



Folketingets Kulturudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

**Kulturministeren**

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1203 København K

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

27. marts 2020

Folketingets Kulturudvalg har den 25. marts 2020, efter ønske fra Stén Knuth (V), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 1 (L 154), som jeg hermed besvarer.

**Spørgsmål:**

Hvordan har man fra Kulturministeriet side informeret denne gruppe af borgere, herunder særligt den ældre del af gruppen, om at signalet lukkes den 31. marts 2020?

**Svar:**

Som det er forudsat i forbindelse med den brede politiske aftale fra 2015 om en vækstplan for digitalisering i Danmark, der indebar beslutning om frigivelse af hidtidige tv-frekvenser (700 MHz) til mobilt bredbånd i april 2020, iværksatte Kulturministeriet i slutningen af februar 2020 en offentlig informationskampagne "Sort signal". Kampagnen har til formål at gøre danskerne opmærksomme på, at de skal undersøge, om de bliver berørt af den overgang til nyt tv-signal, der er en konsekvens af signallukningen, og give bud på, hvad de i givet fald kan gøre for at undgå sort skærm.

Kampagnen, hvortil der er afsat midler fra overskydende licensprovenu, jf. tillægsaftale af 29. marts 2019 til Mediaaftale 2015-2018, har indtil videre omfattet hjemmesiden "sortsignal.dk" (med generel information, en pædagogisk video samt en lang række spørgsmål/svar), etablering af en "hotline" samt annoncering i medier og i busser/tog. I tilknytning hertil har ministeriet særskilt informeret ejere af fællesantenneanlæg samt kommunerne samt iværksat en dialog med en række relevante aktører (forhandlere af modtageudstyr, Fritidshusejernes Landsforening, Feriehusudlejernes Brancheforening, større udlejere af sommerhuse, Dansk Camping Union, Danske Seniorer, Ældre Sagen). Annoncering i medier mv. var planlagt intensiveret de sidste tre uger op mod den planlagte lukkedato, men har været stillet i bero i lyset af de bestræbelser, der blev sat i gang for at udskyde lukkedatoen.

Planlægning og gennemførelse af kampagnen, herunder koordinering af hovedbudskab, er sket og sker i dialog med Boxer A/S og DR, der som distributører af antenne-tv også arbejder på sikring af information til antenne-seerne om overgangen til nyt signal.

DR har således lagt information om overgangen på dr.dk og tekst-tv, ligesom man i en kortere periode har informeret via spots på radio og tv. Herudover sender DR nu crawltekster på DR1 i 3 minutter kl. 12.00, 18.30 og 21.00 (teksterne kan kun ses ved modtagelse med antenne-tv).

Boxer har informeret sine kunder (som de i kraft af kundeforholdet kender identiteten på) direkte via mail, sms, brev, hjemmeside, sociale medier, ligesom man med et tilbud om en gratis "månedens kanal", har givet kunderne mulighed for hurtigt at afklare, om deres modtageudstyr er klar til det nye signal.

Ældre borgere er særligt adresseret i en række af de nævnte tiltag. Mediestrategien er tilrettelagt med henblik på at nå så mange ældre borgere som muligt, den nævnte "hotline" er etableret ikke mindst for at imødekomme ældres behov for rådgivning, der ikke kun ligger på internettet (og mange ældre borgere har benyttet sig af den) og DR's informationen over tekst-tv når ligeledes ud til mange ældre. Desuden har der, som nævnt, været kontakt til ældreorganisationer, ligesom orienteringen af kommunerne har haft til formål at sikre orientering til plejepersonale.

Afslutningsvis skal jeg bemærke, at de ovennævnte hidtidige informationstiltag har haft en positiv effekt, idet der ifølge medierne fra forhandlerbranchen er meldt om markant højere salg af nye fjernsyn i marts måned. Kampagnen vil nu blive videreført med udgangspunkt i den nye lukkedato, jf. mit svar af d.d. på spørgsmål 2.

Joy Mogensen