



Danskerne, DR og licensen

—

Notat fra Epinion

Epinion A/S for DR

Januar 2006

Indholdsfortegnelse

1 Om notatet.....	3
1.1 Formål med undersøgelsesforløbet.....	3
2 Hovedresultater	4
3 Hvad viser undersøgelsen	6
3.1 Kendskab til reel prisstruktur på markedet.....	6
3.1.1 Holdning til licensniveauet.....	7
3.1.2 Holdninger til forskellige goders prisniveau.....	8
3.1.3 Operationelle konsekvenser.....	9
3.2 'Værdi for pengene' /prioritering af DR	10
3.2.1 Prioritering af DR	10
3.2.2 Oplevet værdi for pengene.....	11
3.2.3 Operationelle konsekvenser.....	11
3.3 Betalingsvillighed og DR i fremtiden	12
3.3.1 DR i fremtiden	12
3.3.2 Arrangementer og kulturelle begivenheder	13
3.3.3 Nye DR eller gamle DR	14
3.3.4 Betalingsvillighed	15
3.3.5 Operationelle konsekvenser.....	17
3.4 Holdninger til DR og licens	18
3.4.1 Argumenter for prisstigninger	18
3.4.2 Licenspligt for andre elektriske apparater end tv og radio.....	19
3.4.3 Holdninger til DR´s produktion	19
3.4.4 DR følger med tiden	20
3.4.5 Operationelle konsekvenser.....	21

1 Om notatet

Dette notat er et led i Epinions kortlægning af danskernes holdning til 'licensen og Danmarks Radio' for DR.

Rapporten er baseret på 1154 interviews med et repræsentativt udvalg af danskere på over 18 år samt derudover en indledende undersøgelse på 1039 interview.

1.1 Formål med undersøgelsesforløbet

På indholdssiden har en af undersøgelsens overordnede målsætninger været at komme om 'bag ved' prisdiskussionen i forhold til DR's ydelser. Derfor har undersøgelsen på visse felter taget afsæt i spørgsmål og analyseformer som klassisk anvendes, hvis man analyserer kundernes opfattelse af prisstrukturerne på et marked.

I forhold til DR er kendsgerningen den, at hvis man overfor brede kredse i befolkningen stiller et ligefremt spørgsmål om hvorvidt man synes licens skal sættes ned, så svarer alle ja. Det er nøjagtigt det samme fænomen, som hvis man spurgte folk om, hvorvidt de gerne ville betale mindre i skat eller mindre for varerne i supermarkedet. Udfordringen er at komme om bag ved sådanne 'automatsvar' for derigennem at bore ned i seernes reelle præferencer over forskellige medietilbud i markedet. En af metoderne til dette har været først at undersøge befolkningens reelle kendskab til prisstrukturerne på mediemarkedet og dernæste undersøge, hvordan danskerne forholder sig til prisen på DR's programmer og ydelser, når de får fuld information om priserne på licensen og andre tilbud på mediemarkedet.

En anden vigtig dimension i undersøgelsen har derudover været at finde ud af, hvordan danskerne ser på DR. Det gælder både udviklingen de seneste år, og danskernes ønsker til DR's fremtid.

2 Hovedresultater

Kendskab til prisstruktur på markedet

Undersøgelserne viser, at en meget stor del af danskerne ikke ved, hvad de betaler i licens, ligesom priserne på mediemarkedet er uigennemskuelige for danskerne.

Der er endvidere en væsentlig andel af danskerne, der tror, at prisen for DR's programmer og services er steget eller steget meget indenfor de senere år sammenholdt med lønudviklingen.

Undersøgelsen viser, at der er store gevinster forbundet med at synliggøre prisstrukturerne på mediemarkedet for DR, idet flere vurderer, at DR er billig efter fuld information om prisen for licensen sammenlignet med prisen på andre medier.

Oplevet værdi

DR har stadig en særlig status blandt danskerne i forhold til andre mediebetalingstilbud. Når de bliver sat til at prioritere i medietilbud, er der flest danskere, der nødigst vil undvære DR's tilbud. Samtidigt er DR også det 'medie', som flest danskere vurderer, leverer mest kvalitet for pengene, når priserne på medietilbuddene lægges åbent frem.

Der er dog flere danskere, der vurderer at DR leverer en kvalitet, som de ikke vil undvære, end der er danskere, som vurderer, at DR leverer mest værdi for pengene sammenlignet med andre medietilbud.

Med henblik på fortsat at "være noget for alle" viser undersøgelsen endvidere, at DR bør gøre en ekstra indsats for at få programsammensætningen og 'distributionskanalerne' til i højere grad at matche de unge, kvindernes og de kortuddannedes interesseområder og præferencer.

Betalingsvilligheden

Undersøgelsen viser, at der generelt er opbakning til, at DR satser på nye områder i fremtiden. Knapt 8 ud af 10 af danskerne går således ind for, at DR enten investerer flere penge i kvaliteten af programmer og services eller tilbyder nye temakanaler.

Undersøgelsen viser endvidere, at over halvdelen af danskerne foretrækker 'det nye DR' med temakanaler, også selvom licensen stiger til 160 kr. om måneden.

Den gennemsnitlige betalingsvillighed for DR's programmer og services ligger således marginalt over, hvad DR har bedt om i forbindelse med det nye medieforlig.

Holdninger til DR og licens

Undersøgelsen viser, at der er en bred opbakning til en generel medielicens for alle husstande med et apparat, der kan modtage DR's programmer og services, hvis rationalet bag ved forklares.

Undersøgelsen viser endvidere, at danskerne finder det vigtigt, at der i Danmark er en institution som DR, der bruger tid og ressourcer på at producere forskellige typer af programmer på dansk og set fra et dansk perspektiv. DR bør derfor gøre det klart, at forudsætningen for, at der også i fremtiden kan blive produceres sådanne programmer og udsendelser er, at licensgrundlaget sikres.

Størstedelen af danskerne vurderer, at DR har været inde i en positiv udvikling de senere år. Der er dog færre kvinder end mænd der er enige i, at DR har udviklet sig i en positiv retning de sidste 10 år.

3 Hvad viser undersøgelsen

3.1 Kendskab til reel prisstruktur på markedet

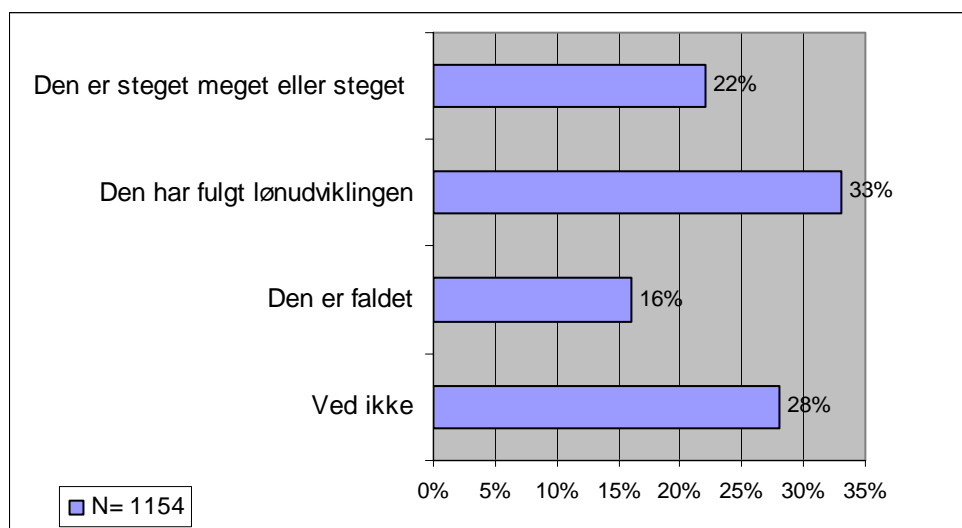
I dette afsnit gennemgås danskernes vurdering af prisen for licensen. Undersøgelsen viser her, at danskernes viden om licensprisen er begrænset, samt at vurderingen af prisen for licensen ændrer sig, når danskerne gives fuld information om priserne for andre tilbud på mediemarkedet.

Figur 1 viser, at over hver femte dansker har en oplevelse af, at licensen er steget eller steget meget sammenholdt med lønudviklingen de seneste år. Knap 30 % erkender, at de ikke har kendskab til udviklingen i prisen for licensen.

Dette resultat understøtter den helt grundlæggende konklusion fra en tidligere undersøgelse, om at danskernes kendskab til prisen for licensen er begrænset. Den tidligere undersøgelse viste således, at det kun er en tredjedel af danskerne, der ved, hvad de betaler i licens (vi ser bort fra sorthvide licenser og radiolicenser). Endvidere indrømmede 4 ud af 10 ligeledes åbent, at de ikke ved, hvad de betaler i licens.

Undersøgelsen viser ydermere, at der er flere danskere der vurderer, at licensen er steget end faldet sammenholdt med lønudviklingen.

Figur 1: Sammenholdt med lønudviklingen i Danmark er det så dit indtryk af licensen de seneste 5 år er steget meget, steget, fulgt lønudviklingen, faldet eller faldet meget¹?



Undersøgelsen viser endvidere, at der er store forskelle på udvalgte

¹ Ingen af respondenterne har svaret "falder meget", derfor indgår denne svarkategori ikke i figuren.

målgrupperes vurdering af prisudviklingen på licens.

Der er en klar tendens til, at danskere med kortere uddannelse hyppigere har en oplevelse, at licensen er steget de seneste fem år. Der er endvidere flere lavt uddannede (34 %), som åbent angiver, at de ikke ved, hvordan prisen på licens har udviklet sig.

Knappt halvdelen i den yngste aldersgruppe (18-29 år) indrømmer ligeledes åbent, at de ikke ved, hvordan prisen på licensen har udviklet sig de seneste fem år.

3.1.1 Holdning til licensniveauet

Udgangshypotesen har været, at oplevelsen af licensen som relativt dyr i høj grad er betinget af danskernes manglende kendskab til prisen for andre medietilbud (dvs. mediemarkedets generelle pris-uigennemsigtighed).

Hvis denne hypotese er korrekt skyldes en stor del af den ofte nærmest instinktdrevne modvilje mod licensen, at seerne ikke har nogen reel fornemmelse for hvor meget 'de får for pengene'. For at teste dette har vi stillet halvdelen af deltagerne i undersøgelsen et spørgsmål om, hvordan de vurderer prisen på licensen uden oplysninger om pris på licensen og andre medietilbud. Den anden halvdel af deltagerne er blevet stillet samme spørgsmål, men er samtidigt blevet oplyst om prisen på licensen og på andre mediebetalingstilbud. På den måde er der gennemført et kontrolleret eksperiment af, hvad information om det generelle prisniveau på mediemarkedet betyder for holdningerne til licensen.

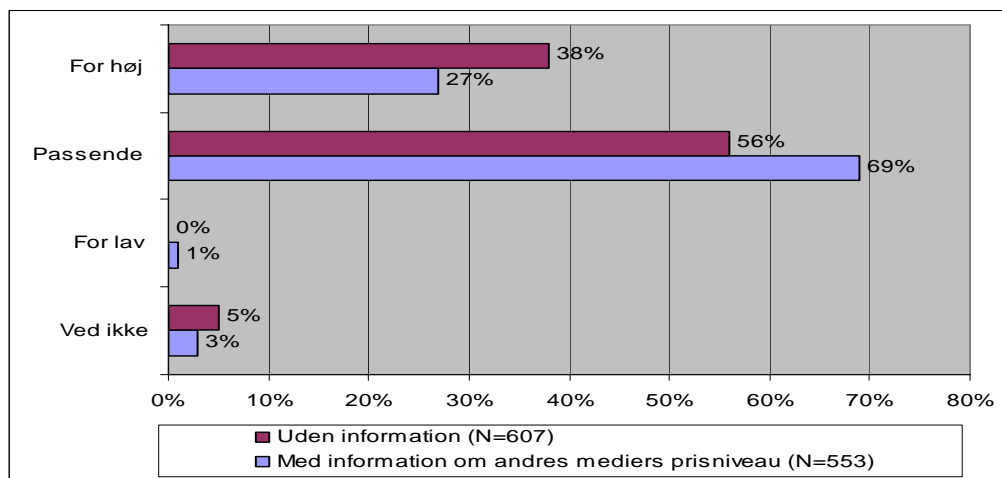
Figur 2 viser, at når der spørges til vurderingen af prisen på licens, uden oplysninger om prisen på licens eller andre mediebetalingstilbud, angiver 38 % af danskerne, at prisen for licens er for høj, mens 56 % finder den passende.

Når danskerne derimod samtidigt får information om prisen for DR's programmer og services og på et avis- og Viasat guld abonnement,² er der derimod 13 % flere, der angiver, at de finder prisen for licensen passende (69 %), mens blot 27 % finder prisen for høj.

Undersøgelsen tyder således på, at når danskerne får information om priserne på andre medietilbud, så er de mere positive i deres vurdering af prisen for DR's ydelser.

² Priserne for disse forskellige medier er beregnet med basis i de nyeste tal for priserne på henholdsvis den gennemsnitlige månedlige pris på avisabonnement på de tre store morgenaviser ved tegning af 3 måneders normalabonnement (334 kr. om måneden), og de eksisterende månedlige priser på et Viasat Guld abonnement (304 kr. om måneden).

Figur 2: Er Licensen efter din opfattelse for høj, passende eller for lav?



Undersøgelsen viser, at der er en klar tendens til, at personer med kortere uddannelse hyppigere vurderer, at licensen er for høj. Undersøgelsen viser dog også, at fuld information om priserne på mediemarkedet også er et virksomt argument i denne gruppe, idet færre efterfølgende vurderer, at prisen for DR's programmer og services er for høj.

3.1.2 Holdninger til forskellige goders prisniveau

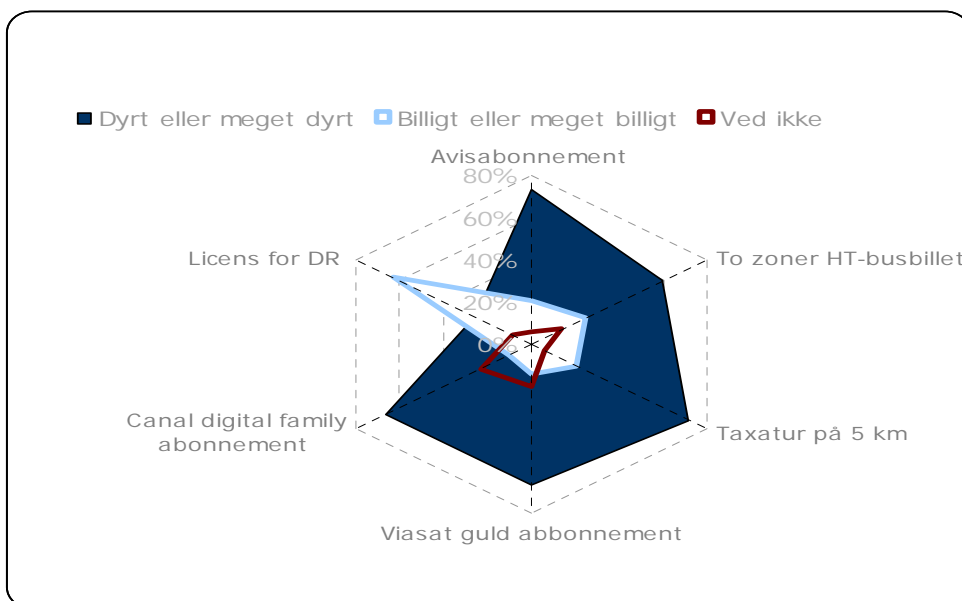
I undersøgelsen har Epinion endvidere bedt danskerne om spontant at vurdere en række ydelser og produkter, i forhold til om de er dyre eller billige, når der gives fuld information om prisen på ydelsen. Spørgsmålene er formuleret således: Jeg nævner nu prisen for en række ting. Jeg vil gerne høre, om du umiddelbart synes, at det er dyrt eller billigt. Et avisabonnement koster 335 kr. om måneden - synes du umiddelbart det virker meget dyrt, dyrt, billigt eller meget billigt? Etc.

Hele ideen er at fange respondentens spontane prisreaktion. Igen handler det om at bore en tand dybere ned end i de sædvanlige spørgsmål om licensen, hvor seernes manglende vilje til at betale ofte blot afspejler ikke-reflekterede, vanemæssige reaktioner uden basis i reel information om, hvad deres medieforbrug i øvrigt koster.

Undersøgelsen viser her, at hele 64 % af danskerne vurderer, at licensen er billig eller meget billig, mens kun 26 % finder den dyr eller meget dyr. Dette resultat er i sig selv et positivt resultat. Sammenlignet med vurderingen af de resterende goder og ydelser, er det endog meget godt. Det er således blot henholdsvis hver femte og hver tiende dansker, der vurderer, at et avisabonnement og et Canal Digitalabonnement er billigt eller meget billigt.

Dette resultat understøtter ligeledes, at DR bør informere mere om prisen for DR's ydelser sammenlignet med prisen på andre goder og ydelser. Når der skabes gennemskelighed i prisniveauet (for andre medieydelser), så finder knapt to ud af tre danskere licensen billig eller meget billig.

Figur 3: Synes du umiddelbart at et avisabonnement, to zone HT-busbillet, Canaldigital, Taxatur, Viasat guld og Licens for DR er meget dyrt, dyrt, meget billigt eller billigt (priserne angivet i spørgsmålet)?



Resultaterne i figuren er angivet i talform i tabellen neden for:

Tabel 1: Synes du umiddelbart at et Viasat guld-, Canaldigital- og avisabonnement, HT-busbillet, Taxatur, og Licens for DR er meget dyrt, dyrt, meget billigt eller billigt (priserne angivet i spørgsmålet)?

	Avisabb.	Taxatur	Viasat abb.	Canal digital	HT billet	Licens for DR
Dyrt eller meget dyrt	73 %	72 %	67%	67 %	60%	26 %
Billig eller meget billigt	21 %	21 %	14 %	10 %	25 %	64 %
Ved ikke	6 %	6 %	20 %	23 %	14 %	9%

3.1.3 Operationelle konsekvenser

Undersøgelserne viser, at en meget stor del af danskerne ikke ved, hvad de betaler i licens, ligesom priserne på mediemarkedet er uigennemskuelige for danskerne.

Der er endvidere en væsentlig andel af danskerne, der tror, at prisen for DR's programmer og services er steget eller steget meget indenfor de senere år sammenholdt med lønudviklingen.

Det grundlæggende forhold der afdækkes i denne del af undersøgelsen er det helt basale, at i en virkelighed hvor en meget stor del af danskerne reelt ikke ved, hvor mange penge, der bruger på deres samlede medieforbrug, dvs. det der kunne kaldes mediebudgettet, vil der være en tendens til at den mest 'italesatte' ydelse også vil være den mest 'hadede'. Det uanset, at den i øvrigt måtte være billig set i forhold til familiens øvrige medieforbrug.

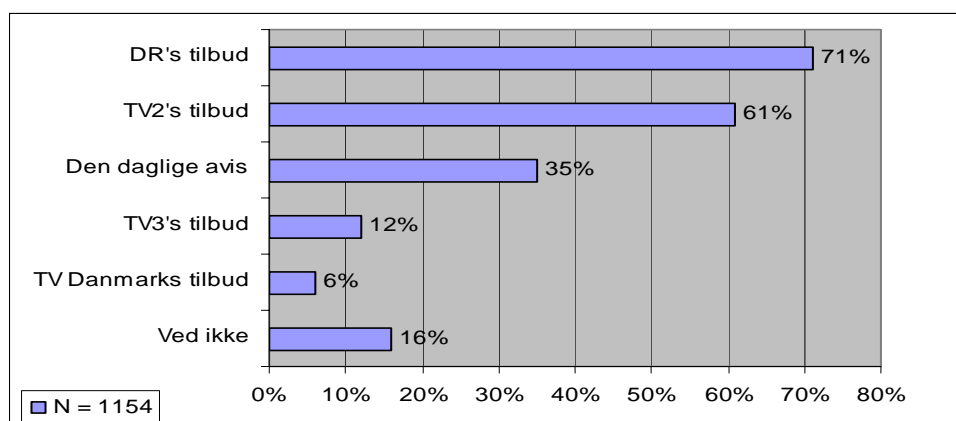
3.2 'Værdi for pengene' /prioritering af DR

Her præsenteres resultaterne af hvordan danskerne vurderer sammenhængen mellem pris og kvalitet for DR's tilbud og andre medietilbud. Idéen er også at analysere, hvilke medier danskerne rent faktisk prioriterer højest, hvis de så at sige 'får kniven for struben og bliver tvunget til at vælge'.

3.2.1 Prioritering af DR

I undersøgelsen er deltagerne blevet spurgt om, hvilke medier de nødigst eller næstnødigst vil undvære. Figur 4 viser, at DR er det 'medie' som flest nødigst eller næstnødigst vil undvære (71 %), mens 61 % af danskerne vurderer, at de nødigst eller næstnødigst vil undvære TV2's tilbud.

Figur 4: Mest værdi for pengene



Undersøgelsen viser, at DR i særlig grad appellerer til de højt uddannede. Hele 78 % af respondenter med studentereksamen eller højere uddannelse vil nødigst eller næstnødigst undvære DR. Det samme gælder for 62 % af respondenterne med en folkeskoleuddannelse.

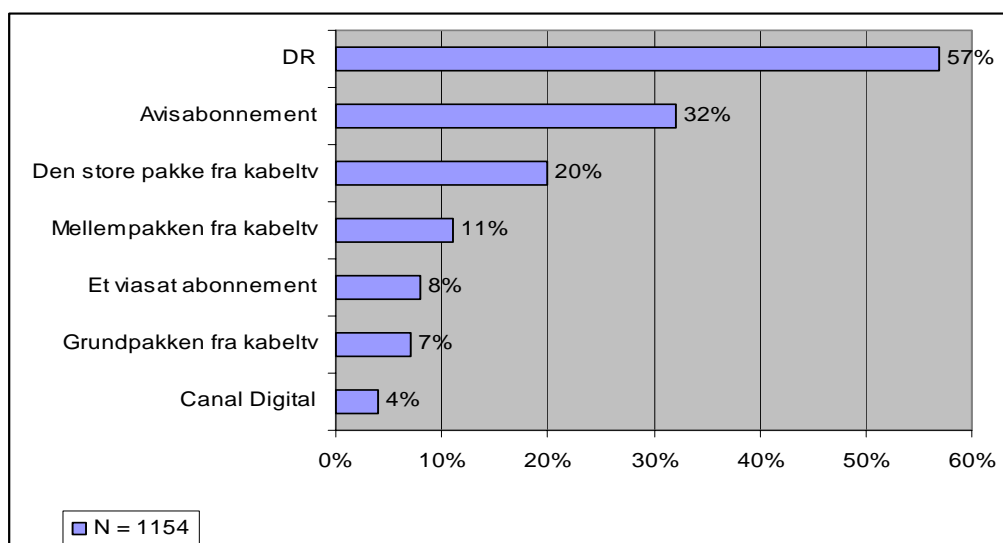
Undersøgelsen tyder endvidere på, at DR har bedre fat i 'de ældre' end i de yngre. Den yngste aldersgruppe på 18 – 29 år vurderer således hyppigere, at de nødigst eller næstnødigst vil undvære TV2 (64 %) end DR's tilbud (56 %). Herudover er det bemærkelsesværdigt, hvor stærkt både TV3 (29 %) og TV Danmark (22 %) står i den yngre målgruppe.

3.2.2 Oplevet værdi for pengene

I undersøgelsen er danskerne blevet oplyst om prisen på forskellige betalingsmedier. De er efterfølgende blevet spurgt om, hvilke medier der giver dem mest for pengene. DR er topscorer blandt danskerne i forhold til vurderingen af value for money.

Knap 6 ud af 10 af danskerne mener, at DR giver dem mest eller næstmest for pengene i forhold til de andre medier.

Figur 5: Mest eller næstmest værdi for pengene



Undersøgelsen viser, at DR har bedst fat i danskerne med gymnasial uddannelse eller højere uddannelse (62 %). Mens blot 45 % af personer med folkeskole og lign. oplever, at DR giver dem mest eller næstmest for pengene.

Det samme gør sig gældende for den yngre aldersgruppe (18-29 år). Hvor 'kun' 47 % af danskerne finder, at de får mest eller næstmest for pengene af DR. Her scorerer den store pakke fra kabel TV relativt højt (28 %).

3.2.3 Operationelle konsekvenser

DR har stadig en særlig status blandt danskerne i forhold til andre mediebetalingstilbud. Flest danskere vil nødigst undvære DR's tilbud. Danskerne har således en oplevelse af, at DR leverer programmer og services af en kvalitet, som de ikke vil undvære.

Samtidig er DR også det 'medie', som flest danskere vurderer, leverer mest kvalitet for pengene, når priserne på medietilbuddene lægges åbent frem.

Der er dog flere danskere der vurderer, at DR leverer en kvalitet, som de ikke vil undvære, end der er danskere, som vurderer, at DR leverer mest værdi for pengene sammenlignet med andre medietilbud. For at vinde residual gruppen handler det her om, at DR i endnu højere grad bør

kommunikere sammenhængen ml. pris og kvalitet. Det er dyrt at opretholde et højt kvalitetsniveau primært gennem egenproduktioner.

Undersøgelsen viser dog også, at DR har en udfordring i forhold til at skabe en effektiv kommunikation over for:

- Danskere med folkeskoleuddannelse (som længste uddannelse). I denne gruppe står TV2 stærkt.
- Unge mellem 18 og 29 år. For de unge er det uden tvivl dels et spørgsmål om mediesubstitution, dvs. at de skifter til andre medieplatforme, dels står TV3 og TV Danmark stærkt i denne gruppe (i den forbindelse er DR's satsning på nye medieplatforme formentlig afgørende vigtig for fortsat at sikre en stærk tilknytning til denne målgruppe).

Med henblik på fortsat at "være noget for alle" viser undersøgelsen derfor, at DR bør gøre en ekstra indsats for at få programsammensætningen og 'distributionskanalerne' til i højere grad at matche de unge og de kortuddannedes interesseområder og præferencer.

3.3 Betalingsvillighed og DR i fremtiden

Her præsenteres resultaterne af hvordan danskerne ønsker, at DR skal fortsætte i fremtiden.

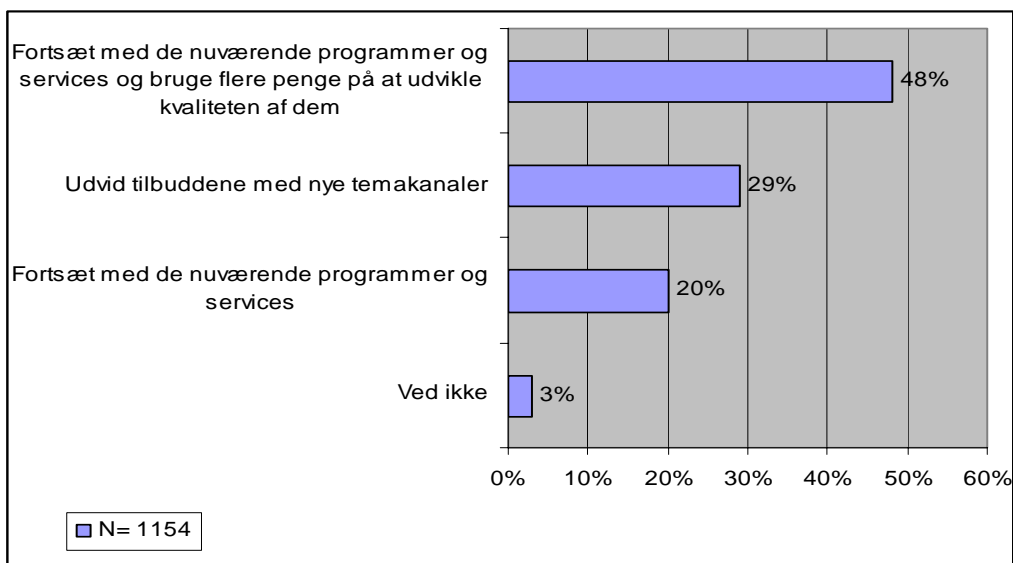
3.3.1 DR i fremtiden

I undersøgelsen er danskerne blevet spurgt om: Hvis du skulle vælge mellem følgende tre muligheder. Hvordan ville du foretrække at DR fortsatte?:

1. Fortsæt med de nuværende programmer og services
2. Fortsæt med de nuværende programmer og services og bruge flere penge på at udvikle kvaliteten af dem
3. Fortsæt med de nuværende programmer og services og udvid tilbuddene med nye temakanaler som f.eks. en dansksproget historiekanal, en 24-timers nyhedskanal, en børne- og unge kanal og en dramakanal.

Der er bemærkelsesværdigt, at 4 ud af 5 danskere ønsker, at DR skal udvikle sig og tilbyde andet eller mere i fremtiden end nu. Knap halvdelen af danskerne foretrækker, at DR skal fortsætte med de nuværende programmer og services og bruge flere penge på at udvikle kvaliteten af dem. 3 ud af 10 af danskerne foretrækker, at DR skal udvide tilbuddene med nye temakanaler som f.eks. en dansksproget historiekanal, en 24-timers nyhedskanal, en børne- og ungekanal og en dramakanal.

Figur 6: Hvis du skulle vælge mellem følgende tre muligheder. Hvordan ville du foretrække at DR fortsatte?



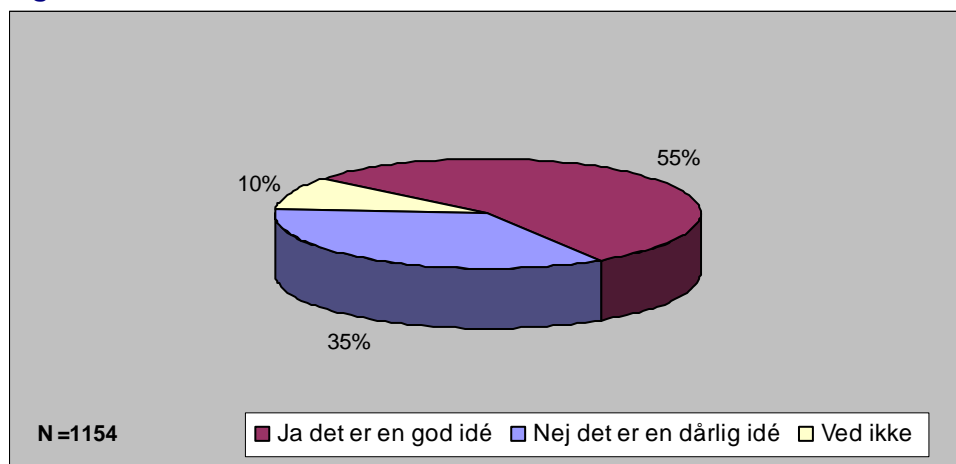
Undersøgelsen viser, at der er en tendens til, at danskerne med kortere uddannelse hyppigere mener, at DR skal fortsætte uforandret (som det er nu). Der er dog fortsat i denne gruppe et flertal, der går ind for en fortsat udvikling af DR's programmer og services.

Hele 52 % af de yngre danskere (18-29 år) ønsker, at DR udvider med nye temakanaler.

3.3.2 Arrangementer og kulturelle begivenheder

Undersøgelsen viser, at over halvdelen af danskerne synes, at det er en god idé, at DR i højere grad end nu deltager i og selv arrangerer kulturelle og folkelige begivenheder.

Figur 7: Er det efter din opfattelse en god eller en dårlig idé, at DR i højere grad end nu deltager i og selv arrangerer kulturelle og folkelige begivenheder?



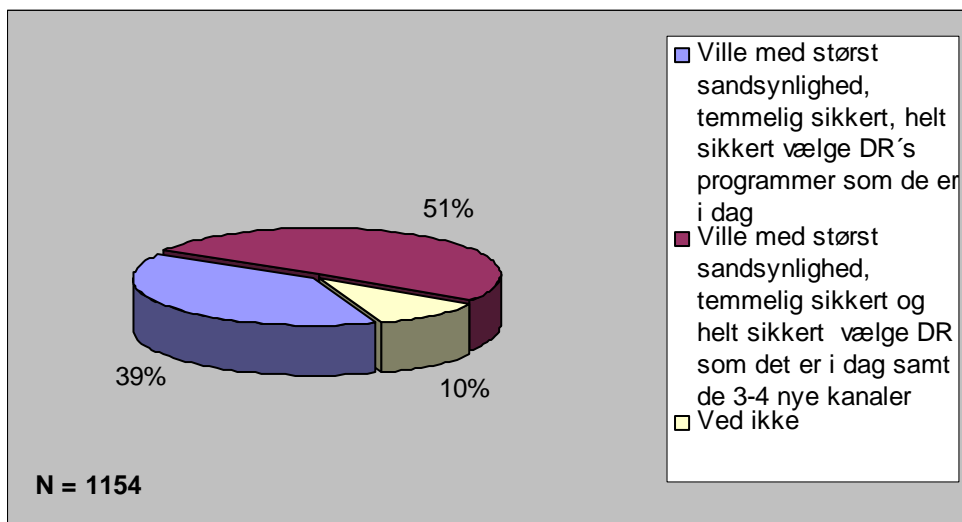
Svarene på dette spørgsmål afspejler formentlig, at der for størsteparten af danskerne ikke er nogen berøringsangst i forhold til at lade DR spille en endnu større rolle i 'samfunds- og kulturlivet'.

3.3.3 Nye DR eller gamle DR

I undersøgelsen er danskerne blevet spurgt, om de ønsker at DR skal fortsætte som nu med de nuværende programmer og services til den nuværende licens, eller om DR skal fortsætte som nu med en øget satsning på nye temakanaler, hvis licensen sættes op til 160 kr. om måneden. Spørgeteknisk set er spørgsmålet konstrueret således, at de to alternativer stilles op over for hinanden, hvorefter respondenterne på en skala med flere forskellige niveauer kan placere sig alt efter, hvad vedkommende anser for sin egen præference. På denne måde fås en præcis måling af det samlede målgruppe *trade-off* mellem det gamle og det nye DR givet de to forskellige prisniveauer.

Undersøgelsen viser, at over halvdelen af danskerne foretrækker det nye DR trods prisstigningen (fra 149 kr. om måneden til kr. 160 om måneden), mens 10 % ikke ved, om de vil vælge det gamle eller det nye DR.

Figur 11: Nye DR og gamle DR



Undersøgelsen viser, at især de yngre danskere (18-29 år) helt overvejende foretrækker det nye DR trods prisstigningen. Ligesom jyderne også er mest positive overfor det nye DR.

Derimod er der relativt flere kvinder, der foretrækker det gamle DR (41 %).

3.3.4 Betalingsvillighed

I undersøgelsen er danskerne også blevet spurgt til deres betalingsvillighed for DR's programmer og services. Konkret er spørgsmålet formuleret således: Forestil dig en situation, hvor du ikke længere skulle betale licens. I stedet skulle du, hvis du ville benytte nogle af DR's services og programmer betale et månedligt gebyr. Hvor meget ville du og din husstand være parat til at betale i alt om måneden for alt det som DR tilbyder i dag af TV, Radio og Internetservices?

Den gennemsnitlige betalingsvillighed ligger på 162 kr. om måneden.

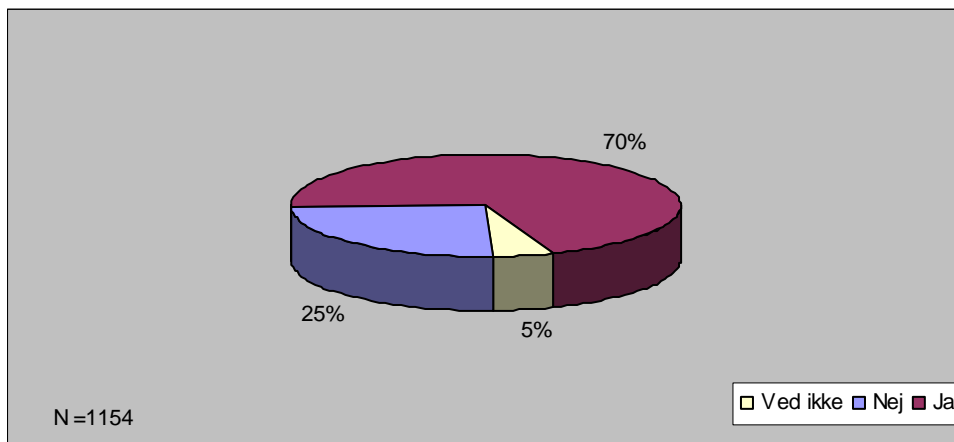
Undersøgelsen viser imidlertid, at der er forskelle i betalingsvilligheden. Der er således en gruppe på 53 %, der ikke er indstillet på at betale mere i licens, mens 47 % er parate til at betale mere for DR's ydelser end i dag.

Tabel 2: Hvor meget ville du og din husstand være parat til at betale i alt om måneden for alt det som DR tilbyder i dag af TV, Radio og Internetservices?

	Betalingsvillighed
0-124 kr.	30%
125-149 kr	23%
150- 199kr	21%
200 + kr	26%
Total	100%

Figur 12 viser, at hele 70 % af danskerne er parate til at betale 1,5_% mere i licens om året, hvis DR øger kvaliteten og udbudet af programmer væsentligt. I forbindelse med tolkningen af dette spørgsmål er det dog vigtigt at holde sig for øje, at det forhold, at 70 % erklærer sig villige til at betale lidt mere, hvis kvaliteten øges, ikke er ensbetydende med, at der i befolkningen er 70 %, som går ind for en licensforhøjelse. Hvis man forestiller sig, at der var folkeafstemning om spørgsmålet ville en række modargumenter, f.eks. at DR kun bør fokusere på kerneydelserne osv., blive introduceret i debatten, og de ville kunne påvirke seernes stillingtagen i modsat retning. Derudover er det naturligvis også et definitionsspørgsmål, hvad en *væsentlig* kvalitetsforøgelse er. Med disse reservationer `in mente´ er der dog tale en særdeles 'positiv' svarfordeling, som afspejler en villighed blandt mange af seerne til at betale marginalt mere for bedre udbud og kvalitet.

Figur 12: Hvis DR øger kvaliteten og udbudet af programmer væsentligt, vil du så være parat til at betale 1,5 % mere i licens om året?



Undersøgelsen viser, at der er en større andel af mændene (74 %), som er parate til øge licensen end af kvinderne (66 %).

3.3.5 Operationelle konsekvenser

Undersøgelsen viser, at der generelt er opbakning til, at DR satser på nye områder i fremtiden. Knapt 8 ud af 10 af danskerne går således ind for, at DR enten investerer flere penge i kvaliteten af programmer og services eller tilbyder nye temakanaler.

Undersøgelsen viser endvidere, at over halvdelen af danskerne foretrækker det nye DR med nye temakanaler også selvom licensen stiger til 160 kr. om måneden.

Den gennemsnitlige betalingsvillighed for DR's programmer og services ligger over, hvad DR har bedt om i forbindelse med det nye medieforlig. Der er imidlertid store forskelle i befolkningens betalingsvillighed. Hvor knapt halvdelen er parate til at betale mere end i dag.

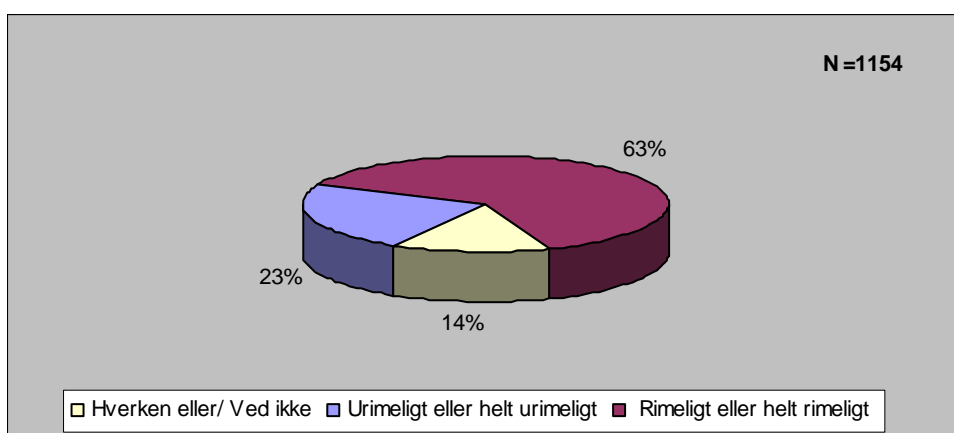
3.4 Holdninger til DR og licens

I undersøgelsen har Epinion undersøgt, hvilke argumenter for prisstigninger på licensen, der har resonans blandt danskerne, samt befolkningens generelle holdninger til DR.

3.4.1 Argumenter for prisstigninger

Størstedelen af danskerne (63 %) finder det rimeligt, at licensen stiger i takt med prisen på aviser og blade. Kun 23 % opfatter det som urimeligt eller helt urimeligt.

Figur 13: Er det rimeligt eller urimeligt, at licensen stiger i samme takt som prisen på aviser og blade?



De højtuddannede og aldersgruppen mellem 40-59 år (68 % - 71 %) finder det hyppigere rimeligt, at licensen stiger i takt med prisen på aviser og blade, mens kun lidt over halvdelen af danskerne (52 %) i den ældste aldersgruppe (70 år+) finder det rimeligt.

Undersøgelsen viser, at der er flere mænd (68 %) end kvinder (58 %), der finder parallelle prisstigninger rimelige.

I undersøgelsen er danskerne også blevet spurgt om, de finder det rimeligt, at prisen stiger i samme takt som prisen på teater- og biografentré og prisen på at benytte offentlige transportmidler. Undersøgelsen viser, at disse argumenter ikke er nær så virksomme.

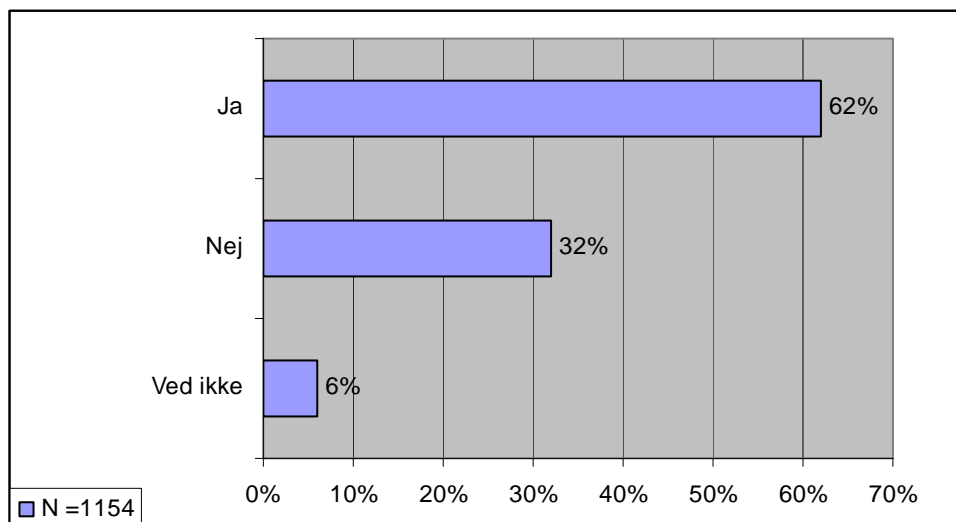
1 ud af 3 danskere finder det således rimeligt, at der bliver skabt parallelle prisudviklinger på licensen i forhold til teater- og biografentré. Mens det blot gælder for hver femte dansker i forhold til prisen på offentlige transportmidler. Danskerne ser dermed ikke en klar sammenhæng mellem priserne på et offentligfinansieret gode som transport samt teater og biografbilletter og så licensen. Men i forhold til andre medier er sammenligningen fair, og dermed opleves en tilsvarende prisudvikling også som fair.

3.4.2 Licensligt for andre elektriske apparater end tv og radio

I undersøgelsen har Epinion spurgt til om danskerne mener, at der skal indføres en mere generel medielicens som følge af, at DR's programmer og services også ses og høres på apparater der for øjeblikket ikke er licenspligtige som computere og mobiltelefoner mv..

Størstedelen af danskerne (62 %) synes at licensen bør ændres således, at den også kommer til at omfatte andre elektroniske apparater end tv og radio, som kan modtage tv eller radio. Kun 32 % er imod. Undersøgelsen viser her, at argumentet er virksomt, når det gøres klart, at hver husstand fortsat kun skal betale én licens uafhængigt af antallet af apparater. Ligesom fremtidssceneriet hvor flere og flere kun modtager DR's ydelser på ikke licenspligtige apparater skal skitseres.

Figur 14: Bør licensen som følge af denne udvikling ændres til en mere generel medielicens, hvor man fortsat kun betaler en licens per husstand, men hvor alle husstande med et apparat, der på den ene eller anden måde kan modtage tv eller radio, bliver licenspligtige?

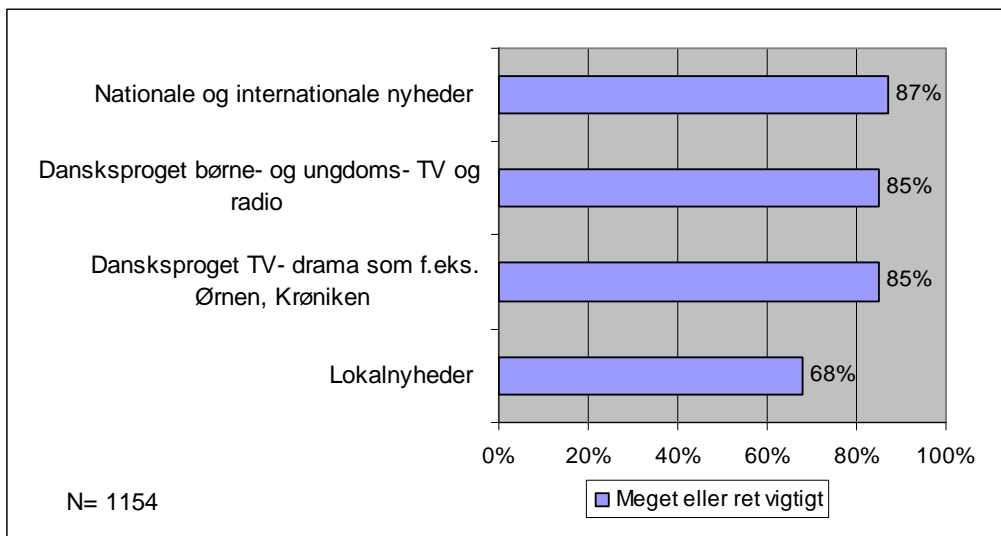


3.4.3 Holdninger til DR's produktion

I undersøgelsen har Epinion spurgt til, hvor vigtigt det er, at der i Danmark er en institution som DR, der bruger tid og ressourcer på at producere forskellige typer af programmer. Som figur 19 viser, så er topscoreren nationale og internationale nyheder set med danske øjne (87 %), lige efterfulgt af dansksproget B & U-TV/radio og dansksproget TV-drama alle med 85 %.

Lokalnyhederne bliver mindre hyppigt prioriteret som vigtigt eller meget vigtigt i forhold til de øvrige medier. Der er dog også her mere end 2 ud af 3 danskere, der finder det vigtigt eller meget vigtigt (68 %).

Figur 15: Hvor vigtigt er det efter din mening, at der i Danmark er en institution som DR, der bruger tid og ressourcer på at producere:

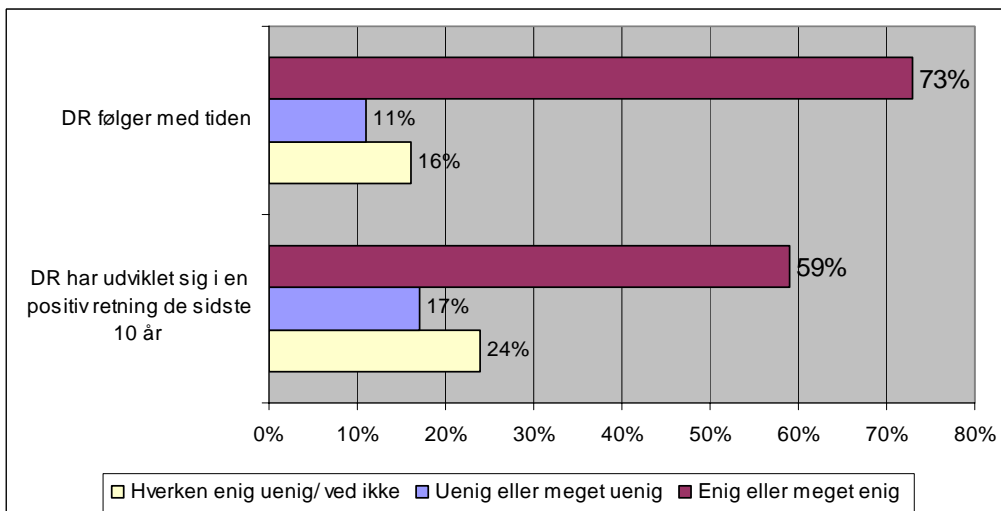


3.4.4 DR følger med tiden

Undersøgelsen viser, at størstedelen af danskerne mener, at DR følger med tiden (73 %), mens kun 11 % er uenige eller meget uenige i dette udsagn.

59 % vurderer, at DR har udviklet sig i en positiv retning de sidste 10 år, mens 17 % er uenige i dette. Der er således solidt belæg for at konkludere, at det arbejde DR gennem årene har iværksat for at fjerne 'monopolauraen' har haft en betydelig positiv effekt.

Figur 16: Hvor enig er du i følgende udsagn:



Undersøgelsen viser, at jo yngre respondenterne er, jo flere er enige i at DR har udviklet sig i en positiv retning de sidste 10 år. Herudover gælder det

for en større andel af mænd (63 %) end af kvinderne (56 %), at de er enige i, at DR har udviklet sig i en positiv retning de sidste 10 år.

3.4.5 Operationelle konsekvenser

Undersøgelsen viser, at der er en bred opbakning til en generel medielicens for alle husstande med et apparat, der kan modtage DR's programmer og services, hvis rationalet bag ved forklares. Et godt argument er her formentligt, at de licensbetalende danskere ellers risikerer at blive 'snydt' af den teknologiske udvikling, idet de kommer til at finansiere DR's programmer og services for de 'teknologiske free riders', hvis ikke der indføres en mere generel medielicens. Konkret kan DR f.eks. slå på, at det netop vil blive konsekvensen, hvis ikke lovgivningen ændres, sådan at der kan opkræves en mere generel medielicens. 'De mange kommer til at betale for de få, men de få bliver flere i fremtiden, hvis ikke lovgivningen ændres'.

Undersøgelsen viser endvidere, at danskerne finder det vigtigt, at der i Danmark er en institution som DR, der bruger tid og ressourcer på at producere forskellige typer af programmer på dansk og set fra et dansk perspektiv. DR bør derfor gøre det klart, at forudsætningen for, at der også i fremtiden kan blive produceres sådanne programmer og udsendelser er, at licensgrundlaget sikres.

Resultaterne peger dog igen på, at DR har bedre fat på mændene end på kvinderne. Der er således færre kvinder end mænd der er enige i, at DR har udviklet sig i en positiv retning de sidste 10 år. Undersøgelsen viser, at der er forskelle på, hvilke programmer og temaer, der interesserer henholdsvis mænd og kvinder. DR bør derfor i fremtiden gøre en ekstra indsats for at kortlægge, hvilke programmer som kvinderne særligt efterspørger og tilrettelægge programfladen, sådan at den i højere grad bliver attraktiv for de kvindelige seere.