



Folketingets Kulturdvalg
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

30. oktober 2017

Folketingets Kulturdvalg har den 18. september 2017 stillet mig følgende spørgsmål, nr. 227 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Ministeren bedes oplyse:

- A. hvad koster det i husleje at leje det studie, som Aftenshowet bruger i Industriens Hus på Rådhuspladsen?
- B. hvad er den gennemsnitlige minutpris på produktion af DR-programmerne TV Avisen, Bagedysten, Deadline og Debatten?
- C. hvor mange procent af de DR-programmer, der udlægges, er lagt ud til selskaber, hvor teknikere, værter eller andre redaktionelle medarbejdere, der tidligere har været ansat i DR, medvirker direkte eller indirekte i selskabet eller udsendelsen?
- D. hvor stor en del af danskerne betaler licens, fordelt på hhv. aldersgrupper og geografisk placering?
- E. hvad er seer- og lyttertallet, fordelt på aldersgrupper, for de enkelte P4-distrikter og TV 2-regioner?
- F. hvad vil det koste, estimeret, at indføre nulmoms på digitale medier i Danmark?

Svar:

Kulturministeriet har til brug for besvarelsen af spørgsmålene, undtaget spørgsmålene: hvad er seer- og lyttertallet, fordelt på aldersgrupper, for de enkelte TV 2-regioner og hvad vil det koste, estimeret, at indføre nulmoms på digitale medier i Danmark, indhentet bidrag fra DR, der oplyser følgende:

Ad A) ”Hvad koster det i husleje at leje det studie, som Aftenshowet bruger i Industriens Hus på Rådhuspladsen?

Som det fremgår af radio- og fjernsynslovens § 86, er de almindelige regler om aktindsigt ikke fuldt ud gældende for DR. Det fremgår af loven, at ”sager og dokumenter vedrørende DR’s og de regionale TV 2-virksomheders programvirksomhed og forretningsmæssige forhold i tilknytning hertil er undtaget fra lov om offentlighed i forvaltningen”. Bestemmelsen omfatter således bl.a. oplysninger om programudgifter.

Det fremgår af lovbemærkningerne, at hensynene bag denne undtagelse dels er redaktionelle, hvor der skal være mulighed for fri programlægning, beskyttelse af kilder og kunstnerisk frihed, og dels økonomiske og konkurrencemæssige, hvor der ønskes en sidestilling af DR med øvrige medier, som ikke er omfattet af offentlighedsloven.

På den baggrund finder DR det korrekt ikke at oplyse, hvad det koster at leje det studie, som Aftenshowet benytter i Industriens Hus.

Det bemærkes, at Aftenshowet har som en central del af sit koncept, at programmet skal foregå ude i hverdagslivet blandt danskerne. Aftenshowet har af samme årsag altid ligget i et eksternt studie.

Ad B) Hvad er den gennemsnitlige minutpris på produktion af DR-programmerne TV Avisen, Bagedysten, Deadline og Debatten?

Som det fremgår af radio- og fjernsynslovens § 86, er de almindelige regler om aktindsigt ikke fuldt ud gældende for DR. Det fremgår af loven, at "sager og dokumenter vedrørende DR's og de regionale TV 2-virksomheders programvirksomhed og forretningsmæssige forhold i tilknytning hertil er undtaget fra lov om offentlighed i forvaltningen". Bestemmelsen omfatter således bl.a. oplysninger om programudgifter.

Det fremgår af lovbemærkningerne, at hensynene bag denne undtagelse dels er redaktionelle, hvor der skal være mulighed for fri programlægning, beskyttelse af kilder og kunstnerisk frihed, og dels økonomiske og konkurrencemæssige, hvor der ønskes en sidestilling af DR med øvrige medier, som ikke er omfattet af offentlighedsloven.

På den baggrund finder DR det korrekt, ikke at oplyse minutpriserne på de i spørgsmålet nævnte programmer.

Ad C) Hvor mange procent af de DR-programmer, der udlægges, er lagt ud til selskaber, hvor teknikere, værter eller andre redaktionelle medarbejdere, der tidligere har været ansat i DR, medvirker direkte eller indirekte i selskabet eller udsendelsen?

DR ligger ikke inde med fyldestgørende oversigter over hvilke personer, der direkte eller indirekte medvirker i produktioner, som lægges ud til eksterne producenter. DR ligger tilsvarende ikke inde med oversigter over ansatte i de selskaber, som producerer programmer for DR, eller om disse tidligere har været ansat i DR.

DR har således ikke nogen samlet viden om, hvor mange procent af de DR-programmer, der udlægges, der er lagt ud til selskaber, hvor teknikere, værter eller andre redaktionelle medarbejdere, der tidligere har været ansat i DR, medvirker direkte eller indirekte i selskabet eller udsendelsen.

Ad D) Hvor stor en del af danskerne betaler licens, fordelt på hhv. aldersgrupper og geografisk placering?

Per 26. september 2017 var 2.397.849 husstande tilmeldt licens. DR skønner, at det samlede antal husstande i Danmark på samme tidspunkt var 2.677.182.

På baggrund af ovenstående er der foretaget en fordeling på aldersgrupper og geografisk placering.

Tabel 1 viser antallet af licenstilmeldte og det samlede antal husstande på tværs af aldersgrupper.

| Alder | Licenstilmeldte | Husstande | Andel (pct.) |
|--------------|------------------------|------------------|---------------------|
| 18-29 | 198.282 | 319.302 | 62% |
| 30-39 | 312.979 | 360.297 | 87% |
| 40-49 | 436.840 | 455.561 | 96% |
| 50-59 | 472.278 | 497.875 | 95% |
| 60-69 | 410.245 | 433.453 | 95% |
| 70+ | 567.225 | 610.694 | 93% |
| I alt | 2.397.849 | 2.677.182 | 90% |

Anm.: Kolonnen med licenstilmeldte tager udgangspunkt i en registrering af den ældste person i husstanden op til 99 år. DR har endvidere licenstilmeldinger fra et mindre antal husstande, hvor DR ikke kender fødselsdatoen på den ældste person i husstanden, hvorfor disse ikke er taget med i opgørelsen

Kilde: DRs opgørelse.

Det bemærkes, at størstedelen af de samlede danske husstande vurderes at være licenspligtige. DR skønner imidlertid, at ca. 0,7 pct. af de danske husstande ikke er licenspligtige. Det bemærkes endvidere, at der kan bo flere licenspligtige i samme husstand.

Som det fremgår, er andelen af licenstilmeldte lavest blandt de unge i aldersgruppen 18-29 år. Det kan bl.a. skyldes, at der i aldersgruppen er relativ mange personer, der flytter (unge der flytter hjemmefra). Licenstilmelding er baseret på en tilmeldemodell, hvor betaleren aktivt skal tilmelde sig og erfaringerne viser, at de unge på sigt tilmelder sig. De unge er dog også overrepræsenteret i licensafmeldingerne.

DR gennemfører med mellemrum licenskampagner, som har til formål at øge andelen af licenstilmeldte. DRs kampagner har typisk to indsatsområder, herunder en generel indsats mod alle potentielle nye licensbetalere samt en mere målrettet indsats mod unge, hvor der er en stor andel potentielle licensbetalere.

Tabel 2 viser antallet af licenstilmeldte og det samlede antal husstande på tværs af regioner.

| Region | Licensmeldte | Husstande | Andel (pct.) |
|---------------|---------------------|------------------|---------------------|
| Hovedstaden | 734.826 | 842.014 | 87% |
| Midtjylland | 532.210 | 599.221 | 89% |
| Nordjylland | 252.675 | 281.015 | 90% |
| Sjælland | 361.910 | 383.860 | 94% |
| Syddanmark | 516.228 | 571.072 | 90% |
| I alt | 2.397.849 | 2.677.182 | 90% |

Anm.: DR har licenstilmeldinger fra et mindre antal husstande, hvor DR ikke kender den tilmeldtes adresse. Disse indgår derfor ikke i opgørelsen.

Kilde: DRs opgørelse.

Som det fremgår, er der en smule færre tilmeldte forholdsvist i Hovedstaden og Midtjylland. Det kan skyldes, at andelen af unge er større i byerne København og Aarhus.

Ad E) Hvad er seer- og lyttertallet, fordelt på aldersgrupper, for de enkelte P4-distrikter?

P4 er DRs brede og regionalt forankrede kanal med aktualitet, underholdning og relevant indhold for voksne danskere i målgruppen 40+. Kanalens ambition er at afspejle landets mangfoldighed, være tæt på danskernes liv og samle landet på tværs af forskelligheder, geografi, alder, køn og uddannelse. P4s særlige fokus er den regionale journalistik, der skal være skarp, nær og vedkommende for lytterne. Derudover skal P4 som DRs bredt samlende radiokanal spille og præsentere et mangfoldigt udvalg af populær kvalitetsmusik for voksne danskere.

DRs besvarelse omfatter lyttertal og ikke seertal, da spg. 227 omhandler radiokanalen P4. Tabel 1 viser fordelingen af lyttertal for de enkelte P4-distrikter fordelt på aldersgrupper i antal. Tabel 2 viser fordelingen af lyttertal for de enkelte P4-distrikter fordelt på aldersgrupper i procent.

Tabel 1: Fordeling af lyttertallet for 2016 i de enkelte P4-distrikter fordelt på aldersgrupper (dækning i antal tusinder)

| | P4 Bornholm | P4 Esbjerg | P4 Fyn | P4 København | P4 Midt/Vest |
|----------|----------------|-------------|--------|--------------|---------------|
| Total | 27 | 98 | 203 | 712 | 185 |
| 12-39 år | 6 | 18 | 48 | 215 | 42 |
| 40-59 år | 10 | 35 | 76 | 269 | 66 |
| 60+ år | 10 | 45 | 79 | 228 | 78 |
| | | | | | |
| | P4 Nordjylland | P4 Sjælland | P4 Syd | P4 Trekanten | P4 Østjylland |
| Total | 213 | 177 | 97 | 88 | 321 |
| 12-39 år | 56 | 31 | 20 | 25 | 99 |
| 40-59 år | 84 | 73 | 36 | 37 | 114 |
| 60+ år | 71 | 73 | 41 | 27 | 108 |

Kilde: Kantar Gallup Radio Meter

Note: Data er et ugentligt gennemsnit

Tabel 2: Fordeling af lyttertallet for 2016 i de enkelte P4-distrikter fordelt på aldersgrupper (dækning i pct.)

| | P4 Bornholm | P4 Esbjerg | P4 Fyn | P4 København | P4 Midt/Vest |
|----------|----------------|-------------|--------|--------------|---------------|
| Total | 75 | 48 | 48 | 42 | 44 |
| 12-39 år | 59 | 26 | 30 | 29 | 27 |
| 40-59 år | 88 | 54 | 57 | 51 | 49 |
| 60+ år | 75 | 61 | 61 | 52 | 59 |
| | | | | | |
| | P4 Nordjylland | P4 Sjælland | P4 Syd | P4 Trekanten | P4 Østjylland |
| Total | 47 | 47 | 49 | 41 | 43 |
| 12-39 år | 32 | 25 | 29 | 28 | 31 |
| 40-59 år | 61 | 58 | 58 | 51 | 51 |
| 60+ år | 53 | 59 | 64 | 50 | 54 |

Kilde: Kantar Gallup Radio Meter

Note:

- Dækning angiver hvor stor en procentdel af det samlede antal lyttere på et givent tidspunkt.

- Data er et ugentligt gennemsnit

Jeg kan henholde mig til det af DR oplyste

Kulturministeriet har til brug for besvarelsen af spørgsmålet; hvad er seer- og lyttertallet, fordelt på aldersgrupper, for de enkelte TV 2-regioner, indhentet bidrag fra de regionale TV 2-virksomheder, der oplyser følgende:

Ad E)

Tabel 1: Det gennemsnitlige seertal for de regionale TV 2-virksomheders 19.30-udsendelse i 2016 fordelt på aldersgrupper (rating i antal tusinder)

| | TV2/NORD | TV/MIDT-VEST | TV 2 / ØSTJYLLAND | TV SYD | TV 2/FYN | TV ØST | Lorry | Danmark |
|----------|----------|--------------|-------------------|--------|----------|--------|-------|---------|
| 4+ år | 42 | 63 | 51 | 81 | 43 | 46 | 192 | 524 |
| 0-30 år | 4 | 7 | 5 | 6 | 3 | 4 | 16 | 44 |
| 31-50 år | 9 | 14 | 12 | 18 | 11 | 8 | 32 | 105 |
| 51 år+ | 29 | 43 | 34 | 58 | 30 | 33 | 145 | 375 |

Kilde: Kantar Gallup - TV-meter

Note: Seertal (rating i antal tusinder) viser nominelt, hvor mange tusinde som i gennemsnit har set programmet.

Tabel 2 - Det gennemsnitlige seertal for de regionale TV 2-virksomheders 19.30-udsendelse i 2016 fordelt på aldersgrupper (rating i pct.)

| | TV2/NORD | TV/MIDT-VEST | TV 2 / ØSTJYLLAND | TV SYD | TV 2/FYN | TV ØST | Lorry | Danmark |
|----------|----------|--------------|-------------------|--------|----------|--------|-------|---------|
| 4+ år | 10 | 15 | 9 | 11 | 10 | 9 | 10 | 10 |
| 0-30 år | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 31-50 år | 8 | 12 | 7 | 9 | 8 | 6 | 6 | 7 |
| 51 år+ | 18 | 26 | 19 | 20 | 20 | 18 | 17 | 19 |

Kilde: Kantar Gallup - TV-meter

Note: Seertal (rating i pct.) viser andelen af seere i forhold til hele befolkningen.

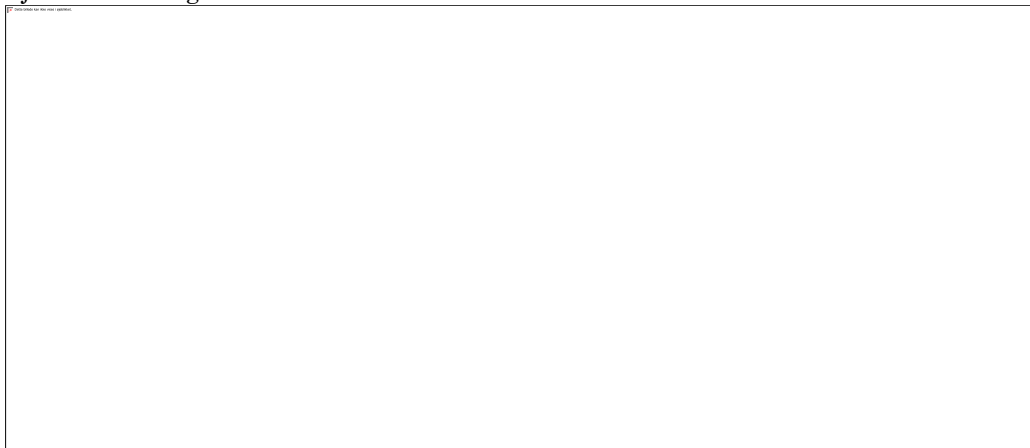
Tabel 3: Den gennemsnitlige seerandel for de regionale TV 2-virksomheders 19.30-udsendelse i 2016 fordelt på aldersgrupper (share i pct.)

| | TV2/NORD | TV/MIDT-VEST | TV 2 / ØSTJYLLAND | TV SYD | TV 2/FYN | TV ØST | Lorry | Danmark |
|----------|----------|--------------|-------------------|--------|----------|--------|-------|---------|
| 4+ år | 35 | 48 | 37 | 38 | 37 | 31 | 32 | 35 |
| 0-30 år | 20 | 29 | 17 | 14 | 16 | 17 | 16 | 17 |
| 31-50 år | 32 | 41 | 28 | 33 | 34 | 24 | 26 | 30 |
| 51 år+ | 41 | 56 | 50 | 47 | 43 | 38 | 38 | 43 |

Kilde: Kantar Gallup - TV-meter

Note: Seerandel (share i pct.) er den andel af seere programmet har tiltrukket af alle de seere i Danmark, som så tv på det pågældende tidspunkt.

Tabel 4 - Gennemsnitligt antal brugere pr. dag af de regionale TV 2-virksomheders hjemmesider og Facebooksider i 2016

The table area is currently empty, showing only the border of the table frame.

Kilde: Google Analytics, Facebook Insights.

Note: Facebook reach viser det unikke antal af personer, der har set indholdet i løbet af en given periode. "Engagement" er et beregnet tal, der viser antallet af interaktioner (likes + kommentarer + delinger) divideret med antallet af side-likes. Tallene for hjemmesiden dækker kun trafik på www. Antallet af brugere på AMP-artikler indgår ikke i tallene. Antallet af brugere på app's indgår ikke i tallene.

De regionale TV 2-virksomheder gør i bidrag til svar opmærksom på, at seertallet og tal for seerandelen for virksomhedernes 19.30-udsendelse ikke kan sammenlignes med lyttertal og dækningstal for DR's P4-distrikter, da de er målt efter en anden metode.

TV 2/Bornholm gør i selvstændigt bidrag til svar opmærksom på, at seertallene på landsplan bliver genereret via TV-Meter-systemet. Der er imidlertid så få TV-Metre på Bornholm, at det ikke giver mening at anvende systemet.

I stedet har TV 2/Bornholm igennem et par årtier haft Jysk Analyseinstitut som fast partner til at undersøge seeringen 10 gange om året. Det sker i en telefonundersøgelse, hvor et antal bornholmere bliver ringet op og udspurgt om deres tv-sening de foregående tre dage. Denne undersøgelse har en usikkerhed på +/- 3 procentpoint i hver undersøgelse. Jysk Analyse spørger hver måned til seeringen af det regionale vindue og samsendingen på den regionale kanal. Der er bedt om et gennemsnit i 2016, og fordi antallet af respondenter i de sammenlagt 10 undersøgelser bliver meget stort, så vil usikkerheden blive mindre.

Tabel 5 - De gennemsnitlige seertal og den gennemsnitlige seerandel for TV 2/Bornholms 19.30-udsendelse i 2016 fordelt på aldersgrupper.

| | Seertal i pct. (rating i pct.) | Seerandele (share i pct.) |
|----------|--------------------------------|---------------------------|
| Total | 26 | 68 |
| 18-29 år | 9 | 48 |
| 30-39 år | 11 | 43 |
| 40-49 år | 20 | 64 |
| 50-59 år | 27 | 75 |
| 60-69 år | 36 | 72 |
| 70+ år | 40 | 77 |

Kilde: Jysk Analyse

Note: Seertal (rating i pct.) viser andelen af seere i forhold til befolkningen. Seerandel (share i pct.) er den andel af seere programmet har tiltrukket, som så tv på det pågældende tidspunkt.

Tabel 6 - Gennemsnitligt antal brugere pr. dag af TV 2/Bornholms hjemmeside og Facebookside i 2016

| | Hjemmeside | Facebook |
|---------------|--------------------------|----------------------------|
| | <i>Besøgende pr. dag</i> | <i>Total reach pr. dag</i> |
| TV 2/Bornholm | 2.930 | 25.700 |

Kilde: Google Analytics, Facebook Insights.

Note: Facebook reach viser det unikke antal af personer, der har set indholdet i løbet af en given periode. Tallene for hjemmesiden dækker kun trafik på www. Antallet af brugere på app's indgår ikke i tallene.

Jeg kan henholde mig til det af de regionale TV 2-virksomheder, herunder selvstændigt svarbidrag fra TV 2/Bornholm, oplyste.

Kulturministeriet har til brug for besvarelsen af spørgsmålet; hvad vil det koste, estimeret, at indføre nulmoms på digitale medier i Danmark, indhentet bidrag fra Skatteministeriet, der oplyser følgende:

Ad F) ”For nuværende er det ikke muligt at indføre nulmoms på digitale medier i Danmark. Det skyldes, at de gældende EU-regler på området alene giver Danmark mulighed for at have nulmoms på trykte aviser. EU-Kommissionen har fremsat et direktivforslag, hvorefter momssatserne på bøger, aviser og tidsskrifter kan ændres. Såfremt forslaget bliver vedtaget i sin nuværende form, vil det give Danmark mulighed for at indføre nulmoms på elektroniske aviser.

En indførelse af nulmoms på elektroniske aviser, samtidig med at de pålægges lønsumsafgift, skønnes med stor usikkerhed at medføre et varigt mindreprovenu på 25 mio. kr. (2017-niveau) efter tilbageløb (nulmoms giver en besparelse for forbrugerne og øger muligheden for øget forbrug af andre afgiftsbelagte varer) og ændret adfærd (arbejdsudbud). Det forudsættes, at elektroniske aviser pålægges lønsumsafgift samtidig med en evt. nulmomsordning, idet trykte aviser i dag er pålagt lønsumsafgift.”

Jeg kan henholde mig til det af Skatteministeriet oplyste.

Mette Bock