



Folketingets Kulturudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

**Kulturministeren**

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70  
Fax : 33 91 33 88  
E-mail : kum@kum.dk  
Web : www.kum.dk

Folketingets Kulturudvalg har den 12. oktober 2017 stillet mig følgende spørgsmål, nr. 14 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

**Spørgsmål:**

Ministeren bedes pr. genre oplyse i hvilket omfang, at DR tilgængeliggør indhold på YouTube, Facebook og andre sociale medier, og hvilke vilkår DR har aftalt med de forskellige sociale medier med hensyn til brugen, dataudveksling, og hvilken betaling DR opkræver herfor.

**Svar:**

Jeg har til brug for besvarelsen indhentet en udtalelse fra DR, der oplyser følgende:

”Det fremgår af DRs public service-kontrakt, at ”For at sikre public service-tilbud til alle skal DR følge medieudviklingen og afspejle danskernes mediebrug ved at levere programmer og tjenester af høj kvalitet på relevante kanaler og platforme, der svarer til forskellige målgruppers behov.”

Danskerne kan møde DR på de fem mest udbredte sociale medier i Danmark: Facebook, Snapchat, YouTube, Instagram og Twitter. Formålet med DRs tilstedeværelse på sociale medier er at sikre alle danskere adgang til uafhængig samfundsinformation og stimulere til deltagelsen i den offentlige debat og demokratiske proces.

DR bruger primært de sociale medier som en markedsføringsplatform, hvor DR gør opmærksom på relevante udsendelser, artikler, temaer eller lignende, som udkommer hos DR. Opslagene følges ofte af links, der leder brugerne ind på DRs platforme, herunder til DRs nyhedsartikler på dr.dk samt DRs tv- og radiostreaming. Brugerne har mulighed for at kommentere, give feedback eller stille spørgsmål til DR på de sociale medier. DR distribuerer ikke hele udsendelser eller artikler på sociale medier, men producerer i begrænset omfang originalt indhold målrettet de befolkningsgrupper

– særligt unge – som ellers ikke er i kontakt med DRs public service-tilbud. Det er indhold inden for nyheder, aktualitet samt ungeområdet.

DR opgør ikke indhold efter genrer på sociale medier, men det ugentlige antal opslag er:

- Facebook: i gennemsnit knap 1.200 opslag, der gør opmærksom på og linker til indhold på DRs egne platforme. Ca. 5 opslag kan kategoriseres som originalt indhold vedr. nyheder, aktualitet eller ungeindhold, der er specifikt udviklet til Facebook-plattformen.
- Instagram: i gennemsnitligt 72 opslag
- Twitter: i gennemsnit 850 opslag. Heraf er 500 opslag deling af DR Nyheders artikler på dr.dk
- YouTube: i gennemsnit 77 videoer om ugen, hvoraf ca. halvdelen er nyhedsvideoer.

DR har ikke aftaler om levering af indhold til sociale medier eller virksomhederne bag disse, og der udveksles ikke data mellem DR og de sociale medier udover de data, som de sociale medier selv indsamler fra brugerne. Disse data er reguleret af de sociale mediers egne retningslinjer og den gældende lovgivning.

DR modtager ikke nogen form for betaling fra sociale medier for at producere eller stille indhold til rådighed, ligesom DR ikke yder betaling til sociale medier for at stille indholdet til rådighed, idet DR har truffet en principiel beslutning om ikke at betale for at markedsføre DRs indhold på de sociale medier ved eksempelvis at promovere DRs opslag.”

Jeg kan henholde mig til det af DR oplyste.

Mette Bock