



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

28. juni 2018

Folketingets Kulturudvalg har den 8. juni 2018, efter ønske fra Morten Marinus (DF), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 223 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare endeligt.

Spørgsmål:

Ministeren bedes kommentere oplysninger i pressen om, at DR poster millioner i digital personalisering, og om denne strategi er i overensstemmelse med regeringens ønske om at fokusere og begrænse DR, når brugerne, hvis regeringens medieudspil bliver vedtaget, vil få adgang til en masse indhold, som i dag udbydes af private aktører i direkte konkurrence med DR på nettet.

Svar:

Jeg har til brug for besvarelsen indhentet et bidrag fra DR. DR oplyser følgende:

”DR bemærker indledningsvist, at personaliserede tilbud i dag er en markedsstandard, som benyttes af alle større streamingtjenester (fx Netflix, Youtube, BBC, YLE, NRK), og brugerne har i dag en klar forventning om, at digitale tjenester leverer personaliserede tilbud med høj relevans.

Målet med DR's kuratering af indhold på DRTV er at skabe et sammensat tilbud, der samler, oplyser og udfordrer. Personalisering er et redskab til netop det. DR's brug af personalisering adskiller sig fra den måde, som de kommercielle tjenester bruger redskabet på, idet DR ikke blot vil bruge personalisering til at give brugerne mere af det indhold, de allerede er interesserede i. Derimod vil DR både præsentere indhold, der tager udgangspunkt i brugernes præferencer, og samtidig oplyse, overraske og udfordre brugerne ved at foreslå indhold, der ikke bare lægger sig op af det, brugeren allerede har set. På den måde vil DR præsentere brugerne for bredden af DR's public service-indhold, og DR's redaktionelle valg vil således fortsat fylde meget i forhold til det indhold, brugerne præsenteres for.

DR bemærker afslutningsvis, at DR's investering i, at brugerne får en mere personaliseret og relevant oplevelse af DR's digitale tilbud ikke ændrer på det udbud af programmer og indhold, brugerne har adgang til. Det er præcis det samme indhold, der vil ligge på DRTV, uafhængigt af om DR investerer i at øge den personlige oplevelse for brugerne eller ej. Investeringerne skal imidlertid sikre, at DR følger med medieudviklingen og kan levere et mere relevant public service-tilbud til den enkelte dansker, som imødekommer brugernes forventninger.”

Jeg henholder mig til det af DR oplyste.

Mette Bock