



Kulturdvalget, den 26. november 2014

DIGITAL RADIO STRATEGI

Adm. dir. Jørgen Ramskov, Radio 24syv
Adm. dir. John Robert Gjørup Kristensen, Gramex
Konsulent Carsten Corneliussen, strategix.dk

Hvad var baggrunden for DAB-beslutningen?

Frekvensknaphed – fra analog til digital øger mulighederne for antal ”kanaler” (komprimering)

Mangel på ”radiokapacitet” i fremtiden (frekvenser overgik fra broadcasterne til telebranchens trådløse og mobile bredbånd)

DR var ”lokomotiv” for en vision om at satse på det ”nye” – nemlig digital radio (på det tidspunkt hed det DAB - men i 2007 ændrede Apple & iPhone forbrugeradfærden!)



Præmisserne for DAB-beslutningen er ændret!

Forudsætningerne om knappe ressourcer er ikke længere gældende for radio-aktørerne – der er masser af kapacitet med FM og internettet i en fælles symbiose

Der er ingen mangel på kapacitet til udvikling af radio – internettet, 4G, 5G er den nye digitale distributionsform

Digital radio er ikke længere synonym med DAB – **digital musik- og radiodistribution** sker via streaming på internettet som netradio, WIMP, Play, Spotify mv. (*Unge mellem 15-29 hører primært radio og musik via mobiltelefon, tablet eller pc*)



Hvordan er markedssituationen?

Bredbånd og broadcast er allerede smeltet sammen
(8 mio. FM apparater og 8 mio. mobilabonnementer)

Streaming er blevet mainstream – 50 % af danskerne anvender det i dag

Danmarks digitale infrastruktur drives af bredbånd og dermed telebranchen – og reguleres på principperne om teknologineutralitet & frie markedsvilkår.



Hvilken vej går udviklingen?

Danmarks udvikling på medierne sker pga. godt kulturelt indhold

Udviklingen af radiomediet sker i tæt symbiose med smart-teknologier & apps = telebranchen!

Bilfabrikanterne - fremtidens bil er en "kørende mobiltelefon"



Hvem er det egentlig, der efterspørger DAB?

Radiomarkedets aktører skal dobbeltinvestere – både i DAB og internettet. FM er langtidsholdbar og investeringer er gjort

Forbrugerne risikerer en regning på omkring 10 mia. kr. – men får ingen digital merværdi med DAB eller DAB+ (i modsætning til overgangen fra analog tv til digitalt tv)

Kun Teracom og ”sælgere” af DAB apparater profiterer på DAB



KONKLUSION

DAB er ikke en holdbar løsningen der ”peger ind i fremtiden” –
den bæredygtige vækst sker på nettet ...

DERFOR :

Fremryk markedsundersøgelsen – og tænk radio ind i den digitale medievirkelighed

... det er også DR's holdning





SBS  Discovery
RADIO



TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN

Kulturdvalget, den 26. november 2014