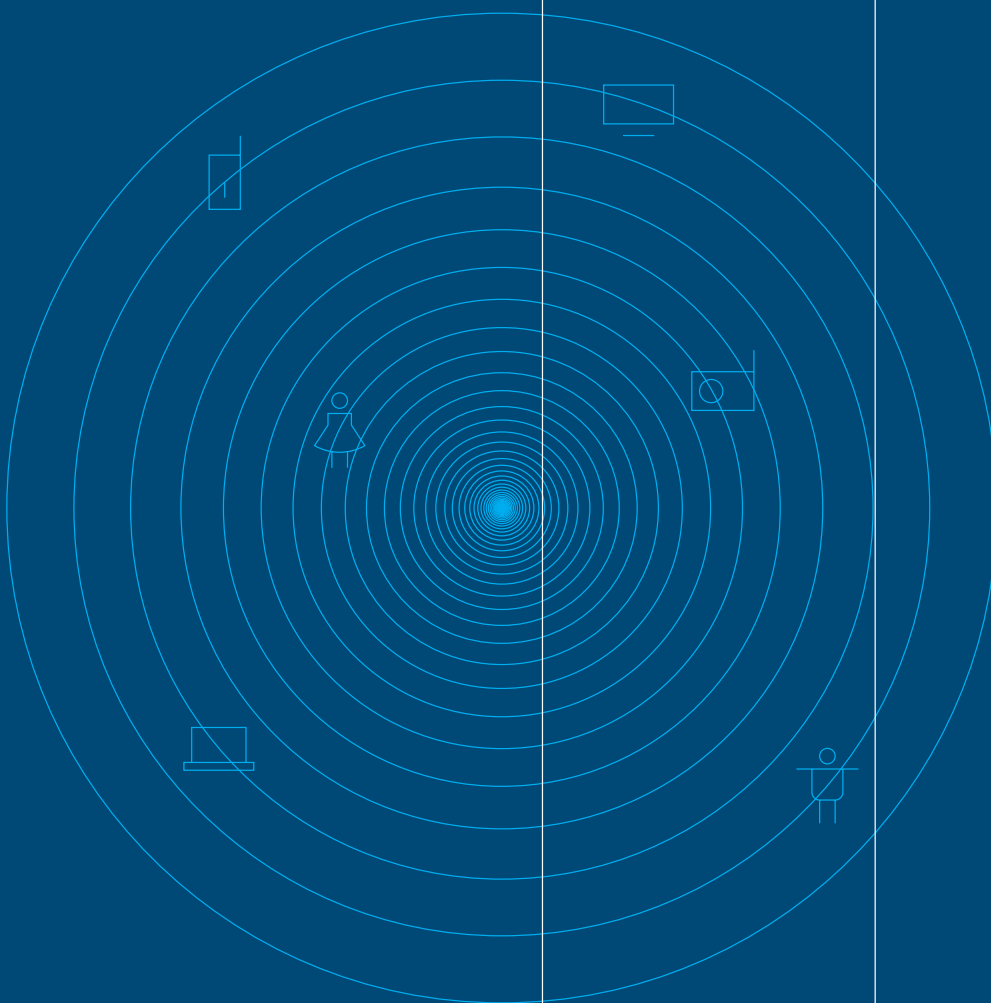
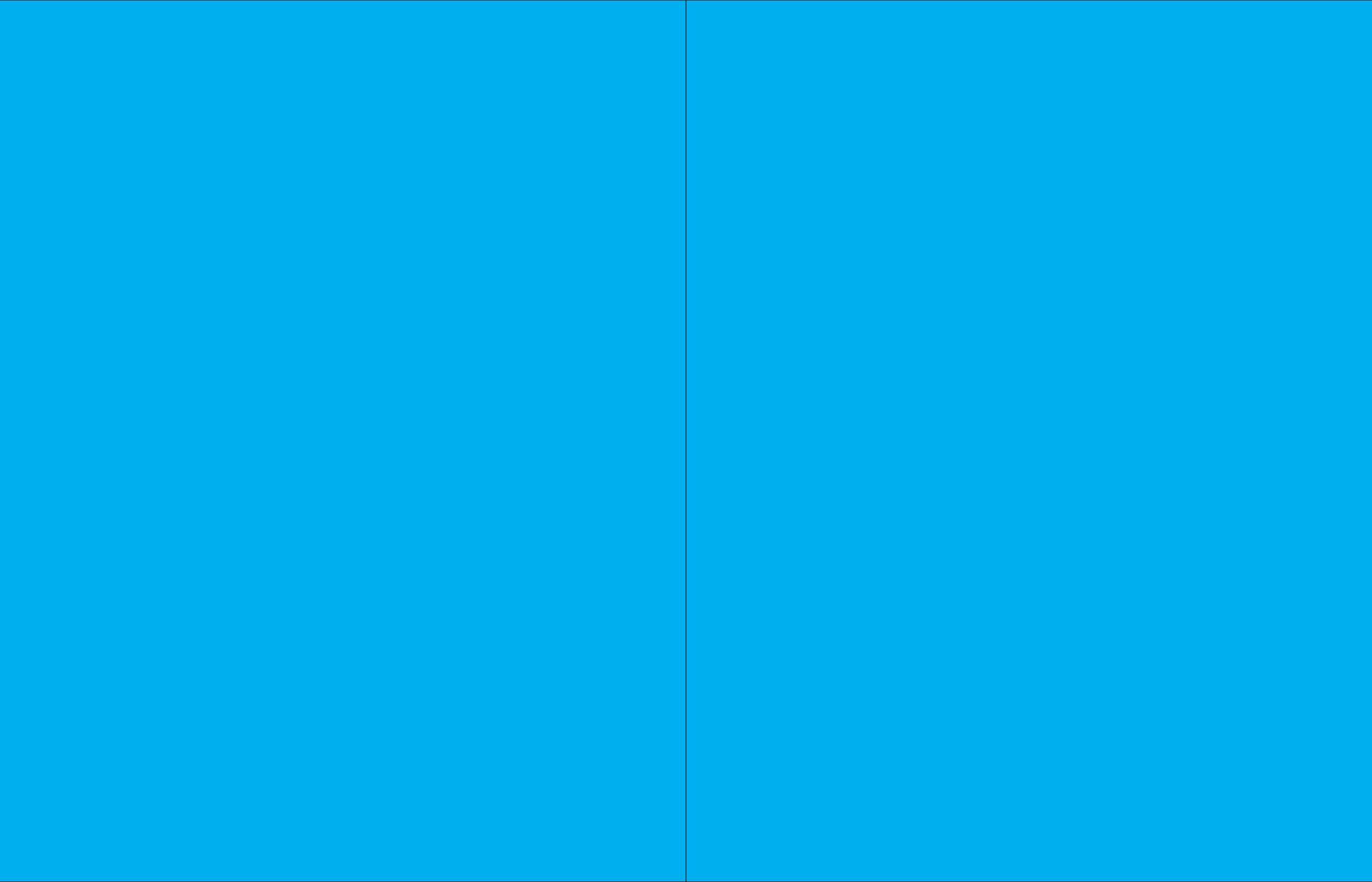


DRs MEDIEPOLITISKE UDSPIL

DR

DR – med betydning for alle danskere





DR – med betydning for alle danskere

Udgivet af

DR, november 2009

Designet af

DR Design

Trykt af

Schultz Grafisk

6 Public service er indhold

10 Resumé

12 Danske medier under pres

20 DR i konstant udvikling

26 Et åbent DR

32 Kvalitet og mangfoldighed på
fremtidens radiomarked

38 Tre forslag til en styrket indsats

48 Kompensation for udhulning af licensen

52 Rammerne for public service 2011-2014

S/6

PUBLIC SERVICE ER INDHOLD



Public service handler om indhold. Indhold som samler, udfordrer og oplyser. DR skal samle Danmark ved at fremme forståelse og skabe sammenhæng på tværs af forskelle. Vi skal udfordre Danmark ved at perspektivere verden, udfordre vanetænkning og inspirere til nytænkning. Og vi skal oplyse Danmark ved at sikre relevante informationer til danskerne, så de selv kan træffe beslutninger og handle.

Det er ambitiøst. Særligt i en global mediealder, hvor danskerne sammen med folk fra resten af verden følger indsættelsen af Barack Obama eller udviklingen i krigen i Afghanistan. Men som danskere er vi også europæere med en stærk tradition for samarbejde og en stærk historie med vores naboer. Vi er danskere som både nation og stat – hvilket ikke er alle lande forundt. Og vi er et Danmark opdelt i nye regioner, med lokale forskelle og ligheder som binder os sammen på kryds og tværs af fastland og øer.

I dette udspil til de mediepolitiske forhandlinger beskriver vi en global udvikling, som foregår lige nu, og som går stærkt. Det er en ekstremt spændende udvikling, som giver borgeren og brugeren langt større indflydelse på medierne. Alt er tilgængeligt i det globale mediemarked, kun et zap væk fra sofaen eller et klik på computeren. Det er en

udvikling, der fascinerer – men det er også en udvikling, som i høj grad sætter danskproduceret indhold under pres.

Tydeligst er den internationale udfordring måske på børneområdet, hvor de mange udenlandske børnekanaler i 2008 for første gang havde fat i en større andel af børnene end DR TV. Et andet eksempel er væksten i antallet af udenlandske tv-kanaler med udenlandsk indhold. Det bevirker, at danskproduceret tv-indhold udgør en stadig mindre del af det samlede indholdsudbud.

Som et lille land – og ikke mindst et meget lille sprogområde, skal vi tænke kreativt med udviklingen. DR har allerede gjort meget for at møde udfordringerne, men der er et behov for aktivt at styrke public service-indhold. I vores konkrete udspil til de kommende forhandlinger, foreslår vi derfor tre områder, hvor DRs indsats med stor effekt vil kunne styrkes til glæde og gavn for borgerne:

- Styrket nyhedsdækning regionalt, internationalt og for unge.
- Investeringer i HD-teknologi, så DR kan vise indkøbte og egenproducerede programmer i HD-kvalitet.
- Formidling af danmarkshistorien med tv-drama

I lyset af den globale medieudvikling er der – efter vores opfattelse – mere end nogen sinde før brug for et DR, der formår at skabe indhold til danskerne, som har betydning, og som perspektiverer verdens og dagens gang.

Det er en opgave, som vi i dag løser med et tvedelt fokus. På den ene side skaber vi indhold, som ikke skabes af andre, som f.eks. kvalitetsdrama, vores orkestre og kor, de seriøse debatmagasiner på radio og tv og synstolkning af DRs søndagsdrama. På den anden side har vi fokus på at kunne samle hele Danmark på tværs af indkomstgrupper, aldersklasser og geografi med brede programmer på DR1, P3 og P4. Kun hvis vi har bredt fat i danskerne, kan vi konstant blive ved med at udfordre og oplyse med succes og have betydning for alle danskere.

Tilsvarende kan DR også bidrage til, at andre medie- og kulturinstitutioner udvikles og styrkes, når DR går forrest med udbredelsen af nye teknologier, opdyrker og prioriterer nye stofområder og formater, samt når vi samarbejder med andre aktører. Åbenhed og samarbejde har været afgørende for DRs virke og vil i den kommende forligsperiode blive en endnu større prioritet for DR. For selv om DR er en af de væsentligste aktører

på det danske mediemarked, er DR afhængig af de øvrige medier, de danske kulturinstitutioner og dansk musikliv, for nu bare at nævne nogle.

DRs medieudspil handler først og fremmest om dansk indhold. Udspillet handler også om åbenhed og samarbejde med alle andre, som er med til at skabe dansk indhold. På den måde tror vi, at danskerne får størst gavn af DR.

Michael Christiansen
Bestyrelsesformand

Kenneth Plummer
Generaldirektør

Danske medier er under pres, og dermed udfordres dansk indhold. Den økonomiske krise spiller naturligvis en rolle, men udfordringerne startede før krisen og vil vare ved længe efter, at krisen er aftaget.

DR følger med tiden og udvikler sig løbende. Alligevel vil DR og dansk public service komme under et tiltagende pres i de kommende år.

Derfor opfordrer DR til, at dansk indhold styrkes i næste medieforlig.

DR vil søsætte en række projekter, som kan åbne DR og understøtte et tættere samarbejde mellem DR og aktører inden for kultur, medier og videnskab. DR vil arbejde for åbenhed på særligt fem områder:

- Øgede partnerskaber med aktører inden for kultur, medier og videnskab
- Dialogen og samspillet med lyttere, seere og brugere skal styrkes
- Pilotprojekt: DR Klip – En tjeneste, som kan gøre det muligt at se klip fra visse af DRs programmer på andre hjemmesider end DRs egne til ikke-kommerciel brug.
- Pilotprojekt: DR Update på andre mediers hjemmesider.
- Pilotprojekt: Bred adgang til dr.dk/skole, som rummer over 25.000 klip fra DRs arkiver, tematiseret omkring fag og emner i undervisningen.

DR foreslår, at der investeres i kvalitet og mangfoldighed på fremtidens radiomarked gennem en helhjetet satsning på DAB. Det kan ske ved, at linjerne fra radioforliget af 9. juni 2009 videreføres, så DR får mulighed for at bibeholde og videreudvikle fire målrettede FM-kanaler. Vælges et udbud af den fjerde landsdækkende kanal, ønsker DR at udbuddet gennemføres som en skønheds-konkurrence med DR som deltager.

DR anbefaler at styrke og udvikle tre områder:

- Forslag 1: Styrket nyhedsdækning regionalt, til de unge og af det internationale stof
- Forslag 2: Investeringer i HD-teknologi
- Forslag 3: Formidling af danmarkshistorien med tv-drama

Desuden foreslår DR, at der tages stilling til en række uafklarede forhold fra tillægsaftaler til medieforliget for 2007-2010 samt at DRs ramme- og styringsmæssige forhold opdateres, så de på en tidssvarende vis giver DR fleksibilitet under hensyntagen til andre aktører.

DANSKE MEDIER UNDER PRES

S/12

S/13

I takt med at medieverdenen er blevet global, er der mere end nogen sinde brug for DR og andre danske medier.

Fremtiden byder på mere fragmentering, internationalisering og en hastig teknologisk udvikling.

Danske medier er under pres og dermed dansk indhold. Det gælder både trykte og elektroniske medier. Det gælder både DR og andre medier med rod i Danmark. Den aktuelle økonomiske krise spiller naturligvis en rolle, men udfordringerne startede før krisen og er kommet for at blive.

Særligt fragmenteringen, internationaliseringen og den hastige teknologiske udvikling har stor betydning. Hver for sig og sammen er disse tendenser med til fundamentalt at ændre det mediebillede, som vi kendte for bare få år siden. Det bliver ganske enkelt sværere at sikre et mangfoldigt udbud af nyheder, information og underholdning, der formidles med afsæt i dansk kultur og tradition.

Udfordringen er dobbelt. På den ene side giver internationaliseringen et stigende behov for, at der er stærke danske medier, der kan formidle med et dansk perspektiv. På den anden side presser den samme internationalisering og den teknologiske udvikling de danske medier.

Danskerne har fået flere valgmuligheder

Udviklingen har som fælles resultat, at det er blevet vanskeligere at nå danskerne med dansk kvalitet:

- Fragmenteringen giver et meget spredt medieforbrug og presser de store fællesskaber
- Danskerne søger mod internationale medieaktører, som fylder mere og mere i Danmark
- Den teknologiske udvikling flytter brugere til nye platforme

Fragmenteringen giver et meget spredt medieforbrug

Danskernes medieforbrug spredes – både ud på flere og flere leverandører og på flere og flere medier.

Dermed bliver der færre fælles oplevelser, som samler danskerne. Og samtidig bliver der større krav om at lave specialiserede produkter, der rammer særlige målgrupper. Fragmenteringen ses for eksempel ved disse forhold:

- For blot få år siden var nyhedsudsendelserne på radio og tv centrale omdrejningspunkter, som store dele af befolkningen fulgte. I dag udkommer der nyheder døgnet rundt på mange forskellige platforme og fra mange forskellige

leverandører.

- Sendetiden på danske tv-stationer er 10-doblet siden 1993.
- De seneste ti år er antallet af tv-programmer, der kan samle mere end en million seere, mere end halveret.
- For unge mellem 15 og 20 år er brugen af internettet næsten lige så stor som brugen af tv.

Fragmenteringen skyldes blandt andet et dynamisk marked, hvor nye programmer og tjenester spredes lynhurtigt, hvis en tilstrækkelig stor gruppe er med. Dermed er det i høj grad brugerne – og ikke medieudbydere – der bestemmer, hvilke tilbud der kan vinde frem.

Danskerne søger mod stadig større internationale medier

De internationale medier har for alvor fået fat i danskerne. Danmark er et lille sprogområde, og mange danskere er internationalt orienterede og har gode engelskkundskaber, ligesom de er gode til at tage nye medier ombord.

Det er naturligvis positivt, og de nye tider rummer også mange fordele og mange muligheder for danskerne. Men for danske medier bliver det vanskeligere at nå seerne, lytterne og læserne:

- I dag er der flere børn mellem 3 og 10 år, der ser internationale kanaler som Disney og Cartoon Network end børnefjernsyn på DR.
- Udenlandske aktører som YouTube, Facebook, eBay og Google har på rekordtid positioneret sig som storaktører af danskernes medietid og danske annoncekroner.
- Set over en årrække er danskprocenterne på de tone-

angivende tv-kanaler faldende.

- Antallet af udenlandske nichekanaler er steget hurtigt. Siden 2004 har danskerne fået 3 Puls, Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, Canal 9 og en række andre nye kanaler.
- Danskernes to store tv-fællesskaber, DR1 og TV 2, har mistet adskillige seer-andele til de udenlandske kanaler de senere år. Og udviklingen vil tage til med overgangen til digitalt tv.

Den teknologiske udvikling flytter brugerne til nye platforme

De nye medier er ikke længere en abstrakt størrelse, men ganske konkret på fire felter: Et lynhurtigt internet. En digitalisering af radio og tv. Medieindhold, der er tilgængeligt on demand. En række nye muligheder for at bruge medierne på farten.

Den teknologiske udvikling har altså skabt en række nye platforme, som brugerne er begyndt at tage til sig:

- Ni ud af ti danskere har adgang til internet i hjemmet, mens over 40 pct. har bredbåndsadgang.
- Mobile tjenester er meget udbredte, og der findes i dag en DAB-radio i mere end hvert tredje danske hjem.
- Mediekonvergens betyder, at medierne i stigende grad smelter sammen. Snart vil

tv være en central platform for internettet.

- Tusindvis af radiokanaler er tilgængelige for alle danskere, hvis man vælger at lytte til radio over internettet.
- Stigende hardware-omkostninger, eksploderende mængder af data og voksende omkostninger til administrering af arkiverne betyder generelt for alle virksomheder, at teknologi som udgiftspost fylder stadig mere af det samlede budget. For medievirksomheder er tendensen særlig udtalt.

Den teknologiske udvikling skaber ikke blot nye platforme, men også et væld af nye udbydere, fordi det er blevet væsentligt billigere at drive medier.

De gamle medier presses af den teknologiske udvikling på flere felter. Dels flytter brugerne til nye platforme, dels skal de gamle medier selv investere i udviklingen af de nye platforme, og dels skal der nu produceres indhold til både nye og gamle platforme.

En hurtig og uforudsigelig udvikling

De seneste fire år er der sket en både hastig og uforudsigelig udvikling. Faktisk var mange af nutidens mest populære medietilbud helt eller delvist ukendte op til det nuværende medieforlig. Det gælder for eksempel YouTube, Facebook og Twitter, som i dag fylder meget i danskernes medieforbrug.

Det gælder også podcasting, hvor brugerne downloader et radioprogram og hører det, når de selv har lyst. Det er et tilbud, som så dagens lys i 2004. Siden er brugernes ønske om at høre, når og hvor de vil, kun vokset, og udbuddet fra danske og internationale aktører er fulgt med.

Det er også nyt, at virksomheder og institutioner er begyndt at producere og udsende tv-udsendelser selv – faktisk tilhører det mest moderne tv-studie i Danmark en bank.

I de seneste år er udviklingen gået hurtigt, og det har været vanskeligt at forudse, hvad der ville komme af nye tilbud, og hvordan danskerne ville tage imod dem.

Endnu kun toppen af isbjerget

Selvom der er sket meget, har vi faktisk endnu kun set toppen af isbjerget. I de kommende år vil der komme endnu større forandringer.

Et eksempel på dette er brugen af mobiltelefoner og andre former for minicomputere til at modtage indhold alle steder og på alle tider af døgnet. Det vil helt radikalt komme til at ændre danskernes brug af medier, og hvis der ikke bliver leveret dansk kvalitetsindhold til de nye medier, så er andre udbydere klar til at overtage de danske mediebrugere.

Andre eksempler er sammensmeltningen af tv og nettet og digitaliseringen af radio. Det vil give danskerne tusindvis af tv- og radiokanaler at vælge mellem, og de relativt få danske kanaler kommer til at stå over for en ufattelig konkurrence.

Det er ikke en fremtid, der venter langt ude i horisonten, men den virkelighed som danske medier snart står midt i.

Derfor er det vigtigt, at både DR og andre medier får rammebetingelser, der gør det muligt at begå sig i den nye verden. Ellers overlades danskerne til internationale udbydere, der leverer på andre sprog end dansk og uden interesse for dansk kultur, historie og begivenheder i Danmark.

DR har forståelse for, at danske kommercielle aktører også presses af udviklingen – særligt på radio og nettet. Det er DRs opfattelse, at danske medier har en fælles interesse i, at såvel public service-medier som kommercielle medier er sunde. Det skyldes ikke hensynet til medierne selv, men hensynet til danskerne, som uden sunde danske medier fremover vil mangle leverandører af dansk indhold med betydning. Uanset om medierne er forankret i public service eller markedet, mener DR således ikke, at det vil være hensigtsmæssigt at svække grundforsyningen af dansk kvalitetsindhold på tv, radio og net.

På baggrund af de udfordringer, som danske medier står overfor, er der derfor mere end nogen sinde før behov for et stærkt dansk public service-alternativ til de udenlandske aktører. DR er som den største public service-aktør et helt afgørende fundament for demokratiet på medieområdet. Ingen andre sikrer i samme grad, at alle kommer til orde, og at der føres en kritisk samtale mellem samfundets grupper og de politikere, som repræsenterer danskerne. Forudsætningen for at DR kan spille denne rolle er, at DR når bredt ud til alle danskere. Ellers er det kun udvalgte grupper, som deltager i den nationale samtale og dermed begrænses demokratiet.

DR I KONSTANT UDVIKLING

S/20

S/21



DR har i de sidste mange år sat brugerne i centrum og følger med tiden ved at investere i nyt dansk og udenlandsk indhold, nye kanaler og ny teknologi for fortsat at kunne nå ud til alle danskere med public service-indhold.

DR har gennem de senere år gennemført en omfattende organisationsforandring, der bedre matcher tidens udfordringer. Samtidig har DR med den omfattende spareplan fra 2007 allerede gennemlevet sin egen finanskriser, som betød årlige besparelser på næsten 300 mio. kroner og nedlæggelse af mere end 500 stillinger. Fokus i den samlede omstillingsproces har været at omlægge organisationen, så brugerne nu i langt højere grad er i centrum for hele DRs arbejde. Det har givet succes på flere områder.

Blandt andet opnåede DR TV i 2008 den hidtil mest positive måling i befolkningens opfattelse af programkvaliteten. Befolkningen vurderer også, at DR generelt er landets mest troværdige medievirksomhed og nyhedsformidler.

Succesen ses også ved, at DR har formået – som det eneste medie i Danmark – at have relevans for alle danskere. I dag bruger 97 pct. af alle danskere DR på tværs af platforme i en given uge. Ved det nyligt afviklede valg til Europaparlamentet lykkedes det DR at være i kontakt med over 65 pct. af de lavtlønnede og mere end halvdelen af de yngre vælgere. I modsætning hertil står de danske dagblade, som i stigende grad bliver elitemedier for særlige målgrupper. Dagbladene nåede ca. 25 pct. af de lavtlønnede og unge op til europaparlamentsvalget.

I en kombination af ny organisering, bedre økonomistyring og anvendelse af ny teknologi har DR både været i stand til at øge produktiviteten med et reduceret antal medarbejdere: Eksempelvis er antallet af førstegangs tv-sendetimer på DR1 og DR2 steget fra 5.131 til 5.474 fra 2005 til 2008.

Ændrede vilkår for public service

Bølgerne af nye forandringer i medieverden vil imidlertid fortsætte de kommende år. Det stiller krav til DR om konstant at være i udvikling. I den sammenhæng har DR fokus på at følge og holde på seerne, lytterne og brugerne, samtidig med at DR er opmærksom på udgifter til rettigheder og teknologi. Udfordringerne kommer til udtryk på flere måder, som DR skal kunne håndtere for at bevare sin betydning for danskerne:

- De store kanaler er under pres. Hvor seerne i 2003 brugte i gennemsnit 34 pct. af deres tv-tid på at se DR1, er tallet i dag faldet til 27 pct. Faldet forventes at fortsætte.
- Det analoge sendenet er lukket den 1. november. Erfaringer fra Sverige viser, at den nationale public service-station mister mange seere ved overgangen, fordi seerne får adgang til langt flere kanaler hjemme i stuen. Der må forventes et væsentligt fald i seerandel for DR.
- Medieforbruget på nettet er fragmenteret. I 2008 brugte danskerne eksempelvis kun ca. 1 pct. af deres tid på internettet på dr.dk. Samtidig har de udenlandske aktører Google, YouTube og Facebook enorm succes og står tilsammen for mere end 25 pct. af danskernes tidsforbrug på nettet.
- DR skal bruge en stadig større andel af

budgettet på udgifter til teknologi, og flere penge på rettigheder, hvis der fortsat skal leveres public service til alle danskere. Dermed bliver der færre ressourcer til andre public service-opgaver.

- Kapitalstærke udenlandske aktører har med årene presset rettighedspriserne på f.eks. sport, film og store kulturbegivenheder så højt op, at DR og andre mindre medieaktører ikke kan være med. Konsekvensen er, at det bliver sværere at skabe de store fællesskaber.
- Computerhardwares effektivitet bliver fordoblet hvert år. Resultatet er, at det, der var nyt i går, nemt er forældet i morgen, og der skal hele tiden investeres i nyt udstyr for at følge med.
- Udviklingen stiller krav om mere administration og vedligeholdelse. F.eks. føjes der hver dag flere end 2000 video- og lydclip til DRs mediearkiv, hvilket er mere end dobbelt så meget som for bare et år siden. Dermed stiger omkostningerne til drift og investeringer i ny kapacitet nærmest dagligt.

MANGE TILBUD TIL DANSKERNE

DR arbejder konstant på at håndtere de fundamentale udfordringer til gavn for vores brugere og med afsæt i den gældende medieaftale og public service-kontrakt.

S/24

Derfor har DR blandt andet styrket og fortsat indsatsen på disse områder:

Nye tilbud til børn

Der er en eksplosion i antallet af udenlandske børnekanaler, som trækker børnene væk fra DR. Derfor har DR blandt andet udviklet børnekanalen DR Ramasjang og investeret i udviklingen af stærke børneuniverser på dr.dk. Samtidig er der investeret i stærke danske koncepter som "Mille" og "Max".

De fælles oplevelser

De mest attraktive rettigheder – eksempelvis til store sportsbegivenheder – bliver stadig dyrere, og det bliver stadig sværere at samle danskerne om fælles oplevelser. Derfor har DR prioriteret en række store produktioner inden for drama og underholdning – for eksempel dramaserien "Sommer", "Forbrydelsen" og "Livvagterne".

Kultur, oplysninger og debat

De private medieaktører fokuserer i stort omfang på let underholdning. DR prioriterer anderledes, selv om sendefladen også indeholder underholdning. Eksempelvis er cirka 25 pct. af udsendelserne på DR TV kultur- og oplysningsprogrammer, og i 2008 viste DR TV ikke mindre end 1.076 timer med aktualitet og debat – vel at mærke førstegangsudsendelser. DR har også investeret i den ny digitale kanal DR K.

S/25

Nye medier prioriteres højt

En stigende del af medieforbruget flyttes fra traditionelle til nye platforme, samtidig med at de forskellige medier er på vej til at smelte sammen. Derfor har DR prioriteret nye medier, herunder dr.dk gennem en række initiativer – ikke mindst DR Update, der serverer hurtige og aktuelle nyheder døgnet rundt.

Et vindue for danske kunstnere

Der er kun plads til de største og mest kendte kunstnere hos de kommercielle kanaler. DR prioriterer danske kunstnere. Alene når det gælder nyudgivelser i Danmark spiller DR musik fra mere end tre ud af fire af alle nyudgivelser hvert år. Dermed får nye og ukendte kunstnere et vindue til danskerne. Til sammenligning spiller de kommercielle radiostationer 3 pct. Andelen af dansk komponeret musik er desuden stigende på DRs radiokanaler, hvor P2 spiller 28 pct. dansk musik, P3 35 pct. og P4 hele 48 pct. Til sammenligning har de kommercielle radiostationer typisk en tilsvarende andel på ca. 20 pct.

Koncerthuset løfter den klassiske musik

Med åbningen af Koncerthuset og dets fire sale, har DR givet særligt den klassiske musik ny luft under vingerne. I 2009-2010 sæsonen vil DR Symfoniorkestret give mere end 75 koncerter i huset. En stor del af koncerterne kan følges på DRs andre medier, ikke mindst P2, DR2 og DR K.



S/26

S/27

ET ÅBENT DR

Allerede i dag har DR et stærkt samarbejde med eksterne organisationer og virksomheder. Således sender DR godt 1,5 mia. af licenskronerne videre til eksterne parter, som rettighedshavere, teknologi- og serviceleverandører.

DR vil fortsat samarbejde med mange forskellige aktører og invitere til endnu mere åbenhed. Det skal blandt andet ske mellem DR og organisationer inden for f.eks. kultur, medier og videnskab.

DR vil samtidig styrke dialogen med brugerne og søsætte en række pilotprojekter, som kan muliggøre, at DRs indhold kommer flere til gode.

DR tror på, at der er et stort potentiale i samarbejder og partnerskaber med andre organisationer med forankring i kultur, medier og videnskab. På den måde kan DRs indhold komme flest mulige til gode.

Samtidig lægger DR stor vægt på, at der er en god dialog med DRs brugere i hele landet, så danskerne får bedre muligheder for at spille sammen med DR om både de enkelte programmer og mere generelle spørgsmål.

DR ønsker desuden, at DRs indhold skal komme flest muligt til gavn. For danskerne giver det bedre adgang til DRs ydelser. For samarbejdspartnerne giver det indhold og mere trafik på egne hjemmesider.

DR vil i første omgang arbejde på en række pilotprojekter. Målet er at styrke DRs rolle for danskerne og det danske samfund ved at række ud og bygge tættere relationer til både den enkelte dansker og institutionelle og kommercielle aktører.

I det omfang de nævnte pilotprojekter er meningsfulde og udbytterige, vil DR gøre dem længerevarende. En forudsætning er i den forbindelse, at nye tjenester – hvis den nye tjeneste er et større sammenhængende, konkret initiativ, der ikke allerede er pålagt DR i medfør af public service-kontrakten

– kan passere gældende værditest. Pilotprojekterne forudsætter desuden en afklaring af en række rettighedsmæssige forhold.

Konkret vil DR foreslå, at der i perioden 2011-2014 arbejdes med en række fokusområder og pilotprojekter, der kan styrke samarbejde og åbenhed:

Øgede partnerskaber med aktører inden for kultur, medier og videnskab

DR vil række hånden ud til organisationer inden for særligt kultur, medier og videnskab for at etablere mere samarbejde. Det giver mulighed for at skabe helt nye tjenester og tilbud til danskerne.

Konkret vil DR derfor hvert år etablere større samarbejdsprojekter med en række kultur- og vidensorganisationer, sådan som DR allerede i dag samarbejder med blandt andet Det Kongelige Bibliotek og Aalborg Bibliotek.

Styrket dialog med lyttere, seere og brugere

DR ønsker at få en tættere viden om danskernes verden og deres forventninger og ønsker til DR.

Konkret vil DR derfor etablere nye dialogværktøjer, som kan smidiggøre og forbedre danskernes mulighed for at komme i dialog med DR.

Pilotprojekt: DR Klip

Pilotprojektet skal gøre det muligt at se klip fra visse af DRs programmer på andre hjemmesider end DRs egne. Det kunne f.eks. være klip fra DR Update, Pirat TV, Aftenshowet mv.

Konkret vil DR stille klippene til rådighed for andre, f.eks. organisationer inden for kultur, medier og videnskab til ikke-kommerciel brug. På den måde tilføres disse organisationer noget værdifuldt indhold, samtidig med at det licensbetalte indhold når ud til flere.

Tilrådighedsstillelsen skal ske på en måde, så DR kan fastholde den fulde redaktionelle kontrol over det tilgængelige materiale.

Pilotprojekt: DR Update på andre mediers hjemmesider

DR vil undersøge mulighederne for at etablere en model, som gør det muligt at indlejre DR Update på andre mediers hjemmesider. DR Updates levende billeder kan på den vis bidrage til at styrke andre mediers hjemmesider med public service-indhold.

De involverede medier skal kunne indgå aftale herom på fornuftige økonomiske vilkår, så indlejringen af DR Update ikke bliver økonomisk urealistisk, men samtidig også respekterer de rettighedsmæssige aspekter, der vil være ved modellen.

Pilotprojekt: Bred adgang til dr.dk/skole

DR har i samarbejde med Undervisningsministeriet opbygget et unikt undervisningstilbud på dr.dk/skole og dr.dk/gymnasium.

Tilbuddet består af over 25.000 klip fra DRs arkiver, tematiseret omkring fag og emner i undervisningen.

Tilbuddet har hidtil været målrettet skoler og gymnasier. DR påtænker et pilotprojekt, der åbner tilbuddet yderligere op, så alle borgere tilbydes adgang til dette indhold. Det indebærer, at også øvrige uddannelsesorganisationer – f.eks. faglige ungdomsuddannelser vil kunne gøre brug af indholdet, hvis pilotprojektet kan realiseres.

Pilotprojektet vil give alle danskere adgang til helt unik viden om vores fortid og nutid, og det vil være et moderne og markant bidrag til DRs indsats inden for engagerende folkeoplysning.

KVALITET OG MANGFOLDIGHED PÅ FREMTIDENS RADIOMARKED



En helhjertet og visionær satsning på digital radio

I takt med den teknologiske udvikling og udbredelsen af bl.a. internetradioernes tusindvis af radiokanaler, vil lytterne opleve langt større valgfrihed og kunne finde små nichekanaler, som tilfredsstiller netop deres personlige lyttebehov. Samtidig vil der i løbet af forligsperioden blive udviklet en række tillægstjenester i form af tekst og billeder, som vil udvide radiooplevelsen. Trods den stigende pluralisme er der fortsat et potentiale på det danske radiomarked, som ikke er blevet forløst. Det skyldes hovedsageligt begrænset konkurrence på indhold - og særligt på grund af fraværet af en konkurrence på dansk indhold.

Her vurderer DR, at DAB er en helt central del af løsningen. Med den markant øgede kapacitet, som en satsning på DAB kan medføre, vil hele det danske radiomarked få mulighed for at udfolde sig. Det vil skabe kvalitet og mangfoldighed på flere niveauer til gavn for den enkelte lytter, markedet og samfundet som helhed. DAB vil derfor være en rigtig satsning, fordi der vil blive plads til langt flere konkurrerende aktører på DAB, end der er i dag på FM. Desuden vil den væsentligt øgede kapacitet på DAB også give mulighed for langt mere alsidigt udbud af indhold.

Foruden forbedret kvalitet og øget mang-

foldighed på et DAB-baseret radiomarked, besidder DAB-radio også væsentlige fordele i forhold til internetradio. Det gælder særligt i forhold til evnerne til at opretholde beredskabsforpligtelsen effektivt. I forbindelse med terrorangrebene i USA i 2001 så man, hvordan både mobilnet og internet gik i sort på få sekunder. DAB giver et anderledes og langt mere stabilt net for radioudsendelse. Samtidig er DAB-radio i sin form ikke så fragmenteret i indholdet, som internetradio, hvilket giver DAB et fortrin i form af et stærkere annoncepotentiale og dermed en større kommerciel værdi.

Med indgåelsen af tillægsaftalen til medieforliget om radiomarkedets fremtid af 9. juni 2009, er løsningen på problemet rykket nærmere. Det ligger fast, at radiomediet i Danmark bliver digitaliseret, og det giver mulighed for en styrkelse af radiomediet og af radiomarkedet, hvilket først og fremmest er til glæde for brugerne.

DR forventer at lytningen via DAB ved slutningen af den kommende medieforligsperiode kan nå et omfang, der er sammenligneligt med FM. DR foreslår derfor følgende:

- At der fastsættes en dato for lukning af FM, så alle kan begynde at indrette sig efter de nye tider. Slukningen bør foretages hurtigst muligt og senest i 2015.
- At der hurtigst muligt gennemføres en informationskampagne for at få bilproducenter og importører til at montere DAB-radioer i nye biler.

På sigt har DR kun én MUX på DAB med plads til cirka 10 kanaler. Den planlagte overgang til DAB+ vil give mulighed

for 20 kanaler pr. MUX. Hvis DR skal forblive relevant for alle danskere, er det afgørende, at der skabes handlefrihed til at tilrettelægge indhold på kanalerne, herunder afprøvning af nye indholdsformater og åbning og lukning af enkeltkanaler.

Fire public service-radiokanaler giver kvalitet og mangfoldighed

Siden DR fik sendetilladelsen til den fjerde landsdækkende radiokanal, har DR arbejdet på at målrette og raffinere radiokanalerne, så de hver især udgør et markant tilbud med betydning for deres lyttergruppe. Processen har foreløbigt resulteret i, at hver kanal har en ganske rendyrket profil, som i kombination med de øvrige DR-radiokanaler giver en stærk blanding af bredt og smalt public service-indhold:

- P1 er kanalen med fokus på nyheder, debat og samfundsstof
- P2 er kanalen med fokus på klassisk musik, jazz og kultur.
- P3 er kanalen med fokus på det nye – herunder ikke mindst de nye danske kunstnere.
- P4 er kanalen der kombinerer en stærk regional dækning med landsdækkende radio.

DRs radiokanaler er unikke på flere områder i forhold til det øvrige radiomarked. Ikke mindst på musikområdet. Alene når det gælder nyudgivelser spiller DR musik fra mere end tre ud af fire af alle nyudgivelser i Danmark hvert år. Til sammenligning spiller de kommercielle radiostationer 3 pct. En anden klar forskel er andelen af danskkomponeret musik, hvor DR med danskprocenter på mellem 28 og 48 spiller langt mere dansk musik

end de kommercielle stationer. Dermed får dansk musik og særligt nye danske kunstnere langt bedre udfoldelsesmuligheder på DRs kanaler end nogen kommerciel station.

En anden fundamental forskel er indholdet og de genrer, som fylder fladerne. Samfund, debat, kultur, klassisk musik, jazz og portræt- og aktualitetsprogrammer af en høj kvalitet er indhold og genrer, som ikke findes andre steder.

På den baggrund vil DR finde det uhensigtsmæssigt, hvis DRs FM-kapacitet reduceres. Det vil uvægerligt betyde, at det nuværende public service-udbud på FM reduceres. Det smalle indhold, prioriteringen af dansk musik og den brede kvalitetsradio vil blive svækket. Eksempelvis vil DR have ringere muligheder for at give alle danskere adgang til Koncerthusets mange koncerter via radioen.

DR foreslår derfor, at DR får mulighed for at bibeholde sendetilladelsen for den fjerde landsdækkende radiokanal i overgangsperioden frem til et analogt sluk på radio. Ved senest at gennemføre et analogt sluk på radio i 2015 rykker den digitale fremtid nærmere og dermed også den øgede kvalitet og mangfoldighed på det danske radiomarked, som DAB-teknologien kan bibringe.

Gennemføres et udbud af den fjerde landsdækkende FM-kanal foreslår DR endvidere, at det gøres som en skønhedskonkurrence, hvor DR får adgang til at deltage. Får DR også fremadrettet mulighed for at råde over fire FM-kanaler, vil DR rendyrke P2 som et univers for klassisk musik, som de mere end 400.000 ugentlige lyttere

allerede i dag værdsætter. Samtidig vil det give mulighed for en forbedring af P1 - samfunds- og debatradioen.

TRE FORSLAG TIL EN STYRKET INDSATS

S/38

S/39



Formidling af væsentlige og troværdige nyheder er selve kernen i samfundets demokratiske debat og står derfor centralt i DRs public service-rolle. Derfor står det også centralt i DRs mediepolitiske udspil. Tildeles DR nye midler, vil DR skabe bedre regionale nyheder, nyheder målrettet de unge samt en styrket udlandsdækning med et dansk perspektiv. Desuden anbefaler DR, at der investeres i HD-teknologi samt i en historisk dramaserie.

DR har valgt at fokusere på disse tre områder, fordi DR skal være noget for alle danskere. Det er afgørende, at DR følger med tiden og løbende styrker indsatsen på områder, hvor der er særlige behov. Ved at investere i styrket nyhedsdækning, HD-teknologi samt en historisk dramaserie, vurderer DR, at danskerne som individer og som samfund vil få en mærkbart bedre public service-oplevelse.

1. Styrket nyhedsdækning

- Bedre regional dækning
- Satsning på nyheder til unge
- Stærkere international dækning

2. Investeringer i HD-teknologi

- Public service i HD-kvalitet til alle danskere

3. Formidling af danmarkshistorien med tv-drama

- Oplysende historisk dansk dramaserie

1

Styrket nyhedsdækning

Ændringer i medievaner, teknologi og betalingsvillighed giver voldsomme udfordringer for traditionelle medieudbydere over hele kloden. For DR betyder det, at vores opgave og rolle ændres. Danskernes ændrede medievaner giver også samtidig DR et ekstra ansvar og store muligheder for at være til gavn for danskerne.

Danskerne modtager nyheder fra mange forskellige parter med mange forskellige interesser – blandt andet ser vi i stigende grad, at virksomheder som Jyske Bank, Mærsk og andre laver direkte formidling af nyheder.

DR har som public service-institution en afgørende rolle som formidler af nyheder, der er troværdige, professionelle og upartiske – og hvor der er en god balance mellem det hurtige og det perspektiverende. Det er vigtigt, at netop DR prioriterer nyheder såvel lokalt som nationalt og globalt, ligesom det er afgørende, at DR får nyheder og perspektiveringer ud til alle danskere – også de unge.

Fremtidens public service skal formidle nyheder, der i højere grad hjælper til navigation. DR skal være et GPS-system, der giver danskerne muligheder for at orientere sig og danne egne holdninger til begivenheder og udviklinger i samfundet.

Bedre regional dækning

Danskerne interesserer sig meget for begivenheder lokalt og regionalt – og på samspillet mellem nationale begivenheder og initiativer og på hverdagen, hvor man bor.

DR ønsker at styrke den regionale indsats. Gevinsten er dobbelt. For det første får man regionalt en væsentligt bedre dækning med flere levende billeder og med flere interview med borgere, eksperter, politikere og erhvervsfolk fra lokalområdet. For det andet får man en ny leveringskilde, så man kan få flere historier fra hele Danmark ud gennem DRs nationale nyhedstilbud. Den eksisterende dækning gøres altså bedre, uden at der etableres nye platforme.

Det kan ske ved at etablere basale tv-faciliteter i hvert distrikt, så de alle kan levere til distrikternes netsider, DR Update og TV-Avisen. Udover en styrket regional dækning, vil det medføre, at borgerne som noget nyt vil få mulighed for levende billeder på nogle af de regionale nyheder i distriktet.

Konkret vil DR

- Etablere basale tv-faciliteter i alle 11 distrikter, så de alle kan levere til bl.a. DR Update.
- Styrke bemanningen i distrikterne, så der kan leveres en bedre og tættere regional nyhedsdækning.

Omkostninger

Etablering 6 mio. kr. og 21 mio. kr. årligt.

Satsning på nyheder til unge

De unge fanges ikke i samme grad af aviser og de klassiske nyhedsudsendelser på radio og tv som deres forældre. De finder ikke formen interessant og relevant, og de orienterer sig mere mod hurtige nyheder og sladder på nettet.

DR vil udfordre de unge, der som andre borgere har brug for at få rigtige nyheder med dybde og indsigt – men formidlet på de unges præmisser.

DR ønsker at udvikle nyhedsgenren til unge ved at etablere en særlig nyhedsredaktion, der leverer stof til relevante programmer og platforme.

Konkret vil DR

- Etablere en nyhedsredaktion, der leverer ungdomsstof til alle relevante programmer og platforme.
- Nyhederne skal være oplysende og vedkommende på et formsprog, der henvender sig til unge.

Omkostninger

15 mio. kr. årligt.

Stærkere international dækning

Danmark er en del af verden, og danskerne har behov for at vide, hvad der sker rundt omkring på kloden, og hvorfor det sker.

Nyheder købt hos internationale nyhedsbureauer er en god kilde til information i nogle sammenhænge, men i mange sammenhænge får man ikke det perspektiv på nyheden, der gør den interessant for netop en dansk seer eller lytter. Og når de fleste dagblade skærer i antallet af korrespondenter, styrkes behovet for en stærk public service-dækning af udlandsstoffet.

Derfor ønsker DR at styrke udlandsdækning ved en væsentlig forstærkning af både DRs generelle udlandsdækning og DR Update.

Konkret vil DR

- Etablere et fleksibelt globalt netværk af korrespondenter, som i kortere og længere perioder kan formidle fra de væsentligste brændpunkter i verden.
- Lade DR Update fungere som DRs interne nyhedsbureau med danskproducerede internationale nyheder.

Omkostninger

25 mio. kr. årligt.

2

Investeringer i HD-teknologi**Public service i HD-kvalitet til alle danskere**

Der findes allerede HD-kanaler på det danske marked, og HD vil i de kommende år blive mere udbredt.

For brugerne vil det svare til overgangen fra sort/hvid til farve, da man får et markant bedre billede. Der bliver altså tale om en stor ændring, hvor det er vigtigt, at DR som public service-institution følger med udviklingen.

DR ønsker en gradvis overgang til programmer, der produceres og indkøbes i HD. HD indføres først, hvor det giver mest værdi for seerne.

Konkret vil DR

- Sende egenproduceret drama samt en lang række HD-egenproduktioner fra DR Byen og Koncerthuset, bl.a. koncerter, Debatten, Jersild Live, Smagsdommerne, X Factor og Talent
- Få mulighed for at vise indkøbte film og dokumentarer med videre fra bl.a. BBC i HD-kvalitet.
- Kunne transmitere i HD-kvalitet fra store begivenheder som kongeligt bryllup og barnedåb – både direkte transmissioner og med ramme fra studiet

Omkostninger

Engangsinvesteringer 60 mio. kr. og 12 mio. kr. årligt.

3

Formidling af danmarkshistorien med tv-drama

Danskerne samles meget gerne om dansk drama. DR ønsker at udnytte dette og skabe en historisk dramaserie, der kan give danskerne kendskab til vigtige begivenheder i danmarkshistorien.

Der skal være tale om en historisk dramaserie af høj kvalitet, der kan samle danskerne om den danske kulturarv.

Konkret vil DR

- Producere historisk dramaserie
- Lave dramaserien i en co-produktion med ekstern producent.

Omkostninger

130 mio. kr.

S/44

Uafklarede forhold fra tillægsaftaler til medieforliget for 2007–2010

Fortsat prioritering af musikken samt videreførelse af DR HD

Med tillægsaftalen af 9. januar 2009 har DR fået tilført i alt 65 mio. kr. fra overskydende licensmidler til at styrke ensembleerne og øge programvirksomheden fra Koncerthuset. Desuden blev beløbet tildelt for, at DR kunne opstarte DR HD. For at kunne opretholde dette i den kommende medieforligsperiode er det nødvendigt at fortsætte de ekstra bevillinger hertil. Det vil være til fortsat glæde for brugere og sikre, at investeringerne ikke går tabt.

Skal initiativerne videreføres i den kommende medieforligsperiode, vil det kræve en merbevilling på 28 mio. kroner årligt i den kommende medieforligsperiode.

Konkret vil DR

- Sikre at opgraderingen af DRs ensemble og musikformidlingen gøres varig.
- Videreføre DR HD som en attraktiv HD-kanal med public service-indhold

Omkostninger

28 mio. kr. årligt.

S/45

Tilrådighedsstillelse af DAB MUX 2 for kommercielle radiostationer

I juni 2009 blev der indgået en tillægsaftale til medieaftalen for 2007–2010. Aftalen betyder, at DR skal stille DAB MUX 2-sendenettet til rådighed for de kommercielle radiostationer til langt under kostpris.

Fra 2011 har DR udgifter på 20 mio. kr. årligt, mens indtægterne vil være på ca. 3 mio. kr. fra de kommercielle aktører. DR ønsker, at disse merudgifter finansieres, så DR ikke skal gennemføre besparelser for at finansiere de kommercielle aktørers adgang til DAB.

Konkret vil DR

- Stille DAB MUX 2-sendenettet til rådighed for de kommercielle radiostationer
- Gennem distributionen arbejde for et mangfoldigt radiomarked i Danmark

Omkostninger

17 mio. kr. årligt.

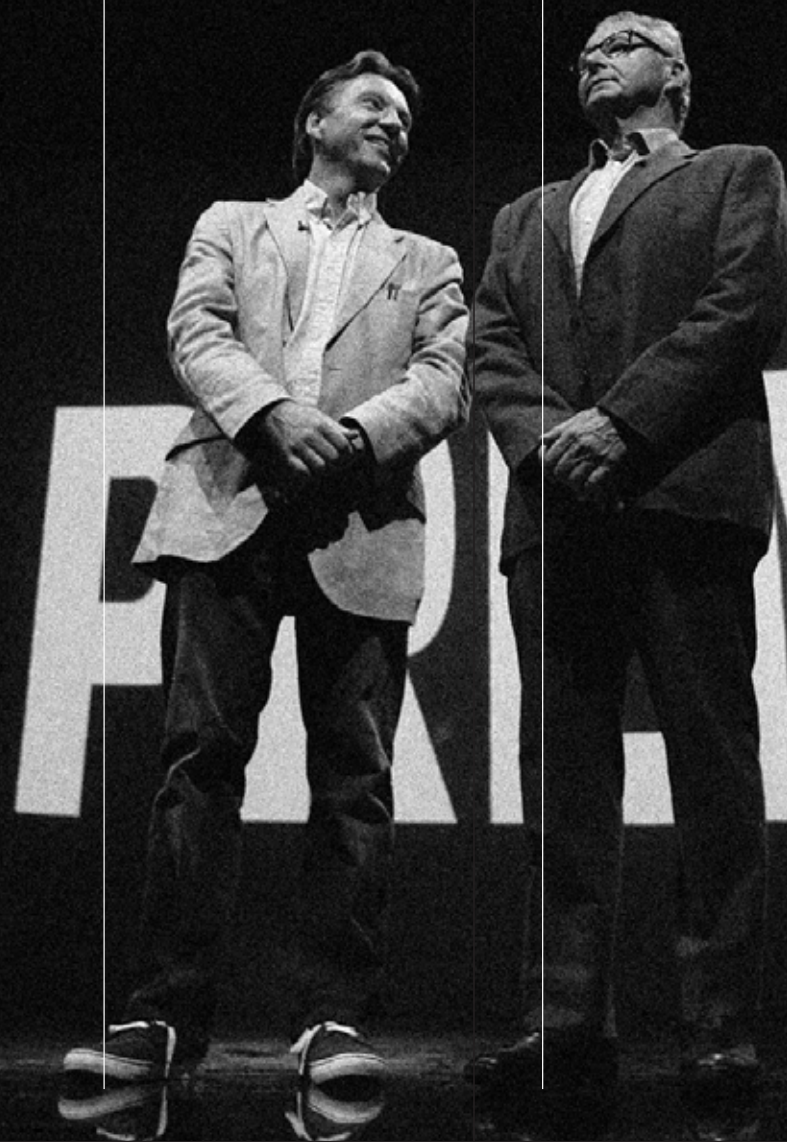
Finansiering af de tre områder

	2011	2012	2013	2014
Indtægter (mio. kr.)				
Indtægter ved reel pris- og lønregulering af licensen	80	170	170	170
Udgifter (mio. kr.)				
Udgifter til at styrke eller fortsætte tre områder i alt	80	170	170	170
Forslag 1: Styrket nyhedsdækning	25	65	63	63
Forslag 2: Investeringer i HD-teknologi	10	40	32	12
Forslag 3: Formidling af danmarkshistorien med tv-drama		20	30	50
Uafklarede forhold: Varig opgradering af ensembler og HD-kanal	28	28	28	28
Uafklarede forhold: Tilrådighedsstillelse af DAB MUX 2 for kommercielle radiostationer	17	17	17	17

**KOMPENSATION
FOR UDHULNING
AF LICENSEN**

S/48

S/49



Den reelle pris- og lønudvikling er i den seneste medieforligsperiode steget mere end licenssatsen. Det har betydet en udhuling af licensindtægterne. DR ønsker kompensation for denne udhuling fra 2011.

Medielicensen blev i seneste medieaftale fra 2007 fastsat i løbende priser, og på daværende tidspunkt var det forventningen, at pris- og lønudviklingen ville stige med 1,6 pct. årligt i perioden 2007-2010.

Det har imidlertid vist sig, at pris- og lønudviklingen har været væsentligt højere. Som følge heraf er de samlede licensindtægter alene i 2010 blevet udhulet med 197 mio. kr., hvoraf DRs andel udgør ca. 170 mio. kr.

Den høje pris- og lønudvikling har betydet, at DRs udgifter er steget mere end licensindtægterne. En utilsigtet konsekvens heraf er, at DR gennem medieforligsperioden har måttet gennemføre ekstra besparelser svarende til det beløb, som licensindtægterne er blevet udhulet.

Niveauregulering af licenssatsen fra 2011

DR beder ikke om en bagudrettet kompensation for de tabte indtægter i perioden 2007-2010, men om at udhulningen ikke føres videre ind i næste licensperiode.

Derfor foreslås licensen fra 2011 løftet, så den svarer til det niveau, som licensen ville have haft, hvis den havde været reguleret med pris- og lønudvikling fra 2007 til 2010.

Af hensyn til licensbetalerne foreslår DR, at efterslæbet i licensen indhentes over to år, således at licenssatsen de to første år af den kommende medieaftaleperiode stiger med ca. 5 pct. Korrektionen af efterslæbet vil for den enkelte licensbetaler i 2011 og 2012 betyde en ekstraordinær stigning af den halvårige medielicens på ca. 32 kr.

En indfasning af niveaukorrektionen vil betyde, at DR får 80 mio. kr. i korrektion i 2011 og 170 mio. kr. i hvert af årene i 2012-14.

Efter 2012 foreslås, at licenssatsen reguleres svarende til den generelle pris- og lønudvikling, da den i højere grad afspejler den reelle udvikling i DRs omkostninger.

Med korrektionen vil det være muligt for DR at investere i en styrket nyhedsdækning og drama. Områder, som DR gerne har villet udvikle mere, end spareplanen har gjort det muligt. Samtidig vil det blive muligt for DR at opgradere brugernes oplevelse af DR TV mærkbart med investeringer i HD-teknologi.

Udhulning af DRs licensindtægter

	2007	2008	2009	2010
Reguleringssats jf. medieaftale fra 2007	2,0 %	1,6 %	1,6 %	1,6 %
Generelt pris- og lønindeks	2,3 %	3,6 %	3,1 %	2,2 %
Udhulning af DRs licensindtægter (mio. kr.)	23	91	138	170

Kilde: Finansministeriets Økonomisk Administrative Vejledning, skøn for perioden 2009-2010

RAMMERNE FOR PUBLIC SERVICE 2011-2014

S/52

S/53

- BONANZA FORSIDE
- TV
- RADIO
- G & G SPILLET
- BLOGGEN
- OM SITET
- FAQ



Cirkeline - Sofus på flyvetur

Afspillet: 7218

Vurdering:



Send til ven:



Båndbredde:

- Høj
- Mellem
- Lav

PRØV LYKKEN

SØG I ARKIVET

SØG

Titel	TV/Radio	Varighed	År	Afspilninger	Bedste ra
	TV	0:02:58	1988	94078	
		0:01:19	2001	4516	

I forbindelse med Mediaaftalen 2011–2014 kommer DR med forslag til, hvordan en række konkrete rammevilkår for danske medier kan forbedres

Danske modeller for kollektiv rettighedsforvaltning styrkes fremadrettet

Danmark og de øvrige nordiske lande indførte for mange år siden den såkaldte aftalelicensmodel, som er en smidig model for kollektiv rettighedsforvaltning. Modellen sikrer, at DR kan tilbyde danskerne et bredt repertoire inden for bl.a. musik, og at rettighedshaverne og deres kollektive forvaltningsselskaber opnår 100 pct. clearing af rettigheder og mindst mulig administration. Aftalelicensmodellen har været afgørende for, at DR som den første broadcaster i verden kan stille sit arkiv til rådighed for brugerne.

EU-Kommissionen har imidlertid indledt en række sager og tiltag vedrørende kollektiv rettighedsforvaltning, som sætter aftalelicensen under voldsomt pres og derfor vil vanskeliggøre DRs muligheder for at stille et mangfoldigt repertoire til rådighed for brugerne.

Danmark og de øvrige nordiske lande vil have stor nytte af at beskytte dette unikke rettighedsclearingssystem, som er til gavn for både rettighedshavere, formidlere og slutbrugere. Aftalelicensmodellen er desuden egnet til at overkomme de rettighedsmæssige udfordringer, som flere af de nye platforme og distributionsmåder skaber, og modellen kan derfor med fordel udnyttes til at være med til at sikre Danmark et forspring.

I forhold til radio- og tv-stationer gælder aftalelicensmodellen i dag kun for traditionel udsendelsesvirksomhed, og dermed tages der ikke højde for væksten i brugen af de nye platforme.

Konkret foreslår DR

- At aftalelicensmodellen udvides til on demand området.

Sendelandsprincippet

Det er helt afgørende for DRs mulighed for at kunne servicere danskere i udlandet, at rettighedsclearingen kan ske en gang for alle i Danmark og ikke også i alle de lande, hvor brugerne befinder sig. Dette såkaldte sendelandsprincip findes i det audiovisuelle medieservice-direktiv (det tidligere tv-direktiv), og det gælder også udtrykkeligt for rettighedsclearingen til radiofoniernes satellitudsendelser til udlandet. DR agerer i henhold til princippet, for så vidt angår sine internetaktiviteter.

Konkret foreslår DR

- At det formelt fastslås, at radiofoniernes ydelser kun skal cleares i det land, hvor radiofonien er hjemmehørende.

Statsstøtte og markedstest

Den eksisterende public service-test, som blev indført ved det seneste medieforlig, har vist sig at være både brugbar og en succes. I EU-Kommissionens nyeste statsstøttemeddelelse omtales en supplerende markedstest, som skal gælde for nye, væsentlige tjenester.

Erfaringerne med markedstest fra udlandet skræmmer imidlertid. Både i Storbritannien og Tyskland er markedstesten blevet dyr, langsom og bureaukratisk. Den britiske tilsynsmyndighed, OfCom, har på få år vokset sig til at have et budget på mere end 25 mio. pund for sin tv- og radioafdeling. Disse midler kommer bl.a. fra BBC, som udover faste afgifter til Ofcom brugte næsten en 1 mio. pund på værditest af én tjeneste. DR opfordrer til, at der udvikles en særlig dansk model, som tager hensyn, at vi er et lille marked og sprogområde. Der kan efter DRs opfattelse med fordel bygges videre på den omfattende ekspertise, som Radio- og tv-nævnet har, når en dansk model implementeres.

Konkret foreslår DR

- At der nedsættes et hurtigt arbejdende udvalg, som skal udforme en dansk model. Det afgørende er, at en fremtidig markedstest kan struktureres, så der skabes en fornuftig og fremadrettet balance mellem de samfundsformål, som DR tjener på den ene side samt de kommercielle medievirksomheders forretningsmodeller på den anden side.

Principper for public service-kontrakten 2011–2014

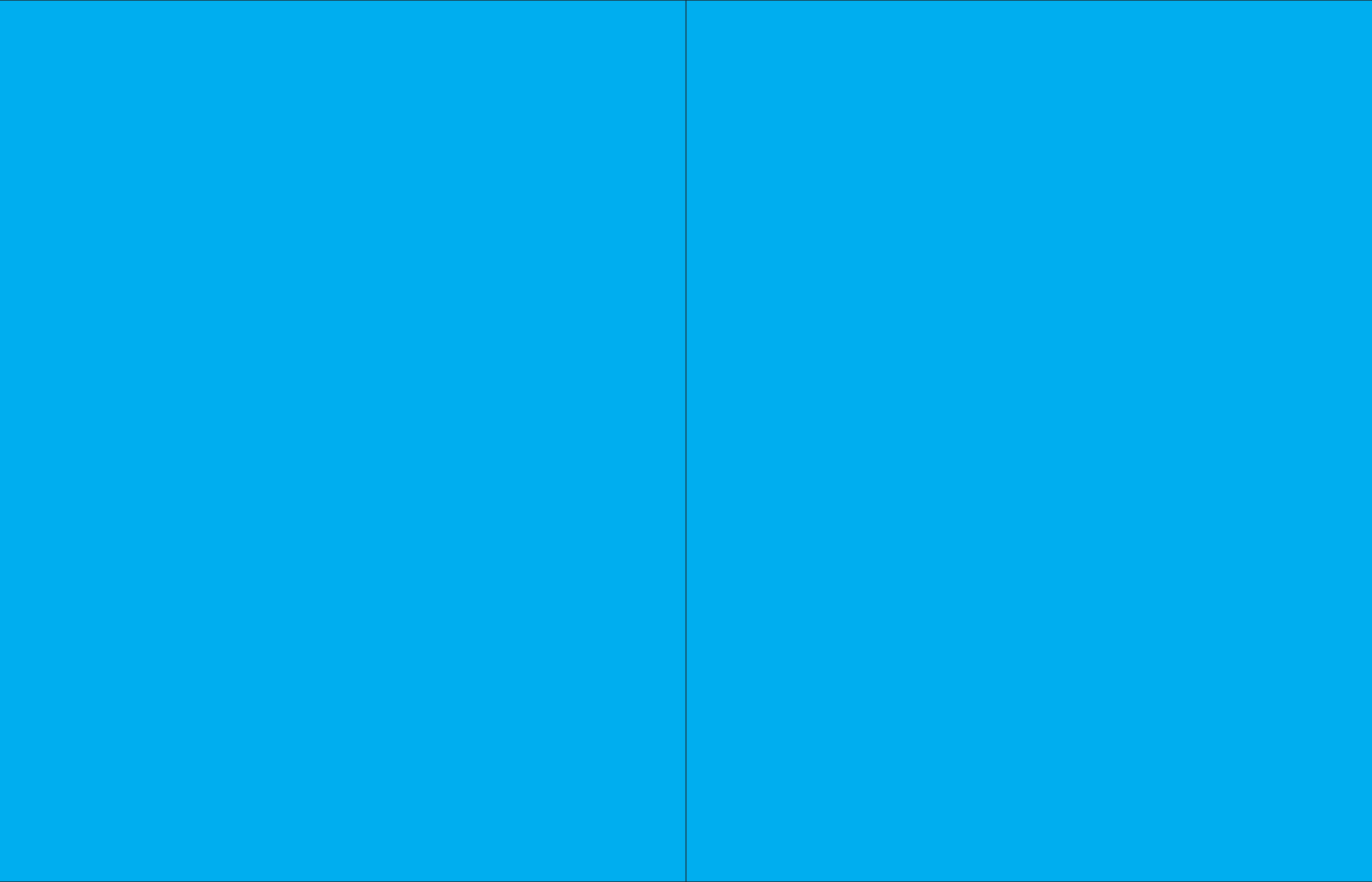
DR vil levere public service-indhold på radio, tv og nye medier – om danskerne, til alle danskere og finansieret af medielicensen. Indholdet i DRs tilbud skal være karakteriseret ved en høj kvalitet samt tilgodese både brede og smalle interesser. Det betyder, at DRs opgaveløsning er udspændt mellem to helt centrale hensyn. For det første skal DR i vidt omfang påtage sig at sende programmer og tilbyde tjenester, som ikke er kommercielt gangbare, fordi de henvender sig til et smalt segment af befolkningen. Og for det andet skal DR stræbe mod at nå alle danskere, hvilket betyder, at DR også skal have plads til programmer og tjenester, der imødekommer brede gruppers ønsker og behov.

DR gerne vil stå til ansvar over for danskerne og redegøre for sin public service-virksomhed, ligesom DR gerne lader nye, væsentlige initiativer teste hos de relevante myndigheder.

Det er imidlertid væsentligt for DR, at kravene og vurderingen af DRs public service-virksomhed giver mening i forhold til den ønskede hensigt og er ressourcemæssigt forsvarlige i forhold til at indfri DRs public service-formål. Samtidig skal kontrakten være formuleret på et niveau, hvor det ikke griber ind i DRs frihed til selv at fastlægge sendeplaner og indholdet i de enkelte tilbud

Konkret foreslår DR, at public service-kontrakten udføres med afsæt i to principper:

- Handlefrihed. DR vil kunne fokusere stærkere på programopgaverne, hvis vi kan navigere frit i forhold til, hvordan DR skal leve op til sine overordnede målsætninger – med udgangspunkt i DRs produktionsbetingelser, kendskabet til brugernes præferencer, medievaner og forbrugsmønstre, den teknologiske udvikling mv.
- Platformsafhængighed. En balance mellem muligheder og pligter for DR til at stille tilbud til rådighed på alle relevante platforme er relevant. Samtidig vil det være mest hensigtsmæssigt, at der ikke samtidig stilles krav om, at bestemte programmer, genrer eller tjenester skal knyttes til bestemte platforme.



DR