

# Fynske medier, uddannelser og reklamebureauer skal flytte sammen

Odenses medier, reklamebureauer, relevante uddannelser og techfirmaer skal alle samles under et, nybygget tag, hvis det står til Media City Odense, der i disse dage lancerer stor mediatechfestival.

Ida Marie Kristensen  
idmkr@jfmedier.dk

**ODENSE:** Det er store ambitioner for mediebranchen i Odense.

Især når man lytter til Anne Dyrehauge, administrerende direktør for Media City Odense, der i øjeblikket er festivalaktuelle med den nye Mediatech Festival.

Den åbnede onsdag i Dok5000 og varer til fredag.

Media City Odense blev stiftet for to år siden af Jysk Fynske Medier, TV 2 Danmark, der har hovedsæde i Odense, TV 2 Fyn og Syddansk Universitet (SDU).

Den helt store vision, udover at fortsætte med at udvide den nye Mediatech Festival, er at samle de fynske medier, medieuddannelser og private virksomheder i et stort, fælles hus - og få dem til at arbejde mere sammen.

Et koncept Odense tidligere har set med iværksættermiljøet omkring robotklyngen

- Vi håber på sigt at kunne bygge et fysisk mediehus. For der sker noget, når man mødes over kaffen. Det har vi set et helt konkret eksempel på oppe i Bergen, hvor 100+ virksomheder inden for mediebranchen har boet sammen siden 2017. Det skaber en masse synergi, hvor de ndervejs har fået et kæmpe forskningsprogram til, og universitet i Bergen har lagt tre uddannelser derud. Det har løftet niveauet og gjort journalistuddannelsen der til en af landets mest eftertragtede, fortæller administrerende direktør i Media City Odense, Anne Dyrehauge.

## Norsk inspiration

Tjener universitetet i Bergen som inspiration, eller et det målet at blive som dem?

- Helt klart inspiration, for vi kan noget andet her. Det interessante her i Odense er, at vi har kommunikations- og reklamebureauer som Kommpress og Nørgård Mik-



Odenses første Mediatech Festival starter onsdag. I kulissen står administrerende direktør hos Media City Odense, Anne Dyrehauge. Foto: Ida Marie Kristensen



Det er det, alle er bange for som det første: Smitter det kommercielle af på den uafhængige journalistik?

ANNE DYREHAUGE, ADMINISTRERENDE DIREKTØR HOS MEDIA CITY ODENSE

kelsen. Reklamebureauer og kommercielle kræfter, tror jeg også, kunne give værdi i en medieklynge, det har de ikke favnet i Bergen, siger Anne Dyrehauge og fortsætter:  
- Det er ting, vi tror, vi kan gøre bedre end dem. De ombyggede eksempelvis en eksisterende bygning, hvor vi vil skabe det helt fra bunden for ikke at skabe siloer inde i klyngen.

Kan det ikke være en farlig kombination at blande uafhængige og public service-medier med kommercielle kræfter?

- Det er det, alle er bange for som det første: Smitter det kommercielle af på den uafhængige journalistik? Der er intet fra erfaringerne i Bergen, der viser. Tværtimod så de, at medierne blev styrket, fordi de begyndte internt at konkurrere på indholdet. Det giver også mulighed for samarbejder om indhold eller techprojekter, der løfter niveauet for alle medierne. Der er meget at vinde i forhold til techgiganter, der bruger af sted. Hvis vi skal konkurrere med dem, bliver vi nødt til at

## FAKTA

### MEDIKLYNGEN MEDIA CITY ODENSE

Media City Odense er et strategisk samarbejde mellem fem fynske partnere inden for mediebranchen.

De fem partnere fra Odense er gået sammen om den fynske medieklynge, som skal danne grobund for ny udvikling, innovation og teknologisk udvikling på medieområdet. Det skal både være med til at styrke de deltagende mediehus og øge rekrutteringen til Odense på især techområdet.

Inspirationen kommer fra Bergen i Norge og Hamborg i Tyskland, hvor der er skabt lignende klynger.

Bag Media City Odense står TV 2 Danmark, Jysk Fynske Medier, TV 2 Fyn, Odense Kommune og Syddansk Universitet.

Reklamebureauet Nørgård Mikkelsen er også engageret i samarbejdet. DR Fyn har været involveret i projektet, men er ikke med i partnerskabet.

Budgettet for hvert af de første tre år er på 2,6 millioner kroner, som bl.a. skal dække løn til direktøren og hendes fuldtidsansatte samt en studentermedhjælper, der udgør Media City Odense.

JFM og TV2 Danmark betaler hver 750.000 kroner, mens Odense Kommune og SDU hver betaler 500.000 kroner af regningen. Den sidste del på 100.000 kroner betales af TV2 Fyn.

KILDE: MEDIA CITY ODENSE

bruge hinanden, ellers har vi ikke nok kræfter til rigtigt at gøre os gældende.

### Økonomi ikke afklaret

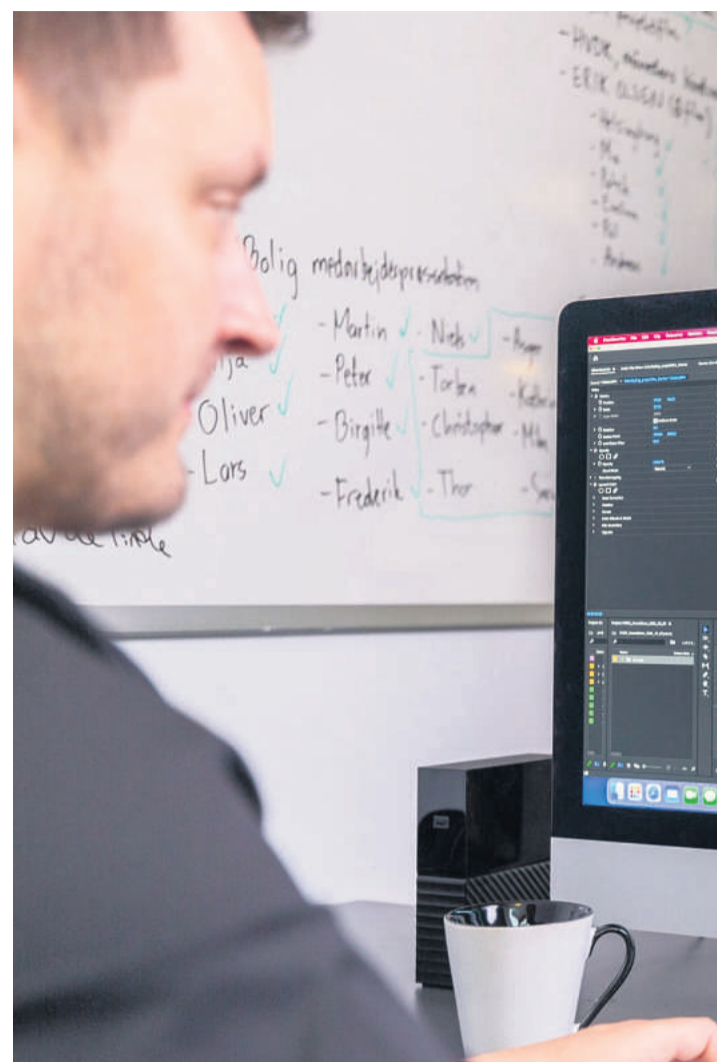
Selskabet har lige nu et budget på 2,6 millioner kroner årligt frem til 2023. Der er endnu ikke endelige planer for, hvordan det skal leve videre efterfølgende - eller hvordan byggeriet til en ny medieklynge skal finansieres.

- Vi er det lille hjerte, der banker for, at det her samarbejde kan blive stort. Vi gør alt, hvad vi kan, for at samle parterne, men vi kan ikke løfte alene. Vi har ikke pengene til byggeriet. Det kan også væ-

re en mulighed med en investor udefra i selve byggeriet. Vi håber om nogle år at kunne leve på indtægterne fra driften på for eksempel festivalen. Det skal være vores fyrtårns-event, der sætter Odense på landkortet, hvor vi mixer journalistik og tech, lyder det fra Anne Dyrehauge.

Hun vil dog ikke fortælle planerne om, hvor mediehuset skal ligge eller hvilke medier og virksomheder, der skal flytte ind.

Media City Odense har ambitioner om at have 30 medlemmer i slutningen af 2022 og mere end 50, når deres finansiering udløber.



# 850 ansatte i fynsk firma får ny ejer

Odense-virksomheden Esoft har i flere end 20 år sørget for, at billederne i ejendoms-mæglernes annoncer giver det bedste indtryk. En kapitalfond vil gøre virksomheden endnu større i udlandet.

Jesper Beenfeldt Nielsen  
jeb@fyens.dk

**ODENSE:** En af Fyns største arbejdsgivere skal have endnu flere ansatte. Det er i hvert fald planen hos kapitalfondens Polaris, der har købt Højby-virksomheden Esoft.

Trods sine mange ansatte er it-virksomheden ikke voldsomt kendt på Fyn, hvilket formentlig skyldes, at 800 af de cirka 850 medarbejdere bor og arbejder i Vietnam. Her behandler de titusindvis af billeder, som skal pynte husannoncer hos ejendoms-mæglere i en række lande.

Det er 22 år siden, at odenseaneren René Dines Hermand fik idéen til at blive underleverandør af billeder, videoer, grundplaner og meget andet til ejendoms-mæglere, som både fik en højere kvali-

tet og kunne koncentrere sig om selve salget.

Siden har virksomheden bredt sig, så den i dag leverer en lang række produkter og services til ejendoms-mæglere i Danmark og Sverige og desuden er en slags grossist på billedbehandling for virksomheder på en lang række markeder.

2021 var flere end 14,9 millioner billeder igennem virksomheden, ligesom den tegnede 316.000 grundplaner af ejendomme. Det arbejde har i mange år givet grundlag for en massiv satsning på it-deriblandt kunstig intelligens.

Esoft er foruden det danske marked også store på det svenske, det nordamerikanske og det australske boligmarked. Efter nogle års indsats i USA, er den ved at få hul igennem på markedet, der tegner meget lovende.

Det er den fremtidige