



PUBLIC SERVICE- UDVALGETS HØRING

*Om forandringer af rammevilkår og
udviklingstendenser inden for medieområdet*



PUBLIC SERVICE - UDVALGETS HØRING
OM FORANDRINGER AF RAMMEVILKÅR OG UDVIKLINGSTENDENSER
INDEN FOR MEDIEOMRÅDET

Udgivet i september 2015 af
Kulturministeriet på vegne af Public service-udvalget
Nybrogade 2
1203 København K

Høringsnotatet kan læses og downloades
på Kulturministeriets hjemmeside
kum.dk/temaer/public-service-udvalget

Forsidefoto: Bjarke Ørsted

INDHOLD

1. Indledning	4
2. Tendenser i medieudviklingen	6
2.1. Den teknologiske udvikling	6
2.2. Internationaliseringen	7
2.3. Ændrede brugervaner	9
2.4. Konkurrencen fra de statsejede medier	10
3. Mediernes økonomiske situation	12
4. Rettighedsmæssige forhold	15
5. Forhold vedrørende offentlig finansiering	17
5.1. Offentlig finansiering af private nyhedsmedier mv.	17
5.2. Licens	18
5.3. Forslag til Public Service-Puljen/øvrige puljer	19
5.4. Støtte til andre former for public service-indhold	20
6. Formålet med public service, reguleringsmæssige rammer mv.	21
6.1. Formålet med public service	21
6.2. DR	25
6.2.1. DR's rolle	25
6.2.2. Indholds- eller distributionsmæssig begrænsning af DR	27
6.2.3. Tilgængeliggørelse af DR-indhold på tredjemandsplatforme	28
6.3. TV 2	29
6.4. TV 2-regionerne	29
6.5. Radio24syv	30
6.6. Øget udlicitering, køb af dansk indhold og public service	30
6.7. Særlige målgrupper	31
7. Forslag til undersøgelser, kortlægninger m.v.	33
8. Andre kommentarer	35
8.1. Public access-medier	35
8.2. Beredskab	35
8.3. Målemetoder	35

1.

INDLEDNING

Public service-udvalget er nedsat på baggrund af den mediepolitiske aftale for 2015-2018 af 26. juni 2014, som er indgået mellem samtlige partier i Folketinget – bortset fra Alternativet. Udvalget skal udarbejde et grundlag for overvejelser om public service-mediernes rolle i medievirkeligheden de kommende år. Udvalget skal i den forbindelse opstille scenarier for, hvad dansk public service kan/bør være i fremtidens samfund og individualiserede og fragmenterede medieverden.

Udvalget skal afgive delrapporter, men ikke komme med indstillinger. Derudover skal udvalget afholde halvårslige temamøder med relevante interessenter, ordførere for partierne bag mediaaftalen mv. med henblik på afrapportering og dialog inden for de forskellige emneområder. Udvalgets arbejde strækker sig over to år og skal være afsluttet den 1. januar 2017.

Mediernes rammevilkår er under forandring som følge af medieudviklingen. Ændringerne har sat mediebranchen i en situation, hvor de enkelte medier skal sikre, at de har fortsat relevans hos brugerne og for de kommercielle virksomheder en rimelig lønsomhed i forretningen. Internationale aktører er trådt ind på det danske marked og påvirker på forskellig vis rammevilkårene. Vilkårene for mediernes indbyrdes konkurrence, mulighed for kommerciel indtjening, adgang til brugerne, produktion af indhold m.v. har forandret sig og er fortsat under forandring. Samtidig har nye muligheder som følge af den økonomiske, teknologiske og samfundsmæssige udvikling nationalt såvel som internationalt også medført ændringer for medierne og brugen heraf – bl.a. ved at have dannet grundlag for ændrede brugermønstre og nye tilbud, der indtræder i konkurrencen om de samme brugeres tid og penge.

Til brug for Public service-udvalgets arbejde udsendte udvalget den 8. april 2015 en høring med anmodning om input fra mediebranchen og andre interessenter i forhold til, hvordan branchen og andre interessenter, der påvirkes af medieudviklingen og de ændrede rammevilkår, ser på mulighederne for produktion af indhold på det danske marked i fremtiden – hvad angår journalistisk indhold såvel som andet medieindhold. Der indgår en

række spørgsmål i høringsgrundlaget, som høringssvarene kan tage udgangspunkt i. Spørgsmålene vedrører følgende overordnede temaer:

- *Tendenser i medieudviklingen* – en vurdering af de væsentligste tendenser i medieudviklingen
- *Økonomi* – en vurdering af, hvordan de økonomiske rammevilkår har udviklet sig
- *Produktionsvilkår* – en vurdering af, hvordan den måde, rammevilkårene har udviklet sig på, har påvirket muligheder for produktion af dansk indhold, herunder journalistisk indhold
- *Konkurrencesituationen* – en vurdering af, hvordan konkurrencesituationen har udviklet sig eksempelvis i forhold til konkurrencen om borgernes fritid, om annoncekroner og anden brugerbetaling, og hvordan den forventes at udvikle sig fremadrettet
- *Forbrugermønstre* – en vurdering af, hvordan forbruget af medieprodukter har udviklet sig, og hvordan det forventes at ske fremadrettet
- *Teknologi* – en vurdering af, hvordan den teknologiske udvikling har ændret rammevilkårene, og hvad det forventes at betyde fremadrettet
- *Public service* – en vurdering af, hvordan den nuværende indretning af public service (forstået som bredden og typen af public service-indholdsproduktion, platforme anvendt til distribution af public service-indhold, det økonomiske omfang af public service-virksomheden mv.) i Danmark påvirker mulighederne, og hvilke opgaver der anses som de væsentligste public service-opgaver
- *Andet* – andre forhold, som anses for vigtige i forhold til medieudviklingen eller rammevilkår.

Det er i høringsgrundlaget angivet, at høringssvarene ikke kommenteres af udvalget.

Høringen havde frist den 14. maj 2015. På baggrund af høringen er der indsendt i alt 45 høringssvar, heraf 38 høringssvar med bemærkninger og 7 høringssvar uden bemærkninger. Der vedlægges en oversigt over de modtagne høringssvar, hvoraf det seneste er modtaget den 10. juni 2015.

I det følgende redegøres overordnet for hovedsynspunkter mv. i de indkomne høringssvar samt for konkrete forslag, som høringssparterne måtte have. Høringsnotatet følger ikke præcis samme struktur som den, der indgår i høringsgrundlaget. Alle indsendte høringssvar kan læses i den fulde ordlyd på Kulturministeriets hjemmeside: <http://kum.dk/temaer/public-service-udvalget/>

2.

TENDENSER I MEDIEUDVIKLINGEN

Danske Medier, Berlingske Media, DR, TV 2-regionerne, Boxer, TDC, Stofa SE, Strategix, Dansk Journalistforbund og Discovery Networks Denmark giver alle generelt udtryk for, at den teknologiske udvikling (herunder digitaliseringen) og den internationale konkurrence, samt de ændrede brugervaner som følge heraf, er de tendenser i medieudviklingen, der påvirker/forandrer rammevilkårene, herunder konkurrencesituationen, for medierne. **Egmont, Altinget, SE /Stofa, Danske Medier, Berlingske Media, BFE, Discovery Networks Denmark, DI ITEK m.fl.** nævner desuden de statsejede mediers omfang og rolle og anser ud fra et konkurrencemæssigt perspektiv de statslige medier, herunder særligt disses tilstedeværelse på internettet, og den internationale konkurrence som væsentlige udfordringer.

2.1. Den teknologiske udvikling

En række høringssvar giver udtryk for, at den teknologiske udvikling (herunder digitaliseringen) ændrer fundamentalt på vilkårene for de danske medier.

Eksempelvis nævner **Teracom**, at teknologi er den centrale gamechanger. Produktionsmæssigt har teknologien været digital i et stykke tid, men er nu skiftet fra forholdsvis få platforme til mange forskellige. Dette skifte har ifølge **Teracom** udfordret de eksisterende danske medieaktører. **BFE** anfører, at der som følge af de teknologiske trends er et stigende behov for indhold på alle tilgængelige enheder. **BFE** lister fire megatrends: 1) medieforbrug skal tilgås "on-the-go", 2) én enhed skal kunne løse flere opgaver, 3) apparater skal kunne kobles på nettet og 4) stigende efterspørgsel efter bærbar elektronik. **Strategix** kalder det et paradigmeskifte, der også ændrer på den funktion, public service har i samfundet. **GRAKOM** noterer, at den digitale udvikling skaber forandringer og forudsætter omstilling i branchen. **TDC** bemærker, at også den teknologiske udvikling indenfor tv-distribution er under forandring, og henleder udvalgets opmærksomhed på, at et politisk indgreb i retning af at

gennemtvunge frit valg af tv-kanaler kan medføre et pres på det danske produktionsmiljø til skade for også public service-stationerne.

Producentforeningen anfører, at den teknologiske udvikling styres af markeds kræfterne, der ikke kan styres af broadcastere, producenter og regulatorer. Mens produktionen er gjort billigere, så har øgede krav medført et øget omkostningsniveau, da der bl.a. som følge af sociale medier stilles krav om ekstramateriale, f.eks. apps eller lignende.

TV 2 DANMARK A/S (TV 2) anfører, at kulturpolitikken ikke kan ses isoleret fra erhvervs politik og regulering, bl.a. som følge af teknologiens stigende betydning på medieområdet. **TV 2 DANMARK A/S** nævner, at telepolitisk aftale om fra 2020 at disponere 700 MHz-frekvensbåndet til mobilt bredbånd eksempelvis kan risikere at gøre rollen som kommerciel gatekeeper i det jordbaserede sendenet mindre attraktiv. **Kirkeministeriet** henviser til betingelserne i Public service-udvalgets kommissorium om, at public service-medier skal nå ud til et bredt udsnit af befolkningen, hvortil de bemærker, at de frie markeds kræfter og teleselskaberne i områder af landet ikke har fundet det økonomisk attraktivt at levere brugbare datalinjer og bredbåndsforbindelser. **TV 2-regionerne** anfører, at online-teknologiplatforme har udviklet sig så meget de seneste år, at TV 2-regionerne kan blive tvunget til at bruge store ressourcer på at sikre tilgængelighed på nye platforme, og at der kan være den konsekvens, at der flyttes ressourcer fra indholdsproduktion til distribution. **Sammenslutningen af Medier i Lokalsamfundet (SAML)** finder, at den største udfordring ved medieudviklingen for de ikke-kommercielle radio- og tv-stationer er at kunne følge med teknologisk og dermed at kunne gøre brug af de mange forskellige medieplatforme, der i dag er tilgængelige samt at finde kræfterne til vedblivende at inddrage borgerne aktivt.

2.2. Internationaliseringen

En række høringssvar, bl.a. fra **Danske Medier, DR, TV 2-regionerne, Berlingske Media, Producentforeningen, Boxer TV, Dansk Journalistforbund og Discovery Networks Denmark**, understreger internationaliseringens store betydning. Den internationale konkurrence er afgørende blevet forøget ved, at internationale mediekoncerner som Google, YouTube og Facebook, men også Netflix, er trådt ind på det danske marked.

DR, Danske Medier, Berlingske Media, Altinget m.fl. er enige i, at den internationale konkurrence spiller en væsentlig rolle for det danske mediemarked, men er uenige i konkurrencesituationen i forhold til private og statslige medier (jf. nedenfor under punkt 2.4). **Danske Medier og DR** fremhæver de internationale aktører som den store konkurrencemæssige

udfordring, og at få internationale aktører i dag sidder på mere end halvdelen af den digitale annonceomsætning i Danmark. På linje hermed anser **DI ITEK** de største udfordringer ved medieudviklingen som værende, at annoncørerne i stigende grad rykker over på globale platforme på internettet, hvorfor de kommercielle tv-kanaler og nyhedsleverandører presses på deres indtjening. **TV2 DANMARK A/S** fremhæver, at tv-reklameomsætningen er reduceret som konsekvens af den digitale udvikling, der har udvidet konkurrentbilledet på reklame- og tv-abonnementsmarkedet til at omfatte internationale aktører. Den stigende brug af streaming-tjenester udgør i **TV 2 DANMARK A/S'** perspektiv både en udfordring og en mulighed: På den ene side har TV 2 en vækst i abonnementsbasen på streamingtjenesten, men på den anden side sætter det stagnerende traditionelle tv-distributionsmarked TV 2's abonnementsomsætning under pres og svækker husstandspenetrationen. **Boxer TV** anfører, at vilkårene for dansk indhold fundamentalt er under markant pres og forandring som følge af den internationale konkurrence, hvilket må ses i sammenhæng med, at de danske indholdsbærende medier skal leve af et begrænset dansk publikum i modsætning til de internationale tjenester.

Danske Medier anfører, at der på grund af digitalisering sker øgning af ophavsretligt misbrug af indhold, og at sociale medier såsom Facebook blandt flere censurerer indholdet. **SE/Stofa m.fl.** påpeger, at en række af de udenlandske tjenester som Google, Netflix, HBO, Spotify m.v. har bedre vilkår end de danske medier som følge af skatte- og momsregler, hvilket skaber ulige konkurrencevilkår.

Dansk Journalistforbund anfører, at den største udfordring for de danske medieaktører ikke længere er intern dansk konkurrence, men derimod de store internationale aktører. **Dansk Journalistforbund** anfører desuden, at medieudviklingen for et lille sprogområde som det danske giver store udfordringer, herunder hvordan dansk indholdsproduktion, herunder danskproduceret journalistisk indhold, skal sikres fremadrettet. **Radio24syv** og **DR** giver udtryk for det samme synspunkt. **DR** nævner desuden, at når flere får deres nyheder fra internationale udbydere og anbefalinger på sociale medier, og når danske medier i højere grad fokuserer på at lave nyheder specifikt til deres målgruppe, resulterer det i et fragmenteret nyhedsforbrug, som kan medføre, at færre får et bredt overblik over det danske nyhedsbillede og færre fælles samfundsdebatter.

2.3. Ændrede brugervaner

DR, Danske Medier, Berlingske Media, TV 2-regionerne m.fl. påpeger, at de ændrede brugervaner ligeledes er en væsentlig faktor i de ændrede rammevilkår.

Danske Medier nævner bl.a. de sociale mediers erobring af læsere, lyttere og seere. **DR** nævner den stigende fragmentering og individualisering af medieforbruget muliggjort af den teknologiske udvikling, som betyder en bevægelse fra de traditionelle medieplatforme til nye. **DR** fremhæver reduktionen af antal programmer med én million seere eller derover, hvilket anføres at udfordre dansk kultur og demokrati. **TV 2-regionerne** anfører ligeledes, at regional public service særligt påvirkes af, at medieforbruget flytter sig fra flow til on demand, at der sker en platformforskydning fra tv, radio og trykte medier til nye platforme, at nye aktører er trådt ind på mediemarkedet, og at det er sværere at samle danskerne om fælles tilbud. Samtidig peger **TV 2-regionerne** på, at det udfordrer den demokratiske sammenhængskraft, når internettet stiller et stort og stigende udbud til rådighed. Brugernes adfærd og muligheder har en række følgeeffekter, bl.a. da annoncekroner har været en af de primære finansieringskilder for kommerciel dansk indholdsproduktion, koblet med muligheden for at få gratis adgang til indhold, uden at det dog nødvendigvis er lovligt, som det eksempelvis er tilfældet med Popcorn Time. **Producentforeningen** anfører, at vandringer fra de etablerede kanaler til on demand-tjenester sætter dansk medieøkonomi under pres. **Teracom** forklarer, at brugeres loyalitet og betalingsvillighed reduceres, når de oplever, at de kan få gratis, billigt eller mere lettilgængeligt indhold. **TDC** anfører, at udbredelsen af OTT-baseret indhold har medført ændringer i forbrugsmønstrene, da en stadig større andel af befolkningen prioriterer bredbåndsadgang frem for tv-adgang. **Branchen Forbruger Elektronik (BFE)** beskriver forandringerne som strukturelle – indhold skal være tilgængeligt på alle platforme, når brugerne vil have det, og hvor de vil have det. I lighed med **DR** anfører **BFE**, at brugere i større grad selv sammensætter eget medieindhold.

DR peger desuden på udfordringerne i, at yngre generationers medievaner præges af digitaliseringen. **TV 2-regionerne** fremhæver ligeledes, at tv som fællesskabende platform er udfordret af de sociale medier, og at særligt de yngre generationer er svære at nå. **Berlingske Media** påpeger, at der i dag er en stor udfordring med at nå ud med nyheder til de unge, herunder at de unge fortrinsvis finder deres nyheder på nettet og via de sociale medier, men at de ikke vil betale. **DR** og **TV 2-regionerne** nævner dog også muligheden for at nå målgrupper, som traditionelt ikke er de store nyhedsforbrugere, herunder de yngre målgrupper, som følge af de ændrede produktionsvilkår, og at de nye

platforme skaber mulighed for at inkludere mange i samfundsdebatten og komme tættere på brugerne.

DR og TV 2-regionerne fremhæver endvidere, at den ny teknologi skaber mulighed for nye fortælleformer. **DR** fremhæver, at DR har oprettet en YouTube-kanal, som andre (f.eks. dagbladene) kan gøre brug af og embedde som de ønsker, og at DR allerede indgår i samarbejder med andre medier om f.eks. at sætte fokus på forskellige temaer.

2.4. Konkurrencen fra de statsejede medier

Udover den internationale konkurrence er de statsejede medier af **Egmont, Altinget, SE /Stofa, Danske Medier, Berlingske Media, BFE, Discovery Networks Denmark, DI ITEK m.fl.** angivet som problematiske i konkurrencemæssig henseende – særligt i forhold til digital medievirksomhed, men også for privat tv- og radiovirksomhed. Særligt nævnes, at hvor medielandskabet tidligere var delt på nyhedssiden, så er der i dag direkte konkurrence mellem private og statslige medier på nettet.

Danske Medier, Egmont, DI ITEK, Berlingske Media m.fl. opridser de udfordringer fra public service-medierne, som de ser for de kommercielle medier. Det anføres, at DR's position på markedet presser mediehusenes mulighed for at skabe en fremtidssikret skalerbar digital forretning, og at der generelt er en oplevelse af, at særligt DR bør begrænses på nettet på en række områder. Eksempelvis anfører **Berlingske Media**, at såvel private medier som public service-medier har en vigtig rolle, men at de ændrede vilkår for medierne (ændrede forbrugervaner, hastig teknologisk udvikling og globale aktørers indtog på det danske marked) har medført et opbrud af forretningsmodellen for de private medier. **Berlingske Media** anfører videre, at private medier skal finde nye måder at drive forretning på, og at den gamle opdeling mellem private medier og public service-medier ikke længere holder, da de i stigende grad arbejder på samme platforme. Udfordringen for de private medier er ifølge **Berlingske Media**, at statens medier aktivt medvirker til at svække de private medier i samspil med de globale aktører, og at de skaber en konkurrenceforvridning, som mediestøtten ikke kan opveje. **Danske Medier** anfører bl.a., at konkurrencen fra statens medier både opstår fra disses underholdningsstof og nyhedsprogrammer.

DR anfører, at medieudviklingen har skabt en ny konkurrencesituation på det danske mediemarked og nævner, at konkurrencen internt mellem de danske medier er af mindre betydning vurderet overfor den primære konkurrence fra de internationale aktører, der har deres indtog via internettet. **DR** finder, at det er de private mediers omstilling til den nye medievirkelighed kombineret med den internationale konkurrence, der skaber udfordringen for de private

medier, og ikke public service-medierne. Udfordringerne (teknologisk udvikling, brugernes nye medievaner og international konkurrence) er ifølge **DR** fælles for alle medier.

DI ITEK finder, at der foregår en popularisering af DR, af hvilken årsag DR har vundet markedsandele på tv-området. **BFE** anfører bl.a., at konkurrencen fra DR med stigningen af antallet af tv-kanaler og streamingtjenesten DR TV er skærpet i forhold til betalings-tv-branchen. **Egmont** finder tilsvarende, at DR TV er i direkte konkurrence med private streamingtjenester. Desuden nævner **Egmont**, at tv-stationer i forhold til film produceret med tv-støtte har visningsret fem-syv gange, hvilket kan vanskeliggøre salg af rettigheder til betalings-tv og premium SVOD, hvis filmene findes gratis on demand hos DR. **Egmont** anfører også, at etableringen af en stærk on demand-børneflade kan betyde en reduceret produktion af børneindhold i Danmark. Fremadrettet kan det ifølge **Egmont** betyde, at det fortrinsvist vil være DR's streamingtjeneste og globale aktører som Netflix, der udbyder børneindhold i nævneværdigt omfang.

Producentforeningen fremhæver to faktorer i det danske mediebillede, som foreningen mener ikke har ændret sig: for det første at udbuddet af og efterspørgslen efter originalt dansk og dansksproget indhold fortsat er markant, og for det andet, at der fortsat kun er få danske betydningsfulde udbydere, nemlig de fire tv-stationer DR, TV 2, Viasat og Discovery, som satser på at sende dansksprogede programmer.

3.

MEDIERNES ØKONOMISKE SITUATION

Generelt fremhæver høringssvarene reducerede omkostninger som følge af digitaliseringen på produktion og distribution m.v., men samtidig også at indtjeningen for alle danske medier er under pres, bl.a. som følge af den øgede internationale konkurrence.

Danske Medier anfører, at ændringerne i mediesektoren i relation til teknologi, forbrugsmønstre, rammebetingelser og forretningsmodeller vil have stor indflydelse på de private mediers økonomiske muligheder på både kort og længere sigt. Mens digitaliseringen har medført reducerede omkostninger til den tekniske produktion og distribution, ændrer digitaliseringen ikke ved omkostningerne til den redaktionelle produktion af indhold. De største udfordringer ved produktion af dansk indhold – herunder journalistisk/publicistisk indholdsproduktion – er ifølge **Danske Medier**, at det økonomiske grundlag for investering i produktionen udfordres ved, at annonceindtægter tilgår udenlandske virksomheder, og at de tabte indtægter fra print ikke kommer igen på de digitale platforme. **Danske Medier** anfører videre, at omstilling til brugerbetaling for indhold på private medier samtidig begrænses af fri adgang til licensfinansieret indhold fra statens medier.

Berlingske Media fremhæver i tråd hermed, at vilkårene for den trykte presse er radikalt forandret. De faldende oplags- og læsertal har ifølge **Berlingske Media** betydet en halvering i annonceomsætningen for dagbladene fra 2006 til 2013, mens omsætningen på internettet i samme periode ca. er fordoblet, men skal fordeles blandt flere større og stærkere, bl.a. internationale, udbydere. Brugere er flyttet på nettet og har ikke den samme villighed til at betale for indhold. Udfordringen har fået næsten alle dagblade til at indgå betalingsmodeller eller digitale nyhedsabonnementer inden for de seneste 5 år.

Discovery Networks Denmark fremhæver, at reklamemarkedet og markedet for distribution af tv-kanaler er under økonomisk pres, dels på grund af faldende reklameindtægter, dels som følge af, at forbrugerne i stigende grad erstatter medieforbruget med online-produkter. **BFE** nævner tilsvarende, at betalingsvilligheden for tv-indhold er faldende, kombineret

med, at den er markant lavere for tv via internettet. **BFE** anfører, at trends som cable cutting og cable shaving – henholdsvis opsigelse eller nedgradering af tv-pakken – sker hurtigt i disse år. Risikoen er ifølge **BFE**, at danskerne i højere grad vil nøjes med at supplere deres licensbetaling med et billigt internationalt streaming-abonnement såsom Netflix. Det er derfor efter **BFE's** opfattelse afgørende, at de danske tv-distributører har samme rammevilkår som de globale streaming-tjenester, når det handler om regulering og grundlæggende erhvervsvilkår. På linje hermed anfører **Boxer TV**, at der først af alt er behov for at fokusere politisk på deregulering frem for regulering, herunder fjerne de regulatoriske hindringer, der stiller dansk indhold og danske virksomheder ringere end de amerikanske.

TV 2-regionerne og **DR** fremhæver, at organisationernes økonomiske rammer typisk fastlægges for en fireårig periode i en medieaftale, hvilket muliggør langsigtet planlægning. **DR** og **TV 2-regionerne** fremhæver, at medieudviklingen stiller krav til den økonomiske fleksibilitet, blandt andet fordi planlægningshorisonten bliver kortere på grund af den teknologiske udvikling. **DR** oplever **DR's** relative økonomiske styrke gradvis reduceret som følge af øget konkurrence på tv af både nye og gamle konkurrenter. **TV 2-regionerne** nævner en lignende udfordring og tilføjer, at det kan blive en udfordring, når konkurrencen om brugernes tid er blevet så intensiveret med fremkomsten af nye aktører i markedet og nye teknologier og platforme, hvilket – hvis de skal være stede - vil fordrage investeringer. **TV 2-regionerne** anfører, at TV 2-regionernes væsentligste udfordring bliver, at distribution af netbaseret indhold sker via unicast i modsætning til traditionel broadcast. De anfører videre, at hvert eneste minut, der bliver set via TV 2-regionernes online-platform, således medfører en distributionsomkostning. I modsætning til kommercielle udbydere, der kan tilknytte reklameindhold til programmateriale og derved sikre en finansiering, der følger forbruget, har TV 2-regionerne ingen mulighed for direkte at få finansieret de variable omkostninger, der er forbundet med distributionen. **TV 2-regionerne** fremhæver, at det ville være muligt at lave regional public service med andre midler, hvis der blev udvidede muligheder for at indgå partnerskaber og opnå øgede økonomiske ressourcer gennem programsponsorater. **DR** og **Radio24syv** oplever endvidere en økonomisk udfordring i, at den øgede efterspørgsel presser priserne på fremmedfilm, sport, rettigheder, koncepter og kvalitetsindhold op.

TDC YouSee anfører, at som følge af den teknologiske udvikling inden for tv-distribution, vil public service-tv ikke være sikret bred distribution, og vil være tvunget til at konkurrere på markedsvilkår med kommercielle tv-udbydere. Samtidig vil en evt. gennemførelse af frit valg af tv-kanaler kunne

medføre et pres på dansksproget tv og dermed yderligere pres på produktionsmiljøet i Danmark.

For de uafhængige producenter har markedet ifølge **Producentforeningen** udviklet sig positivt over de seneste år, dels som en direkte effekt af de politiske medieaftaler, dels som et udtryk for broadcasternes fortsatte fokus på både originalt indhold og på produktionsøkonomi. **Producentforeningen** anfører videre, at der i produktionsmiljøet dels er sket en konsolidering, dels opstået en ny, kreativ underskov af indholdsproducerende selskaber. **Producentforeningen** betoner, at budgetterne er mere pressede, da producenterne forventes at levere mere indhold for samme eller færre midler.

Dansk Journalistforbund finder, at såfremt medierne fortsat skal kunne være en grundpille, der kan understøtte den demokratiske udvikling og dialog, er det afgørende, at der fortsat er offentlig støtte til medierne. Om produktionsvilkårene i mediebranchen som helhed og for den enkelte redaktionelle medarbejder nævner **Dansk Journalistforbund m.fl.**, at udviklingen de seneste år er, at færre medarbejdere skal producere markant meget mere, og at det risikerer at påvirke kvaliteten negativt og skade mediernes forretningsmuligheder.

SAML bemærker, at økonomi i al almindelighed er en stor udfordring for de ikke-kommercielle medier, men ikke så meget pga. den pågående udvikling, men i højere grad på grund af størrelsen af bevillingerne til disse medier. **Nørrebro Radio** anfører, at den største udfordring for mediet er økonomisk, idet priserne på blandt andet lokaler i København er steget siden foreningens oprettelse i 1983.

4.

RETTIGHEDSMÆSSIGE FORHOLD

Samrådet for Ophavsret anfører, at det er vigtigt, at lovgiver skaber rammerne for en sund og levedygtig udnyttelse af ophavsretligt beskyttede værker. **Samrådet for Ophavsret** anfører videre, at public service-institutionerne (særligt DR og TV 2) understøtter skabelsen af ophavsretlige værker via støtten til film, tv-drama og musik. **Samrådet for Ophavsret** finder derfor reguleringen af public service-stationer som værende af afgørende betydning for ophavsmændene til værkerne, hvilket sikres via aftaler og fair rettighedsvilkår, der sikrer en rimelig betaling for rettigheder. **BFE** finder, at det er vigtigt, at klareringssystemet holdes nationalt, da multinational klarering vil være endnu en måde at forbedre de internationale giganters konkurrencesituation. **BFE** anfører, at klarering af rettigheder udfordres af, at omkostninger til rettighederne udgør en fortsat stigende andel af de danske mediedistributørers faste omkostninger. **BFE** anfører videre, at samtidig håndhæves disse rettigheder ikke, så værdien af rettigheden reduceres. Desuden anfører **Boxer TV**, at danske tv-udbydere har brug for samme muligheder som de amerikanske tjenester i forhold til forbrugernes umiddelbare og ligefremme tilgang til indhold uanset tid, sted og platform, uden fordyrelser af adgangen til indholdet som følge af ophavsrettighedssystemet. **Zibra Digital Media Group** finder, at DR bør blive en større del af den digitale udvikling ved, at deres udsendelser bliver mere åbent tilgængelige i on demand-tjenester. **SE/Stofa** og **Antennesammenslutningen af 2012 (A2012)** giver udtryk for, at rettighedsvilkårene kan udgøre en hæmsko for den digitale udvikling og ligeledes være et konkurrenceproblem og nævner retransmissionsafgiften på digitalt indhold som eksempel. **SE/Stofa** foreslår, at retransmissionsvilkårene justeres og bør tage hensyn til de internetbaserede medier og indrettes så konkurrencen fremmes.

Egmont og **BFE** nævner, at udfordringerne med piratkopiering af tv-indhold såsom film og tv-serier, der hvert år påfører branchen væsentlige beløb i tabte indtægter, er blandt de væsentligste udfordringer for udviklingen af dansk og skandinavisk indhold. **Egmont** anfører, at piratkopiering har rykket sig fra fildeling og download af ulovligt materiale til tjenester som "Popcorn Time",

der minder om lovlige, kommercielle streamingtjenester som Netflix, HBO Nordic m.fl. **Egmont** og **BFE** finder det afgørende, at der sker en langt mere effektiv håndhævelse af intellektuelle rettigheder. Konkret finder **Egmont**, at teleselskaberne i tråd hermed skal pålægges at blokere adgangen til BitTorrent-tjenester som Popcorn Time.

5.

FORHOLD VEDRØRENDE OFFENTLIG FINANSIERING

En række høringssvar nævner forskellige udfordringer og forslag i forhold til direkte og indirekte statslig understøttelse af medierne.

5.1. Offentlig finansiering af private nyhedsmedier mv.

Radio24syv bemærker, at mediet som mindre aktør i det danske mediebillede er afhængig af samspillet med stærke danske medier, og finder derfor, at det er afgørende for kvalitet, uafhængighed og mangfoldighed i det danske medieudbud, at en form for licens/skattefinansieret mediestøtte fastholdes.

Danske Medier anfører, at rammevilkårene for de private medier er blevet forringet, bl.a. ved en afskaffelse af portostøtte for magasiner og fagblade, øgede lønsumsafgifter for dagblade og dagbladslignende publikationer, faldende støtte til dagbladene, moms på dansksprogede importerede magasiner trykt uden for EU og afskaffelse af det offentliges informationspligt i trykte medier på en række områder. **Altinget** foreslår en fordobling af supplementspuljen for fritstående medier til en ramme på 12 millioner for finansåret 2016. **Dansk Journalistforbund** finder bl.a., at kriterierne for mediestøtten bør justeres, så den i endnu højere grad er uafhængig af, hvilken platform mediet udkommer på, og at kun medier, der er omfattet af medieansvarsloven eller er tilmeldt Pressenævnet, kan komme i betragtning til støtte. **Berlingske Media** foreslår, at momsen på de digitale nyhedsmedier skal udlignes, så den bliver det samme som for printaviserne (0 % i moms), og at de medier, der i dag kan modtage mediestøtte, får dispensation for deres online-virksomhed, således at de bliver omfattet af de samme momsregler, som gælder for de trykte medier. Som et minimum foreslår **Berlingske Media**, at der sker en afskaffelse af moms-forskellen på helt identiske papir og digitale avisprodukter som e-aviserne, der i dag er pålagt 25 % moms, mens aviserne har 0-moms. **Dansk Journalistforbund** anerkender, at der kan påpeges nogle urimeligheder i den eksisterende 0-moms-ordning. **Egmont** anfører, at de danske momsregler, der indebærer, at aviserne er momsfrataget, og mediestøtten til trykte og skrevne internetbaserede nyhedsmedier skaber ulige konkurrence, idet forskellen mellem det redaktionelle indhold i dagspresse, tv-netsider og magasiner reduceres i disse år. **Egmont** fremfører,

at der er et betydeligt sammenfald mellem indhold i f.eks. dagbladernes tillæg om mode, bolig og livsstil og tv-hjemmesidernes fokus på kendte og underholdning, samt at magasiner og ugeblade behandler en lang række samfundspolitiske emner til forskellige målgrupper. **Egmont** henviser til, at alle medier i Sverige bliver behandlet lige med en fælles (reduceret) moms, og at der i Norge arbejdes på at indføre 0 % moms eller reduceret moms for såvel print- som internet-medier. **Egmont** anfører, at en udligning af den ulige konkurrence-situation kunne ske ved at sidestille ugeblade, magasiner og aviser ift. mediestøtte, 0-moms og distributionsstøtte. **Grakom** er enig med Danske Medier i, at det bør understøttes i en samlet public service- og mediepolitik, at det er muligt effektivt og økonomisk rentabelt at distribuere indhold såvel elektronisk som i trykt form. **Grakom** nævner, at mediestøtten bør gentænkes, så den bliver bredere funderet og flere medier omfattet af reglerne, herunder at det bliver enklere for lokale medier at opnå støtte. Det anføres samtidig at der er behov for lige vilkår både i forhold til direkte og indirekte støtte, så der ikke er ulige konkurrencevilkår hverken i Danmark eller i forhold til udlandet.

5.2. Licens

Journalistforbundet finder, at stærkt dansk public service-radio og -tv er med til at sikre et solidt dansk mediemarked, og at økonomien for DR, TV 2, Radio24syv og TV 2's regioner derfor skal kunne følge med udviklingen. **Journalistforbundet** finder endvidere, at den eksisterende licensmodel er den bedste metode til både at sikre en stabil økonomi i de licensfinansierede medier og til at sikre armslængdeprincippet mellem de bevillende myndigheder og de public service-virksomheder, der modtager licensmidlerne. Desuden anfører **Dansk Journalistforbund**, at hvis man fra politisk side skulle overveje andre finansieringsmodeller, så er det helt afgørende, at der ikke bliver ændret på hverken det økonomiske niveau eller den økonomiske og redaktionelle uafhængighed. **Producentforeningen** anfører, at de økonomiske midler, som afsættes via medieaftaler, er grundlaget for, at DR kan købe indhold hos uafhængige producenter.

DI ITEK anfører, at medielicensen bør sættes ned i lyset af den faldende indtjening, der rammer den private mediebranche, og DR's markedslederposition på mediemarkedet. **Danske Medier** er enig i en sænkning, idet Danske Medier finder, at licensfinansieringen af statens medier bør reduceres til 2010-niveau og derefter udvikles, så det procentuelle styrkeforhold mellem de licensfinansierede medier og de private medier fastholdes uændret. **Danske Medier** nævner desuden, at brugerbetaling for digital adgang til indhold på public service-medierne, der er i konkurrence med private medier, kan mindske skadelige effekter i forhold til at etablere et økonomisk grundlag for bæredygtige medier. **Discovery Networks Denmark** finder, at der bør ses nærmere på DR's finansiering, og om

medielicensen ikke burde omlægges fra at være en apparatafgift til at være skattefinansieret.

5.3. Forslag til Public Service-Puljen/øvrige puljer

DFI fremhæver, at Public Service-Puljen 1) støtter danske produktioner, der har kulturel værdi og bidrager til den demokratiske debat, 2) giver mulighed for, at det gode program vejere tungere end institutionshensyn i vurderingen af støtteberettigelse, og 3) at der gennem puljen kan opnås gode resultater og samarbejder på området ved at blande offentlige og private penge. Samlet set har Public Service-Puljen efter **DFI's** opfattelse øget kvaliteten og diversiteten i det danske tv-udbud, og det har givet seerne adgang til et bredere og mere mangfoldigt udvalg af public service-programmer og øget andelen af originalt dansk indhold. **DFI** nævner desuden, at puljen har haft en positiv samfundsøkonomisk effekt i forhold til de uafhængige produktionsselskaber af dansk public service tv. **DFI** finder bl.a., at puljens primære fokus fortsat skal være på tv-drama og tv-dokumentar. **Producentforeningen** anfører, at Public Service-Puljen er et eksempel på, hvordan det kan lade sig gøre at flytte public service ud fra institutionerne og i stedet for at se på, hvor programmet bliver vist, se på indholdet af programmet. **TV 2 DANMARK A/S** anfører, at Public Service-Puljen er vigtig for at forøge den danske fiktionsproduktion, og at **TV 2's** mange nye fiktionsserier ikke ville have været produceret uden puljen. **TV 2 DANMARK A/S** anfører videre, at en forøgelse af puljen vil fremme produktionen af danske programmer i det uafhængige danske produktionsmiljø. **DI ITEK** og **Discovery Networks Denmark ApS** finder, at Public Service-Puljen skal kunne tilgås af alle, og at det afgørende må være, om programmernes kvalitet og originalitet lever op til public service-forpligtelserne – ikke ansøgers forretningsmodel.

Berlingske Media foreslår støtte til produktion af web-tv-programmer og andre forsøg med udvikling af nye indholds-formater på dagbladene og henviser bl.a. til, at ligesom Public Service-Puljen har været med til at støtte produktion af drama og dokumentarprogrammer på de kommercielle tv-stationer, kan en lignende pulje være med til at støtte udviklingen af nye kortere dokumentarformater eller nyhedsformater på dagbladenes hjemmesider. **Altinget** foreslår i tråd hermed en udvidet public service-pulje, der inkluderer tekst-journalistik med fokus på onlinemedier, og at puljen bør opjusteres til 150 mio. kr. og administreres af medienævnet.

Herudover foreslår **Berlingske Media**, at når Filminstituttet i dag yder støtte til udvikling af dokumentarprogrammer, kan dagbladene efter eget valg benyttes som et 4. vindue mod publikum efter biograf, tv og webtjenester, f.eks. i en nedklippet version på 10-15 minutter. **TV2 DANMARK A/S** anfører, at **TV 2** gerne støtter dansk indholdsproduktion, men at indkøbet skal ske på markedsvilkår. Den nuværende kulturstøtteordning i forhold til dansk

film er i TV 2's perspektiv uhensigtsmæssig og utidssvarende. TV 2 ønsker, at den nuværende ordning justeres, så TV 2 kan anvende kulturstøtten til indkøb af danske fiktionsserier, der ellers ville opfylde samme understøttelse af produktionsmiljøet, og som ville være mere hensigtsmæssig for en reklamebærende kanal.

Zibra Digital Media Group foreslår en pulje til det danske foreningsliv med det formål at skabe nichemedieplatforme for sports- og fritidsinteresser.

DJBFA / Komponister og Sangskrivere foreslår, at der oprettes en public service-musikpulje for private broadcastere og skrevne medier. Puljen skal ifølge **DJBFA / Komponister og Sangskrivere** sikre, at der både er incitament og bevilges økonomi til de medier, der vil prioritere en anderledes dækning af dansk musikliv – eksempelvis i form af ny journalistisk dækning af musiklivet eller konkrete samarbejder på tværs af medier og kulturinstitutioner og spillesteder.

5.4. Støtte til andre former for public service-indhold

Den2Radio anfører, at Den2Radio som producent af netbaseret radio i public service-traditionen i over 6 år uden offentlig støtte har produceret og leveret radioudsendelser i en bred vifte af genrer: montager, features, debatter, interviews, kommentarer og koncerter. **Den2Radio** finder, at initiativet, som er iværksat af frivillige og peger mod fremtidens radioformer, ikke i nævneværdig grad har haft kulturmyndighedernes bevågenhed.

6.

FORMÅLET MED PUBLIC SERVICE, REGULERINGSMÆSSIGE RAMMER MV.

6.1. Formålet med public service

Danske Medier mener, at der, hvor de nødvendige medieopgaver ikke løses af de private medier, bør statens medier sætte ind, og at hvert enkelt public service-program skal leve op til lovens og public service-kontraktens bogstav.

Berlingske Media anfører, at der i lyset af medieudviklingen er behov for en klar nydefinering af public service-begrebet og begrundelsen for, at staten ejer og driver medievirksomhed, og at befolkningen må gives friere mulighed for at vælge – også økonomisk. Det er i den forbindelse ifølge **Berlingske Media** nødvendigt at se på, om public service skal have indskrænket sit råderum og sine opgaver. **Berlingske Media** anfører videre, at public service stadigvæk skal beskæftige sig med det, der altid har været kernen i public service – de skal producere dansk kultur og dramatik af høj kvalitet, udvikle indhold til børn og unge, lave dokumentarudsendelser, særlige reportageformater og andre former for meget ressourcekrævende produktioner, producere for dem, som har særlige behov og sende nyheder af høj kvalitet og med journalistisk dybde. **Berlingske Media** foreslår, at public service-medier skal agere sammen med, og ikke på bekostning af, de private medier. I den forbindelse fremsætter **Berlingske Media** en række forslag til nye tiltag, herunder forslag om 0-moms for mediestøttegodkendte digitale nyhedsmedier, revurdering af innovationspuljen og indskrænkning af antallet af DR-kanaler (se også under punkt 5.1 og 6.2.1).

Altinget anfører, at public er et fremmedord og i stedet bør kaldes demokratioplysning eller kernepublicisme, og at public service/kernepublicisme kan udgives af andre end statsejede tv-stationer samt at begrebet er hævet over medieplatform og ejerskab.

BFE ønsker en diskussion af public service begrebet. **BFE** anfører, at i dag er alt indhold fra DR eller TV 2's hovedkanal per definition public service, mens det selv samme indhold distribueret via en kommerciel operatør ikke er. Det har ifølge **BFE** en betydelig negativ effekt på den kommercielle mediebranche, at der ikke er krav om kvalitet i public service- begrebet. **BFE** noterer sig at

public service ikke bør være alt. BFE finder, at det bør være en samfundsopgave at sikre oplysning (nyheder, debat og dokumentar) samt kultur i form af information samt underholdning, der samler danskerne. Dette er ifølge **BFE** eksempelvis danskproduceret drama, mens det kan diskuteres om talentudviklings-programmer hører hjemme på en licensfinansieret broadcaster. I givet fald bør det efter **BFE's** opfattelse være karakteriseret som lavere prioriteret sammenlignet med oplysning. Endvidere finder **BFE**, at udenlandsk fiktion bør antage et absolut minimum og kun bør bestå af produktioner fra andre licensfinansierede broadcastere som eksempelvis BBC eller SVT.

Teracom finder, at udfordringerne set ud fra et samfundsperspektiv kalder på nye proaktive løsninger, og at det er nødvendigt at disse bliver skabt i nye partnerskaber mellem det kommercielle marked og offentlige aktører. Dette kan ifølge **Teracom** kun ske ved en gentænkning af DR's rolle i samfundet. Der er ifølge **Teracom** brug for samarbejde om både teknologi og om indhold. Der bør overvejes en politisk de-regulering og de-finansiering for at sikre fremtidige samarbejder, og antallet af public service-institutioner bør overvejes.

Dansk Journalistforbund mener, at public service-medierne skal have mulighederne for at kunne producere og levere nyheder, reportager, underholdning mv. inden for et meget bredt spektrum af emner, og at public service-radio- og -tv-virksomhederne (DR, TV 2-regionerne og Radio24syv) fortsat skal være afgørende spillere på radio- og tv-markedet med de nødvendige tilhørende kanaler på alle medieplatforme.

DR anfører, at ændringerne i mediemarkedet og i danskernes medievaner på sigt giver tre hovedudfordringer for DR og dansk public service:

- Internationaliseringen, digitaliseringen og den medfølgende individualisering af medieforbruget kræver, at DR udfylder sin rolle med at understøtte det danske demokrati og formidle dansk kultur til befolkningen på nye måder og på nye platforme.
- Det vil blive endnu sværere at samle befolkningen om fælles samtaler på tværs af befolkningsgrupper og geografi, hvis medieforbruget bliver stærkt individualiseret og kommercialiseret.
- Med et øget digitalt udbud fra stærke internationale aktører skal kvaliteten af dansk indhold løftes kontinuerligt for fortsat at være appellerende og have gennemslagskraft i Danmark.

DR advarer mod at bryde public service-begrebet op og skære enkelte genrer eller platforme fra, da man i så fald risikerer at få et DR, som kun er for eliten og ikke den brede befolkning. **DR** anfører, at DR uden kontakt til alle grupper

i samfundet ikke vil kunne udfylde sin rolle og understøtte den samlende demokratiske oplysning og debat. **DR** fremhæver, at DR's økonomi giver mulighed for et konstruktivt samarbejde og samspil med markedet og andre aktører.

TV 2-regionerne anfører, at de spiller en afgørende public service-rolle, hvor danskerne kan samles om fælles regionale medieoplevelser, de nære fællesskaber og regional samfundsoplysning. Medieudviklingen – fra flow til on demand, platformsforskydning og nye internationale aktører – er ifølge **TV 2-regionerne** med til at sætte TV 2-regionernes public service-virksomhed under pres. **TV 2-regionerne** oplever, at deres evne til at følge ændringerne i forbrugeradfærd kræver både stor omstillingsparathed og økonomiske ressourcer til at omstille produktionen og distributionen, således at de bevarer deres regionale public service-relevans og samtidig er til stede med digitale tilbud på de platforme, hvor forbrugerne er, og på de tidspunkter, forbrugerne ønsker det. De licensfinansierede mediers overlevelse vil ifølge **TV 2-regionerne** afhænge af muligheden for at kunne producere relevant indhold, som på alle kvalitetsparametre kan matche udbuddet hos de øvrige spillere på mediemarkedet.

Radio24syv anfører, at i et så lille marked som det danske er en stærk public service-sektor af helt afgørende betydning, men at DR skal udsættes for konkurrence – både fra en public service-radio som Radio24syv og fra private medier. **Radio24syv** finder endvidere, at DR's position ikke bør styrkes, og at det er afgørende at tilpasse DR's volumen i det danske mediemarked i de politiske overvejelser om næste medieforlig og fremtidig mediestøtte. DR's, TV 2's og de private mediers udvikling kan ifølge **Radio24syv** ikke ses adskilt.

SAML finder, at den nuværende indretning af public service er fornuftig, og at den største udfordring for public service-medierne vil være det stigende kommercielle pres.

Zibra Digital Media Group mener, at de unge vil vende sig fra public service-begrebet fordi det ikke giver mening for dem.

Producentforeningen anfører, at public service og originalt udviklet dansk indhold er under pres, hvorfor det er vigtigt i fremtiden at styrke udvikling, produktion og udbud af public service-indhold. **Producentforeningen** anfører videre, at dette stiller krav om forandring af DR's og TV 2's rolle, fra at være medievirksomheder med udvikling, produktion, kor, orkestre og en lang række andre aktiviteter til at være virksomheder udelukkende med fokus på den redaktionelle opgave at finde og bestille udvikling og produktion af indhold af høj kvalitet – i alle genrer, og til alle platforme. DR og TV 2 er ifølge **Producentforeningen** altafgørende for producenterens muligheder for

at producere dansksproget public service-indhold. **Producentforeningen** anfører videre, at public service per definition bør være bredt, og at public service-indhold skal afspejle en mangfoldighed af virkeligheder og holdninger og oplevelser. Den største risiko for dansk tv er ifølge **Producentforeningen**, hvis public service udvikler sig til kun at være det, som markedet ikke kan levere. Det vil svække public service-stationernes attraktion og medføre et tab af publikum, som kan medføre, at public service bliver 'service without a public' og ultimativt føre til, at public service-stationernes legitimitet som offentligt ejede institutioner – og for DR's vedkommende eksplicit legitimiteten som licensfinansieret institution – forringes eller forsvinder. Herudover finder **Producentforeningen**, at public service ikke skal være fastlåst til en given produktionsform eller institutionsform. Endelig finder **Producentforeningen**, at public service-begrebet er udfordret, når det kommer til de unge målgrupper og udviklingen i medieforbruget.

Dansk Kunstnerråd anfører, at det er en realitet, at især DR indtager en meget dominerende rolle som kunstnerisk egenproducent inden for en række kunstområder (film, drama, musik etc.), og at det derfor har vidtrækkende konsekvenser for produktionsmiljøerne og vilkårene i dansk kunstliv, hvis diskussionen om public service mister kunsten som et fokusområde. Desuden finder **Dansk Kunstnerråd**, at det henset til kunst- og kulturpolitikens placering i den demokratiske debat er vigtigt fortsat at have kunst/kultur som fokusområde i public service samt at fastholde den public service-opgave, der består i at sikre og styrke formidlingen af kvalitet og kompleksitet.

Dansk Kunstnerråd, Dansk Artistforbund, Dansk Komponistforening, Danske Populær Autorer og Dansk Musikforlæggerforening og DJBFA / Komponister og Sangskrivere giver udtryk for, at der er øget fokus på lytter- og seertal, også for public service medierne, mens kunst- og kulturformidling henvises til mere specialiserede nichekanaler, og at der er en bevægelse fra viden og fordybelse til hurtigere og overfladiske ytringer m.v. **DJBFA / Komponister og Sangskrivere** anfører, at konsekvensen af det unuancerede musikbillede, som DJBFA mener, at medierne i dag præsenterer danskerne for, er at afsætningsmarkedet er blevet væsentligt reduceret for andre end de komponister, der ligger i midterbanen. **DJBFA / Komponister og Sangskrivere** finder, at public service-begrebet politisk skal udvides fra hovedsageligt at fokusere på den rene nyhedsformidling til også at indeholde mål for præsentation af dansk musik. **Dansk Artist Forbund** ønsker i tråd hermed, at dansk musik og kunst skal have en mere markant placering på hovedkanalerne. **Dansk Artist Forbund** anfører, at det er en vedvarende public service-forpligtelse at forsøge at skabe nye programformater med professionel musik – kunst og kultur i det hele taget, herunder den professionelle scenekunst – såsom ny cirkus performances – også på hovedkanalerne.

6.2. DR

6.2.1. DR's rolle

DR finder, at DR's rolle stadigvæk er den samme selvom samfundet, teknologien og mediebrugen har udviklet sig, dvs. at levere originalt kvalitetsindhold til og for hele befolkningen. I forhold til at lykkes med omstillingen til en digital tilstedeværelse anfører **DR** bl.a., at DR fortsat vil kunne samle befolkningen om dansk kultur og demokrati ved at bringe DR's public service-værdier med over på de nye medieplatforme. **DR** anfører videre, at public service-indhold kan blive distribueret på en række nye måder – både af DR, distributører og af de danskere, som deler indhold på sociale medier. Med DR's nye strategi for perioden 2015-2018 har DR en målsætning om, at DR's digitale tilbud skal være lige så attraktive og relevante for den enkelte som DR's broadcast-tilbud. På de nye platforme bliver det ifølge DR på samme måde som for de traditionelle platforme vigtigt, at DR både formår at give brugerne det, de søger, og samtidig formår at guide forbrugerne videre til andet relevant kvalitetsindhold, som udfordrer og inspirerer, og som kan give nye perspektiver. Desuden nævner **DR**, at DR gerne vil påtage sig at videreføre DR's rolle som skabende og formidlende kulturinstitution i et digitalt medieunivers for at sikre kunstneriske og kulturelle oplevelser til hele befolkningen. I et fremtidigt perspektiv vil DR i højere grad åbne op for partnerskaber og inddrage relevante dele af det danske kulturliv for at skabe originale kulturoplevelser, der går på tværs af medieplatforme og skaber engagement i dansk kultur. **DR** nævner desuden, at DR bl.a. ønsker at afsøge muligheder, der kan være for at understøtte en mere bæredygtig national indholdsproduktion – f.eks. gennem partnerskaber og andre modeller, hvor DR i højere grad giver andre aktører muligheder for at anvende DR's indhold.

BFE finder, at DR kan få en rolle som inkubator for den danske tv-industri til at udvikle nye tjenester og talenter. DR bør efter **BFE**'s opfattelse ikke have en niche-kanalstrategi, men bør koncentrere sig om færre tv-kanaler og øge kvaliteten af indholdet. **BFE** finder desuden, at DR's tilbud af og tilgang til tv-indhold reducerer behovet for betalings-tv med en negativ effekt på danske mediedistributører. DR's børneindhold bør ifølge **BFE** udelukkende bestå af kvalitetsindhold med eksempelvis 75 pct. som originalt danskproduceret indhold, og staten bør ikke overbyde kommercielle tv-kanaler i indkøbet af udenlandske børne- og ungdomsserier. **BFE** opfordrer udvalget til at forsøge at præcisere sine anbefalinger, så der tages højde for nedenstående spørgsmål om DR's indhold:

- Kan public service indeholde et kvalitetskrav, og hvordan skal det i givet fald måles?
- Skal licenspengene bruges på unikt indhold eller distribution mv.?
- Kan DR virke som katalysator for hele branchen, eller er det i orden, at den er "sig selv nok"?
- Skal alt produceres in house i DR eller via udlicitering og partnerskaber?
- Skal DR dække alle genrer – er det en samfundsopgave at producere reality-tv?

Boxer TV og **Teracom** finder, at DR's definerede rolle og nuværende eksistens er under forældelse som følge af forandringerne, og at man bør overveje at ændre DR's vilkår og opgaver for at ruste DR og dansk indhold til fremtiden. Desuden finder **Boxer TV** og **Teracom**, at DR bør afløftes fra opgaver, som ikke understøtter hovedfokus om dansk indhold af højeste kvalitet, for eksempel distribution. **Boxer TV** finder desuden, at DR's succes kan måles på andet og mere end seertal, målgrupper og antal timers sendt dansk tv eller radio. Med de nødvendige incitamenter til at tilrettelægge arbejdet på en måde, så definitionen af et succesfuldt DR forstås bredere end i dag, vil DR gøre langt bredere gavn. **Boxer TV** nævner, at man f.eks. kan se på ejerskabet af oparbejdede og udviklede rettigheder og brands, herunder muligheder for deling af dette danske indhold i nye sammenhænge.

Berlingske Media foreslår i forhold til DR og public service-medierne følgende:

- At licensen opdeles, så det tydeligt fremgår, hvad der går til tv/radio, og hvad der går til de digitale platforme, og at der kan laves et login, så licensnummeret giver adgang til alt DR's indhold på nettet.
- At antallet af DR-kanaler på tv og radio indskrænkes og kræfterne samles om primært danskproduceret materiale på kanalerne med undtagelse af særlige højkvalitets produktioner af international art som f.eks. naturfilm eller større dramaproduktioner.
- At alle nyheder, der ligger bagved de private nyhedsmediers betalingsmure, skal modtage rettighedsbetaling, hvis de bliver benyttet af public service-medierne.
- At DR, når DR anvender stof fra andre medier, kort skal beskrive, hvad artiklen vedrører samt linke til den originale artikel.
- At al produktion i DR, som ikke er rettighedsbelagt så det forhindrer videreudnyttelse, skal gøres tilgængelig for mediestøtteberettigede private medier.
- At værdi- og markedstesten skal bringes til at fungere, bl.a. ved at statens medier får anmeldelsespligt og Radio- og tv-nævnet initiativpligt til at overvåge, at der ikke opstår nye områder med unfair statslig konkurrence.

Dansk Artist Forbund anfører på linje med **Dansk Komponistforening**, **Dansk Kunstnerråd** m.fl., at professionel dansk musik og kunst fremadrettet også bør kunne findes på DR's hovedkanaler, og ikke kun være tilgængelig via nichekanaler, eksempelvis på DAB. **Dansk Artist Forbund**, **Dansk Komponistforening**, **Danske Populær Autorer** og **Dansk Musikforlæggerforening** og **Dansk Kunstnerråd** ønsker at DR skal tilbyde kuraterede musik- og kunstprogrammer. **Kirkeministeriet** ønsker mere fokus på den kristne kulturarv i DR og opprioritering af det kirkelige indhold.

Zibra Digital Media Group anfører, at DR opleves som en begrænsning i udviklingen af den nye medievirkelighed, og at DR bør være mere åbne om prioriteringerne og gøre sin succes mere afhængig af relevans forstået som brugerbetaling for de tjenester, hvor der findes tilsvarende private tjenester.

6.2.2. Indholds- eller distributionsmæssig begrænsning af DR

Danske Medier anfører, at public service-mediernes udbud på de digitale platforme skal begrænses til livestreaming af alle egenproducerede tv- og radioudsendelser, digital adgang til arkivet med egne produktioner, nyheder med lyd og billeder (men ikke tekstnyheder i artikelform), tekst-tv og interaktion med lyttere og seere. Endvidere finder **Danske Medier**, at public service-virksomhed bør samles på færre kanaler, mens underholdning i store træk helt kan overlades til private og TV 2 DANMARK A/S. I tråd hermed foreslår **Berlingske Media** bl.a., at antallet af DR-kanaler på tv og radio indskrænkes, og at kræfterne samles om primært danskproduceret materiale på kanalerne med undtagelse af særlige høj kvalitetsproduktioner af international art som f.eks. naturfilm eller større dramaproduktioner.

Danske Medier anfører desuden, at værdi- og markedstesten skal anvendes, hver gang statens medier igangsætter en aktivitet. Samtidig finder **Danske Medier**, at statens medier skal have anmeldelsespligt til Radio- og tv-nævnet, samt at nævnet skal være såvel monitorerende og initiativtagende.

DI ITEK foreslår ligeledes, at DR kun skal have egenproduceret indhold på sin webtjeneste, og at DR skal minimere tekstbaseret indhold. **DI ITEK** finder det problematisk, at DR's webtjeneste konkurrerer med de kommercielle nyheds- og underholdningssites, og anfører, at det er vanskeligt at skabe levedygtige markedsbaserede nyhedssites, hvis de samme nyheder kan tilgås frit på dr.dk. **Discovery Networks Denmark** anfører ligeledes, at udvalget bør se på, om DR udelukkende bør have egenproduceret indhold på sin webtjeneste. **DI ITEK** finder desuden, at konkurrencesituationen for de kommercielle medier i forhold til de statslige medier er blevet kraftigt forværret igennem de seneste år, og at public service som instrument til sikring af oplysning og neutral og kvalificeret nyhedsformidling til borgerne

bør fastholdes gennem en fokusering på kerneforretningen. Tilsvarende anfører **Discovery Networks Denmark**, at Public service-udvalget bør se nærmere på, om der kan indføres strammere detailregulering af DR mhp., at DR fokuserer på kerneområder som f.eks. nyhedsformidling, egenproducerede og eksterne danske tv-produktioner, musikprogrammer, debatprogrammer, talentudvikling mv., mens forbruget af mere kommercielle tv-formater og færdigproducerede amerikanske og engelske film, tv-serier og realityprogrammer skal nedprioriteres.

Egmont finder også, at der bør være begrænsninger på DR's streaming på DR TV, og at det af hensyn til forretningsmulighederne for private streamingtjenester og disses finansiering af det private marked som minimum bør sikres, at DR ikke kopierer private streamingtilbuds væsentligste aktiver såsom biografilm, populære tv-serier og børneindhold. **Egmont** finder endvidere, at det er afgørende, at indholdet på DR's streamingtjeneste begrænses til at afspejle de lineære visninger på DR's tv-kanaler med en catch up-periode på maks. syv dage, og at DR's streamingtjeneste også bør begrænses til udvalgte indholdstyper, ligesom katalogets størrelse og tidsrummet, hvor universer er tilgængelige gratis, bør begrænses. Der bør ifølge **Egmont** særligt anlægges en public service-betragtning. **Egmont** finder endvidere, at DR's elektroniske børneunivers bør afgrænses med tids- og indholds begrænsninger.

Boxer TV anfører, at der er behov for at forholde sig til, om DR's rolle på internettet reelt er den samme som på radio og tv i lyset af de klare forskelle. **Boxer TV** finder, at DR's tilstedeværelse på nettet ikke er til diskussion, men at omfanget af tilstedeværelsen bør diskuteres i lyset af, at internettet allerede i dag byder på et godt og mangfoldigt indhold. Det bør ifølge **Boxer TV** sikres, at DR principielt koncentrerer sig om på nettet at tilgængeliggøre det indhold, som DR i forvejen udsender på radio og tv.

Teracom anfører, at DR bør gives fuld mulighed for at nå danskere med deres indhold på både nettet og det mobile netværk, og at DR som den største danske medievirksomhed har en særlig forpligtigelse til at udvikle sin tilstedeværelse på nettet og dermed være driver for udvikling af dansk medieindhold på nettet. **Teracom** finder, at der i lokomotivrollen også ligger, at DR's tilstedeværelse på nettet skal udvikles i partnerskaber (ikke i konkurrence) med de kommercielle aktører og således, at det ikke ødelægger deres forretningsmuligheder.

6.2.3. Tilgængeliggørelse af DR-indhold på tredjemandsplatforme

DI ITEK finder, at der i langt højere grad skal åbnes op for, at indhold fra DR og TV 2 skal kunne vises på tredjepartsplatforme. Tilsvarende anfører **Teracom**, at DR's indhold bør gøres tilgængeligt på alle platforme (internet,

broadcast, satellit osv.) for at kunne nå alle danskere, ligesom det så vidt muligt skal kunne gøres tilgængeligt til fri afbenyttelse af tredjepart. **Boxer TV** foreslår, at det kan overvejes at tilgængeliggøre adgangen til DR's arkiver for alle, der kan skabe ny værdi ud af det til gavn for danskerne.

Producentforeningen anfører, at public service i sin logiske konsekvens også bør være et tilbud og en integreret del af det danske udbud på nye teknologiske platforme. Henset til, at de nye platforme imidlertid er drevet og domineret af kommercielle, udenlandske aktører, som drager finansiell fordel af, at danske public service-stationer bidrager til indholdsudbuddet, foreslår **Producentforeningen**, at DR og andre statslige institutioner og myndigheder bør afgrænses fra at anvende og henvise til nye platforme fra uden for EU etablerede og drevne virksomheder, der kan genere private medievirksomheders udbredelse og indtjening. **Altinget** giver udtryk for tilsvarende synspunkt. I tråd hermed finder **Danske Medier** det problematisk, når DR flytter interaktionen med lyttere og seere til udenlandske kommercielle platforme, særlig Facebook.

6.3. TV 2

DI ITEK og Egmont foreslår, at TV 2 privatiseres og henviser i den forbindelse til, at det i et presset og konkurrenceintensivt tv-marked virker ulogisk, at staten skal eje 2 public service-broadcastere, DR og TV 2, hvortil kommer TV 2-regionerne. **Egmont** henviser bl.a. til, at det er nødvendigt at styrke ejerskabet af dansk TV 2 for at imødekomme fremtidig konkurrence, og at de øvrige nordiske lande beviser, at et dansk TV 2 kan privatiseres og bibeholdes som en national public service-aktør og kommerciel modpol til internationale aktører, hvis blot betingelserne for koncessionen stiller klare krav til public service-forpligtelser.

Teracom og Dansk Journalistforbund finder, at det er afgørende, at TV 2's public service-forpligtelse bliver fastholdt på minimum det eksisterende niveau, og at midlerne fra et eventuelt salg går tilbage til fortsat udvikling af medierne, f.eks. som yderligere midler til mediestøtte. **Boxer TV** finder, at TV 2 skal tilbage til udfordrerrollen. **Discovery Networks Denmark** finder det ikke meningsfuldt, at den danske stat ejer to public service-stationer.

TV 2 vil gerne fortsat være en kommerciel public service-udbyder.

6.4. TV 2-regionerne

TV 2-regionerne vurderer, at der er mulighed for øget samarbejde mellem TV 2-regionerne.

Frands Mortensen, Preben Sepstrup og Erik Nordahl Svendsen opridser en model til regional nyhedsdækning. Det foreslås, at der udformes

en koncession indenfor f.eks. hvert af de otte områder, som TV 2-regionerne dækker, og som nogenlunde svarer til de områder, dagbladene via sammenlægninger har opdelt provinsen i. Koncessionen fordrer, at vinderen leverer nyheds-, aktualitets- og debatstof som public service-virksomhed efter radio- og fjernsynslovens § 10 ved at drive 1) regional tv-virksomhed svarende til den nuværende regionale station, 2) regional radiovirksomhed svarende til den nuværende station fra DR samt 3) en ”stor hjemmeside” med indhold af nyheder og debat om de kommuner, der ligger i området, samt andre digitale medier. Med koncessionen følger et støttebeløb, der svarer til de nuværende licensudgifter til regionalt tv og radio i området. Modellen forudsætter bl.a. nedlæggelse af de regionale TV 2-virksomheder som selvstændige virksomheder, og at disse bliver en del af koncessionærens koncern. Modellen forudsætter desuden, at DR ikke mere er ansvarlig for produktion af regional radio, men fortsat skal sende udsendelser på f.eks. P4, at DR skal give plads for de regionale tv-udsendelser på f.eks. DR 1, og at DR ikke må drive regional nyheds-virksomhed på f.eks. hjemmesider. **Frands Mortensen, Preben Sepstrup** og **Erik Nordahl Svendsen** forventer, at regionale dagblade (et eller flere i forening) vil vinde koncessionen i deres område.

6.5. Radio24syv

Radio24syv anfører, at DR skal udsættes for konkurrence – både fra en public service-radio som Radio24syv og fra private medier – hvorfor politikerne bør beslutte, at radiokanalen FM4 igen sendes i udbud som en alternativ taleradio, når den nuværende periode udløber i 2019. **Radio24syv** finder, at den nuværende regulering er for detaljeret, og at der i stedet i et marked, der er under så hastig forandring, bør være mere fleksible og generelle public service-kontrakter, der opstiller overordnede kvalitets- og sendekrav. **Radio24syv** anfører, at de moderne distributionsteknologier sikrer ubegrænset adgang til distribution, og at statslig regulering kun i helt særlige tilfælde bør begrænse medier, virksomheder og borgeres muligheder for at distribuere indhold.

Teracom og **Dansk Journalistforbund** finder, at Radio24syv bidrager til mangfoldigheden på radioområdet og sikrer, at der er konkurrence blandt public service-stationer, hvorfor en sådan radiostation skal opretholdes. Dette skal dog ske på vilkår, der gør det muligt for stationen at agere mere frit i forhold til den øvrige public service-radio.

6.6. Øget udlicitering, køb af dansk indhold og public service

Producentforeningen fremhæver, at der eksplicit på tv-området er et succesfuldt og mangeårigt samarbejde mellem public service-medierne og private virksomheder om udvikling og produktion af originalt dansk indhold.

Altinget finder, at DR skal udlicitere mere og med større vægt på indkøb fra specialmedier, f.eks. 250 mio. kr. årligt, idet mange private specialmedier producerer indhold, der kunne opnå større udbredelse ved også at komme ud via DR.

Teracom anfører, at DR's forpligtelse til outsourcing bør justeres, så den også omfatter den tekniske ydelse og service i virksomheden. Dette vil ifølge **Teracom** selvsagt kræve et større analysearbejde og en sikring af, at man ikke ødelægger vitale rationelle workflows i hele produktionsledet. **Teracom** finder, at en outsourcing af alle ikke indholdsvedtede dele af virksomheden vil sikre et større ledelsesmæssigt fokus på indhold og skabe et mere agilt DR i forhold til valg af fremtidige teknologiske platforme, ligesom det vil sikre en mere effektiv udnyttelse af de økonomiske rammer.

Egmont finder, at der bør være specifikke krav til, at DR's dramamidler skal sendes i udbud, således at eksterne producenter kan byde på produktion på lige vilkår med DR selv, så der sikres et rigere lokalt produktionsmiljø og talentudvikling samt produceres på markedsvilkår.

Boxer TV anfører, at der næppe foreligger væsentlige grunde til, at DR ikke i markant øget omfang kan lægge langt flere opgaver udenfor huset, herunder måske hele tv-kanaler.

Zibra Digital Media Group anbefaler en omlægning af DR's budgetter, således at 50 % går til understøttelse af dansk indhold. Samtidig bør der ifølge **Zibra Digital Media Group** outsources mere og projekterne gøres større, og der bør afholdes flere auktioner over licenspuljer til produktion af public service med resultatkrav.

6.7. Særlige målgrupper

Flere hørings svar nævner udfordringen for udsatte grupper, når en stor del af indholdet alene er tilgængeligt via internettet og således ikke på samme måde som på tv eksempelvis tekstes. **Høreforeningen** anfører, at de kommercielle kanaler og streamingtjenester i lighed med de danske public service-kanaler bør tekste deres indhold samt at den nyeste teknologi bør tages i anvendelse. **Høreforeningen** anfører, at der er en stigende diskrimination af hørehæmmede som følge af, at kommercielle tv-kanaler ikke har en public service-forpligtelse til at tekste dansksprogede programmer. **Høreforeningen** finder, at tilsvarende gør sig gældende i forhold til web-tv hos dagbladene samt dansksprogede film i biograferne. **Ministeriet for Børn, Ligestilling, Integration og Sociale Forhold** anfører, at udviklingen i forbrugeradfærd, herunder faldende sending af traditionelt broadcast-tv og et stigende on demand-forbrug på internettet, kan medføre, at den ældre generation får svært ved at følge med, bl.a. fordi ældres kendskab til de teknologiske

muligheder er begrænset set i forhold til den yngre del af befolkningen.

Ministeriet for Børn, Ligestilling, Integration og Sociale Forhold

finder, at der skal tages hensyn til, at rammebetingelserne kan tilgodes de forskellige målgrupper – herunder at den ældre generations interesse for den samfundsmæssige debat også varetages i et public service-perspektiv, og at der eksempelvis tages hensyn til repræsentation af journalister, skuespillere m.v., der har et handicap

7.

FORSLAG TIL UNDERSØGELSER, KORTLÆGNINGER M.V.

Høringssvarene indeholder en række forskellige forslag til analyser, undersøgelser m.v.:

- En nærmere undersøgelse foranlediget af Kulturstyrelsen af de globale teknologivirksoverheders indflydelse på det danske mediemarked, herunder på annonceomsætningen og forbrugeradfærden og deres økonomiske bidrag til det danske samfund (**Berlingske Media**).
- En analyse af hele økosystemet omkring finansiering af dansk kvalitetsindhold, herunder interaktionen mellem licensfinansieret public service, privat finansieret public service og privat finansieret dansk indhold (**BFE**).
- En undersøgelse af, om TV 2 skal privatiseres (**DI ITEK**).
- En undersøgelse af mulighederne for at konkurrenceudsætte hovedparten af public service-opgaverne (**DI ITEK**).
- En samlet analyse af konsekvenserne af den teknologiske udvikling indenfor tv-distribution for dansksproget film- og tv-produktion (**TDC**).
- En analyse af forskelle i pris og vilkår for erhvervelse af rettigheder til digitalt indhold på det danske tv- og mediemarked, samt af konsekvenserne af mere fleksible karantæneeregler for dansk film. Samtidig ønskes viden om, hvilke befolkningsgrupper der ikke kommer i biografen (**SE/Stofa**).
- En tilbundsående analyse med det formål at kortlægge og beskrive udfordringerne sammen med et samlet kompleks af beslutninger, der kan overvejes for at skabe et bæredygtigt fundament for dansk indhold – herunder undersøgelse af samtlige regulatoriske forhold indenfor relevante områder såsom forbrugerftaleloven, momsloven, markedsføringsloven, reklamereglerne i relation til radio- og tv-loven, ophavsretlighedsreglerne osv. (**Boxer TV**)
- En analyse af konsekvenserne ved frit tv-valg for det samlede tv-økosystem (**DI ITEK**). DI ITEK mener, at frit-tv-valgdiskussionen bør omfatte alle tv-kanaler, herunder DR's kanaler. DI ITEK finder, at en sådan analyse skal foretages, før der træffes evt. beslutninger om tiltag til fremme af frit valg.

- En undersøgelse af effekterne ved en omlægning af licensordningen til en abonnementsordning eller til graduerede licenspakker eller til en skat (**DI ITEK**).
- En undersøgelse af crowding out-effekten som følge af DR's og TV 2's stilling på det danske marked (**DI ITEK**). **DI ITEK** finder, at udvalget bør undersøge, hvordan DR's og TV 2's markedsstilling påvirker reklamemarkedet og prisen på eksternt produceret indhold.
- Et arbejde for at finde en model, der tager højde for urimeligheder i den eksisterende 0-moms-ordning for dagbladene (**Dansk Journalistforbund**).
- Sikring af et kvalificeret data- og analysegrundlag for den infrastrukturelle udvikling på tværs af de nuværende distinktioner af gamle og nye medier, evt. i form af en 360-graders markedsundersøgelse, som den der er planlagt ift. digital radio (**Strategix**).
- En undersøgelse af, hvordan der kan opstilles klare rammer for, at øvrige markedsaktører kan vise indhold produceret af DR og TV2 (**DI ITEK**).
- En analyse om konsekvenserne af, at DR indfører betalingsmur for det digitale indhold (**SE/Stofa**).
- En undersøgelse af, i hvilket omfang DR's webtjeneste undergraver markedet for kommercielle webbaserede tjenester (**DI ITEK**).
- En undersøgelse af, i hvilket omfang DR fokuserer på traditionelle public service-områder, herunder som nyhedsformidling, debatprogrammer m.m. i forhold til de kommercielle formater som amerikanske film, tv-serier og reality-programmer (**DI ITEK**).

8.

ANDRE KOMMENTARER

8.1. Public access-medier

Sammenslutningen Af Medier i Lokalsamfundet (SAML) og **Dansk Folkeoplysningsforbund (DFS)** anfører at public access-medierne bør inddrages og understøttes, så det bliver muligt for dem at opfylde deres rolle som folkeoplysende og borgerinddragende medievirksomheder. Tilsvarende synspunkt fremføres af **Nørrebro Radio**. **DFS** finder, at det er vigtigt, at udvalget ser på public access-mediernes rolle i den aktuelle og fremtidige medieudvikling, og ikke kun ser på public service-mediernes rolle.

8.2. Beredskab

Teracom nævner, at der er problemer ved beredskabsmeddelelser, og at internettet i den henseende er sårbart. **Teracom** henviser bl.a. til en rapport fra ENISA om problemer og årsager i forbindelse med større udfald inden for elektronisk kommunikation.

8.3. Målemetoder

TV2-regionerne og **Radio24syv** ser en udfordring i at sikre målemetoder, der fortæller, om brugerne flytter med over på de nye platforme. **BFE** foreslår, at der bør udvikles en form for måleenhed for kvalitet – eksempelvis en ”public service score” eller andet, så DR får et nyt succeskriterium udover de nuværende seer-, lytter- og trafiktal.