplejning i løbet af dagene er inkluderet i prisen. Der er kaffe/the, frugt og kildevand ad libitum begge dage. Derudover er der juice, muffins, croissanter og scones om morgenen samt en lækker buffet begge dage til frokost. Buffeten er kreeret af køkkenchef Jasper Kure, der tidligere

har været på Restaurant Prémisse og Restaurant Extra. Onsdag og torsdag eftermiddag mellem kl. 16 og 18 vil der ligeledes være mulighed for at købe øl i baren. Lounge- og awardshowet onsdag aften inkluderer tapas samt fri bar på K3.



Infostand og informationsskærme

Der kan forekomme ændringer og tilføjelser til det program, du sidder med i hånden. Hold dig opdateret via de opsatte touchscreens og storskærme rundt om på konferencen eller på vores website www.newmediadays.dk. Infostanden er placeret lige ved indgangen – her kan du altid henvende dig med praktiske og indholdsmæssige spørgsmål.

Trådløst internet

New Media Days har i samarbejde med Access A/S og Butlernetworks etableret en 100 Mbit trådløs forbindelse, som

dækker det meste af konferenceområdet. For at logge på skal du blot åbne for dine netværksforbindelser, logge på netværket "New Media Days" og indtaste den kode, du rekvirerer i infostanden. Spørg i infostanden, hvis du har problemer med at logge på. Hvis du ikke kan logge på, har vi etableret områder med faste forbindelser, som du kan koble til din computer. Derudover har Humac leveret en iMac-station, hvor du til enhver tid kan gå på nettet. Du vil også finde forlængerledninger på gulvet, så du kan oplade batteriet på din bærbare.



Husk din mobil – wapportal, bluetooth og afstemninger

Som noget nyt har vi i samarbejde med Unwire lavet en mobilportal, hvor du kan holde dig opdateret uanset, hvor du befinder dig. Tast *mobil.newmediadays.dk* i din mobilbrowser og få mulighed for at se det opdaterede program, læse nyheder samt downloade videoklip,

lydfiler og wallpapers. Ligesom sidste år vil Unwire ligeledes levere sms-teknologi til afstemningerne i løbet af konferencen. Derudover vil der blive udsendt beskeder, links til mobilportalen, videoer, lydfiler og konkurrencer ved brug af bluetooth teknologi – sponsoreret af N'volve – direkte til din mobil. Så sørg for at have Bluetooth funktionen på din mobiltelefon aktiveret under konferencen.

Send "NMD" til 1231 og modtag et direkte link til mobilportalen.

'Tag' New Media Days!

Husk at tage alle dine billeder og blogindlæg med 'NMD07', idet vi laver et link på vores website til alle relevante input fra konferencen. Læs blogindlæg på www.newmediadays.dk.

Lounge- og siddeområder

New Media Days handler ikke kun om oplæggene, men er i lige så høj grad en mulighed for at tage en snak med kolleger, konkurrenter og nye kontakter. Derfor har vi sørget for en masse områder,

hvor du kan sidde og slappe af. Så brug områderne og tag en hyggelig snak med de andre deltagere.



Rygning

Rygning er ikke tilladt i Tappehallerne under New Media Days. Al rygning skal finde sted udendørs, hvor der er opstillet en pavillon i tilfælde af regnvej.

Evalué konferencen

Mandag efter konferencen modtager du en e-mail med et evalueringsskema. Vi håber, du vil tage dig tid til at udfylde det, så vi fortsat kan udvikle og forbedre konferencen efter dine behov og ønsker.

Genoplev konferencen

En stor del af New Media Days 07 vil kunne genopleves på vores website efter konferencen. Se billeder, læs blogs og artikler, hør podcasts og se videocasts på www.newmediadays.dk. Videocasts vil ligeledes være tilgængelige på mobilportalen mobil.newmediadays.dk efter konferencen.

→ Styregruppen



Styregruppeformand
Merethe Eckhardt
Underdirektør, DR Medier



Styregruppemedlem
Jan Maagaard
Udviklingschef, DMF



Styregruppemedlem
Morten Kamper
Direktør, FDIH



Styregruppemedlem
Peter Djurup
Projektleder, FDIM



Styregruppemedlem
Holger Rosendal
Chefjurist, DDF



DR er Danmarks største og ældste elektroniske medie-virksomhed med aktiviteter indenfor radio, tv, mobil og internet. DR er en uafhængig, licensfinansieret offentligt ejet public service organisation.



DMF (Dansk Marketing Forum) er Danmarks største netværk inden for marketing, salg, reklame, medier og kommunikation.



FDIH (Foreningen for Distance- og Internethandel) er foreningen for virksomheder og organisationer, hvor internet og digital teknologi er centrale elementer.



FDIM (Foreningen af Danske InternetMedier) er brancheorganisation for de danske internetmedier. Medlemmerne tæller bl.a. Jubii, Freeway, DR, TV 2, TV3, JP/Politiken, Berlingske, Eniro og MSN.



DDF (Danske Dagblades Forening) er de danske dagblades branchepolitiske organisation og har alle dagbladene som medlemmer. DDF arbejder for de friest mulige lovmæssige og praktiske rammer, både redaktionelt og forretningsmæssigt.



Danske Mediers Forum er et samarbejde mellem syv danske medieorganisationer, DR og TV 2. Danske Mediers Forum samarbejder for fælles interesser, herunder ytrings- og informationsfrihed og andre redaktionelle, kommercielle og tekniske vilkår.

→ Tak til

Sponsorpartner



Fondsstøtte



Nordisk Film Fonden

Mediepartner



International mediepartner



New Media Days takker desuden



Dansk Data Display
- vi gør dit business klar!



Derudover tak til alle, der har bidraget med inspiration og hjælp.

En særlig tak til jer der har deltaget i kick-off arrangement, jury og programråd.

Programrådet består af Anders Lassen, Administrerende Direktør, InfoMedia // Jan Maagaard, Udviklingschef, Dansk Marketing Forum // Klaus Nyengaard, Direktør for nye medier, JP/Politikens Hus // Merethe Eckhardt, Underdirektør, DR // Morten Kamper, Direktør, FDIH // Rebecca Pruzan, Formand for programrådet.

