

Kommissorium for undersøgelse af TV 2-regionerne

oktober 2024
AHBP

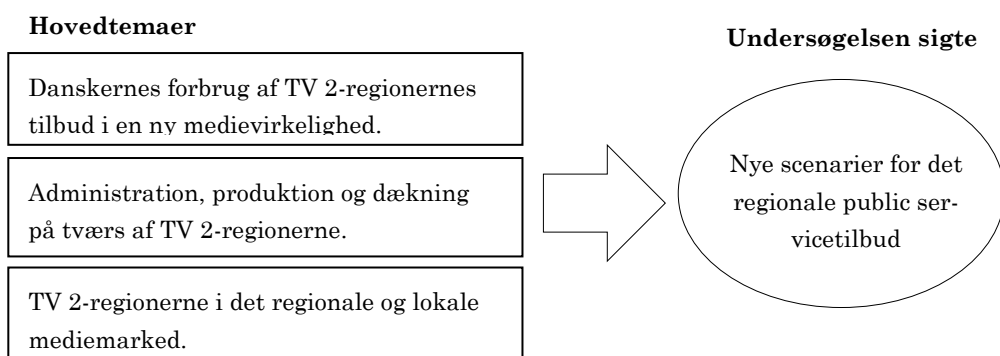
De otte TV 2-regioner leverer i dag regionalt funderet public service til hele Danmark. Til dette formål får TV 2-regionerne samlet 605,8 mio. kr. årligt (2024-pl) i public service-midler. Tilskuddet er ligeligt fordelt med et tilskud på 75,7 mio. kr. uafhængigt af TV 2-regionens dækningsområde. TV 2-regionerne er selvstændige institutioner med bestyrelser, som varetager den øverste ledelse og har det overordnede programansvar.

Siden TV 2-regionernes oprettelse i 1980'erne har medielandskabet været i konstant udvikling. En udvikling, der kun er accelereret i den digitale tidsalder. Denne medieudvikling har ændret betingelserne for, hvordan medier producerer og udkommer med indhold, og tilsvarende har udviklingen ændret danskernes medieforbrug. Med henblik på TV 2-regionernes centrale rolle i formidlingen af lokale og regionale forhold blev man med Mediaaftalen for 2023-2026 enige om, følgende:

”Forligsparterne er enige om, at TV 2-regionerne også fremadrettet skal spille en vigtig rolle i dækningen af regionale forhold. Der er derfor enighed om at gennemføre en undersøgelse af TV 2-regionerne, herunder den regionale tv-dækning, den fremadrettede dækning i hovedstaden, tilrådighedsstillelse af 24-timerskanalerne mv. Der afsættes 2,1 mio. kr. til undersøgelsen.”

Undersøgelsens sigte: Nye scenarier for det regionale public servicetilbud

Mange borgere er optagede af nære beslutninger, og de lokale medier spiller derfor en central rolle i at understøtte borgernes deltagelse i den demokratiske samtale. I lyset af TV 2-regionernes centrale rolle i formidlingen af lokale og regionale forhold vil undersøgelsen afdække en række hovedtemaer i relation til TV 2-regionerne, herunder danskernes forbrug, omkostninger til administration og produktion, dækningsområde mv. På baggrund af denne afdækning vil undersøgelsen opstille nye og relevante scenarier for det regionale public servicetilbud. Undersøgelsens opbygning er visualiseret i nedenstående figur.



Figur 1: Undersøgelsens opbygning

Danskernes forbrug af TV 2-regionernes tilbud i en ny medievirkelighed

TV 2-regionerne har historisk set modtaget offentlig støtte med henblik på produktion af traditionelt flow-tv til hhv. vinduer på TV 2 DANMARK A/S' sendeflade og deres egne kanaler, herunder deres 24-timerskanaler. Siden har den teknologiske udvikling betydet, at danskernes medievaner er rykket væk fra flow-tv og mod blandt andet streaming. Undersøgelsen skal derfor afdække danskernes brug af TV 2-regionernes kanaler, webindhold, streaming mv. mhp at vurdere, hvordan TV 2-regionerne også fremadrettet kan være en relevant formidler af lokale og regionale nyheder.

Administration, produktion og dækning på tværs af TV 2-regionerne

Tidligere undersøgelser har peget på, at der er markante forskelle mellem TV 2-regionerne, når det eksempelvis kommer til mængden af nyproduceret indhold eller regionernes administrative omkostninger. Undersøgelsen skal derfor give et samlet blik på de redaktionelle og administrative udgifter på tværs af TV 2-regionerne og sammenholde dette med TV 2-regionernes produktion af indhold, herunder mængden af nyproduceret indhold, eksternt indkøbt indhold og sendetid på regionernes egne kanaler. Det skal danne grobund for at se på, hvordan man kan styrke effektiviteten af den enkelte TV 2-region og TV 2-regionerne samlet, så flest mulige midler kan afsættes til indholdsproduktion.

TV 2-regionerne modtager i dag det samme tilskud uanset størrelsen på regionernes dækningsområde eller befolkningstal, der begge varierer betragteligt fra region til region. TV 2/Bornholm dækker eksempelvis knap 40.000 borgere, hvor TV 2 Kosmopol, der dækker ca. 1,9 millioner borgere. Denne forskel risikerer at medføre regionale skævheder i form af enten under- eller overdækning af regionen. Undersøgelsen skal derfor afdække den nuværende regionale dækning og skal derudover have et særskilt fokus på dækningen af hovedstadsområdet.

TV 2-regionerne i det regionale og lokale mediemarked

Det regionale og lokale mediemarked er stærkt påvirket af den nye medievirkelighed. I takt med at annoncemarkedet er blevet overtaget af techgiganter har lokale og regionale medier oplevet et fald i annonceindtægter, og som resten af mediemarkedet er lokale og regionale medier udfordret ift. at skabe bæredygtige finansieringsstrømme. Undersøgelsen skal derfor sammenholde rammerne for TV 2-regionernes public service-virksomhed med udviklingen i vilkårene for de private, lokale og regionale medieaktører. Det vil i den sammenhæng være relevant, at se på hvordan man kan sikre en stærk public service produktion hos TV 2-regionerne uden at det får unødvendige negative konsekvenser for private, lokale medieaktører.

Nye scenarier for det regionale public servicetilbud

Den teknologiske udvikling på mediemarkedet og ændringer i danskernes medievaner udfordrer TV 2-regionernes oprindelige formål om at lave flow-tv. Mange borgere er optagede af nære beslutninger, og de lokale medier spiller derfor en central rolle i at understøtte borgernes deltagelse i den demokratiske samtale. Det er

derfor vigtigt, at danskerne får det bedste, mest relevante, regionale public service-tilbud for pengene.

Derfor er undersøgelsen sigte er at opstille nye scenarier for, hvordan et regionalt public servicetilbud struktureres bedst muligt i en ny medievirkelighed. Undersøgelsen skal derfor afsøge nye muligheder for bl.a:

- at strukturere TV 2-regionerne, så danskerne sikres den bedst mulige oplysning for pengene.
- at udnytte nye teknologier, der er relevante for de danske mediebrugere. Nye scenarier skal udarbejdes inden for statsstøttereglerne.
- at sikre en mere balanceret dækning af hovedstadsområdet.

Datagrundlag

Undersøgelsen vil, ud over data fra Seermålingen, Danmarks Statistik og andre kendte kilder, blive baseret på data, der indhentes fra TV 2-regionerne, herunder oplysninger vedrørende indholdsproduktion, eksterne indkøb, administrative og redaktionelle omkostninger og data om brugen af regionernes online-platforme. Det er således en forudsætning for undersøgelsen, at regionerne bidrager aktivt til analysens datagrundlag. Undersøgelsen kan endvidere inddrage data fra de øvrige lokale og regionale medieaktører med henblik på at kontekstualisere TV 2-regionernes udvikling i forhold til det omkringliggende private mediemarked.

Organisering

Der nedsættes på den baggrund et udvalg, der skal foretage undersøgelsen og udarbejde scenarier for det regionale public servicetilbud.

Udvalgets formand og medlemmer udpeges af kulturministeren. Udvalget sammensættes af relevante interessenter herunder forskere og brancherepræsentanter således, at medlemmerne samlet set har kompetencer inden for et bredt udvalg af fagområder inden for medieområder, herunder eksempelvis public service, ny teknologi, medieudvikling mv. Der vil desuden blive indhentet perspektiver fra fremtidens mediebrugere (unge).

Udvalget sekretariatsbetjenes af Kulturministeriet. Udvalget afgiver rapport i 2025 med henblik på efterfølgende politiske drøftelser. Udvalget kan, hvis det vurderes hensigtsmæssigt, afgive delafrapporteringer.