



Kulturministeren

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

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

Folketingets Kulturudvalg
Christiansborg
1240 København K

14. juni 2024

Folketingets Kulturudvalg har 17. maj. 2024, efter ønske fra Mikkel Bjørn (DF), stillet mig følgende spørgsmål nr. 155 (alm. del), som jeg hermed besvarer.

Spørgsmål:

Hvad vil ministeren gøre for at vores ældre medborgere i større omfang end tilfældet er i dag, bliver bekendt med mulighederne for at anvende DRs streamingapp og dermed bl.a. få adgang til klassiske DR-udsendelser under Gensyn-delen?

Svar:

Udbredelsen af kendskabet til DR's forskellige public service-tilbud er en opgave, der tilfalder DR. Jeg har derfor forelagt spørgsmålet for DR, som oplyser følgende:

”DRTV er den digitale indgang til DR's samlede tv-tilbud, som skal løfte hele DR's public service-opgave og dermed også bruges af alle aldersgrupper. Nielsen Seer-undersøgelsen viser, at 31,6 pct. af de 65+-årige brugte DRTV ugentligt i uge 1-20 i 2024. Det gør DRTV til den mest udbredte streamingtjeneste blandt de 65+-årige i den periode. Og brugen af DRTV i denne målgruppe er steget fra 2023 til 2024.

I forbindelse med indførelsen af obligatorisk login til DRTV fra den 30. september 2024 tager DR rundt i Danmark for at hjælpe danskerne med at oprette login. Her benytter DR muligheden for at nå særligt den ældre del af befolkningen med oplysninger om DRTV – såvel indholdet som funktionerne.

Kendskabet til DRTV sikres desuden ved særskilte kampagner hver måned. Disse kampagner har til formål at nå bredt ud i befolkningen, herunder også de ældre medborgere, hvorfor kampagnerne er planlagt på medier og tidspunkter, hvor antallet af ældre seere og lyttere er særligt højt. Både på DR1 og DR2 samt på DR's radiokanaler og sociale medier.

Brugerne vil på tv opleve en kampagne som et lille indslag på 40-60 sekunder, der vises mellem to programmer. I indslaget vil der være udvalgte klip, som giver et samlet bil-

lede af, hvad man kan forvente, og der kan indgå skærmoptagelser fra DRTV, så brugere kan se, hvordan man finder indhold på tjenesten. Der har f.eks. været kampagner for Gensyn, hvor en blanding af klip fra forskellige perioder og genrer viser bredden i tilbuddet.

Som supplement til de særskilte DRTV-kampagner kan desuden nævnes, at der i stort set alt øvrig programmarkedsføring for tv-indhold henvises til, at programmerne nemt kan findes på DRTV. Her fremhæves bl.a. fordele som at man kan få adgang til indholdet tidligere, se tidligere sæsoner eller se alle afsnit med det samme.

Endelig er DRTV tæt integreret med dr.dk, hvor mange, også ældre, danskere dagligt får deres nyheder. Her er det gjort nemt tilgængeligt for brugere at gå direkte fra nyhedsartikler eller programomtaler til det omtalte DRTV-indhold på deres tablet, computer eller mobiltelefon.”

Med venlig hilsen

Jakob Engel-Schmidt