



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

29. november 2018

Folketingets Kulturudvalg har den 19. november 2018, efter ønske fra Mogens Jensen (S), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 35 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Ministeren bedes indhente en redegørelse for henvendelsen fra TV2 Østjylland omdelt som KUU alm. del – bilag 39 til tv-producenter, idet jeg finder det bemærkelsesværdigt, hvis TV2 Østjylland vil til at anvende licenskroner på medieindhold der primært er målrettet til visning på Youtube.

Svar:

Jeg har til brug for besvarelsen indhentet et bidrag fra TV 2/ØSTJYLLAND, som har oplyst følgende:

”TV2 ØSTJYLLAND skal ifølge PS-kontrakt gældende for 2015-2018 'drive internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bruger internettets formidlingsformer og som bidrager til public service formål og som er redaktionelt begrundet'

Der står endvidere om præmis og formål for public service virksomheden:
... og skal sikre, at TV 2/ØSTJYLLAND videreføres og udvikles som udbyder af regionalt public service-indhold på tv, internet og andre platforme, som seere og brugere efterspørger.

I det foreliggende udkast til kontrakt for 2019-2023 står der: *TV2 ØSTJYLLAND skal fokusere på udvikling af indhold og distributionsformer, der ud fra en helhedsbetragtning er relevant i det pågældende regionale område, herunder ift befolkningssammensætningen mv. (paragraf 3.3)*

I Østjylland er en stor andel af borgerne unge voksne – tal fra Danmarks Statistik viser at 20% af indbyggerne er mellem 18 og 30 år. Det er en større andel end landsgennemsnittet (17%) og f.eks. hovedstadsområdet (18%). I det lys finder vi det helt naturligt at benytte de platforme for distribution, som er relevante for netop den målgruppe

Tal fra en undersøgelse lavet af Epinion for TV2 ØSTJYLLAND i 2017 viser, at kun 28% de 15-29 årige benytter sig af flow-tv dagligt, mens 38% bruger YouTube. Tal fra DRs medieforskning i 2016 viser, at 48% af aldersgruppen 12+ ser YouTube ugentligt - det tal er meget sandsynligt kun steget på de seneste 2 år.

Vi har allerede gjort os nogle positive erfaringer med at producere målrettet til YouTube:

I 2018 fik TV2 ØSTJYLLAND Metronome Aarhus til at producere en serie målrettet kvinder i alderen 18-24 år, der handler om krops-positivisme. Vores research viste, at hver 3. kvinde i landsdelen havde det så svært med deres krop, at det hæmmede dem i hverdagen (Epinion for TV2 ØSTJYLLAND). Efter undersøgelser af hvilken distributionsform, der var mest effektiv ifht at ramme målgruppen, valgte vi YouTube som primær platform. Det har efter 7 uger medført følgende: Flere end 146.000 visninger af første afsnit og over 1.8 mio minutter set i alt af hele serien. Serien har via YouTube ramt lige præcis den målgruppe vi ønskede, og som vi har så svært ved at få til at se (flow)tv: 32 % af seerne af vores serie er kvinder i alderen 18-24 år.

Vi ønsker også i 2019 at invitere private producenter til at komme med bud på denne vigtige opgave med at producere dansk public service til unge, og det er den invitation, der netop er sendt ud til producenterne i ønsket om, at de kan bidrage til udviklingen af indhold og distribution på de platforme, som målgruppen benytter – i dette tilfælde YouTube.

Vigtigt er det også at huske, at intet indhold, der udvikles til og distribueres på YouTube udelukkende ligger på YouTube. Det sendes også på vores kanal, i vinduerne på TV 2 Danmark samt ligger tilgængeligt via vores hjemmeside. Vi spreder det ud alle de steder, det giver mening for at flest mulige får glæde af vores public service indhold.

Pointen er, at hvis ikke vi udvikler indhold målrettet den bestemte platform, vil det være umuligt at opnå samme rækkevidde, som vi har set med eksemplet beskrevet ovenover. Vores erfaring er, at digitale platforme er mindre taknemmelige end tv-plattformen. Hvis ikke form og indhold rammer rent fra første sekund, er brugerne hurtigt væk.

Vi mener derfor det er nødvendigt for at sikre public service til alle generationer, at vi udvikler unikt indhold til distribution på YouTube såvel som til en række andre sociale og digitale platforme.”

Jeg kan henholde mig til det af TV 2/ØSTJYLLAND oplyste.

Mette Bock