



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

Den 9. februar 2018

Folketingets Kulturudvalg har den 24. januar 2018 stillet mig følgende spørgsmål, nr. 67 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Det fremgår af ministeren svar på spørgsmål nr. 13 (KUU alm del), at DR mener, at DR TV er "fremtidens indgang til DRs tv-indhold". I dag sker næsten al tv-sening af DRs indhold via private aktører, som udgør en fælles indgang til både DR og masser af andet dansk tv-indhold, og sikrer finansiering af indholdet. Ministeren bedes redegøre for, hvorvidt DR's udmelding betyder, at ministeren og DR er af den opfattelse, at DR ikke skal tage hensyn til de private aktører, som i årtier har sikret, at DR nåede ud til den brede befolkning samt sikret betaling for indhold, der har betydet, at der er blevet investeret massivt i dansk indhold hos andre end DR.

Svar:

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

"Danskernes tv-vaner er under forandring i disse år. De yngre generationer fravælger i stigende grad traditionel broadcasting til fordel for streaming. I dag streamer 46 % af danskerne film og tv-serier ugentligt, og tallet stiger til 83 % blandt de 15-29-årige. Samtidig tegner de udenlandske streamingtjenester sig for en voksende andel af danskernes medieforbrug. I 2017 benyttede hver anden dansker sig af YouTube mindst en gang om ugen, herefter følger Netflix med en ugentlig andel på 37 procent. 31 procent benyttede sig af DRTV på en ugentlig basis.

Med formuleringen om, at DRTV skal være "fremtidens indgang til DR's tv-indhold", refereres der således til, at DR på baggrund af udviklingen i befolkningens medieforbrug forventer, at DRTV bliver en stadig vigtigere indgang til public service-indhold for en voksende del af befolkningen.

Hvis dansk indhold i en tid med meget stærke udenlandske aktører fortsat skal opleves som relevant af befolkningen, er det nødvendigt med et stærkt dansk alternativ til de udenlandske tjenester. Det ønsker DR at levere med DRTV.

DR tror på, at et mangfoldigt mediemarked med plads til både de private aktører og public service-medier er bedst for hele branchen og for brugerne, og DR har igennem mange år samarbejdet med de private aktører i de forskellige led i mediekredsløbet.

Af DR's samlede programudgifter på ca. 3,2 mia. kr. går 1,5 mia. kr. således til det private marked. I runde tal udgør bestillinger hos private producenter ca. 0,5 mia. kr., mens 0,5 mia. går til eksterne medvirkende i DR's programmer og til filmstøtte. Omtrent 0,5 mia. kr. bliver brugt på rettigheder (musikere, komponister, manuskriptforfattere, skuespillere, scenografer, forfattere, billedkunstnere og skulptører) og indkøb af færdige programmer.

På distributionsområdet har DR ligeledes gennem de sidste 30 år haft et meget velfungerende samarbejde med de kommercielle distributører om retransmissionssystemet, der har gjort det muligt for de kommercielle distributører at videreudsende DR's og andre tv-stationers kanaler til deres kunder mod betaling.

DR har i de seneste år samarbejdet med distributørerne om at tilpasse retransmissionssystemet fra den analoge verden til en digital verden. DR har givet distributørerne en række muligheder for at udvikle deres produkt, herunder muligheder, som DR ikke selv tilbyder DR's brugere. DR stiller endvidere DRTV-tjenesten til rådighed, så distributører kan retransmittere den som en del af en videreudsendelsesaftale.

DR vil fortsætte og udvide samarbejdet med rettighedshavere og distributører om fremtidige mulige udnyttelsesområder, så aktørerne i fællesskab kan sikre og fastholde en sund model for distribution, som er til gavn for både broadcastere, kommercielle distributører, rettighedshavere og befolkningen.

Endelig ønsker DR at bemærke, at konkurrencen på mediemarkedet i dag ikke meningsfuldt kan betragtes som en konkurrence mellem DR og private danske aktører, men derimod må anskues som en konkurrence mellem danske medier, herunder DR, og multinationale aktører, såsom Google og Facebook, der i dag står for 85 procent af annoncesalget i Danmark.”

Afslutningsvist kan jeg oplyse, at regeringen om kort tid vil præsentere sit mediepolitiske oplæg med henblik på de kommende forhandlinger om en ny medieaftale, som bl.a. vil fastlægge rammerne for DR's virksomhed i de kommende år.

Mette Bock