

**Sammen om  
det vigtige**  
*Etårs-status for  
DR's strategi*

**DR**

# Indledning

For lidt over et år siden offentliggjorde vi DR's nye strategi "Sammen om det vigtige". Vi lover med strategien at give danskerne lyst til at vide mere om det vigtige – vores demokrati, kultur og fællesskaber i Danmark.

Det er for os kernen i dansk public service. Og i en verden, hvor mediemarkedet er i rivende forandring, og dansk indhold sættes under pres, er det vigtigere end nogensinde, at vi holder fast i netop kernen.

Det danske indhold bliver hele tiden sværere at finde imellem de store mængder af udenlandsk indhold, og internationale techgiganter dominerer i stigende grad distributionen af indhold i Danmark. Det gør det tiltagende svært for DR – og mange andre danske medier – at nå ud til den danske befolkning.

Vi vil gøre alt for, at dansk indhold fortsat kan stå stærkt. Derfor vil vi styrke den digitale adgang til DR's indhold, ligesom vi vil gennemføre konkrete satsninger, der skal styrke vores børne- og kulturindhold, som især er udfordret af den stigende globale konkurrence.

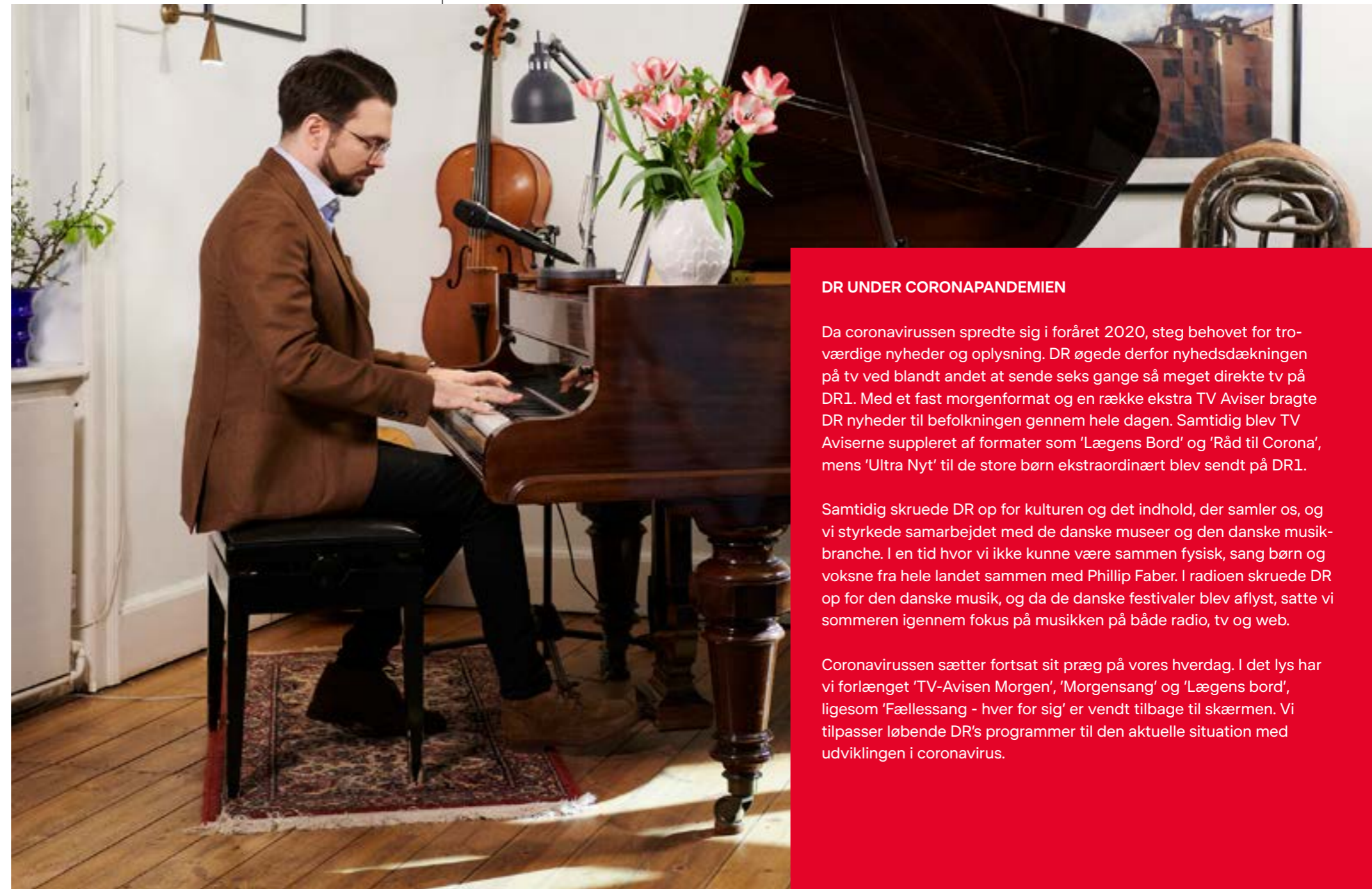
# Status for DR's strategi

Det seneste år har "Sammen om det vigtige" sat en klar retning for DR's bidrag til det danske samfund. Det var særligt væsentligt i foråret, da coronapandemien brød ud og medførte et stort behov for oplysning, nyheder og noget at samles om. Danskerne søgte i stort omfang til DR og andre troværdige danske medier.

Samtidig kan vi konstatere, at det går den rigtige vej med flere af DR's strategiske mål fra "Sammen om det vigtige". Mere end syv ud af ti danskere oplever, at vores indhold skaber værdi. Langt

størstedelen af befolkningen bruger vores nyhedstilbud hver uge. Vi har stadig kontakt til de fleste børn og unge. Og vi har oplevet en vækst i brugen af vores digitale tilbud.

Men udviklingen i mediemarkedet betyder, at vi også i fremtiden skal have stort fokus på at nå ud til danskerne. Det skal ske samtidig med, at DR har lukket programmer, kanaler og tilbud som led i implementeringen af de politisk besluttede besparelser fra 2018.



## DR UNDER CORONAPANDEMIEN

Da coronavirussen spredte sig i foråret 2020, steg behovet for troværdige nyheder og oplysning. DR øgede derfor nyhedsdækningen på tv ved blandt andet at sende seks gange så meget direkte tv på DR1. Med et fast morgenformat og en række ekstra TV Aviser bragte DR nyheder til befolkningen gennem hele dagen. Samtidig blev TV Aviserne suppleret af formater som 'Lægens Bord' og 'Råd til Corona', mens 'Ultra Nyt' til de store børn ekstraordinært blev sendt på DR1.

Samtidig skruede DR op for kulturen og det indhold, der samler os, og vi styrkede samarbejdet med de danske museer og den danske musikbranche. I en tid hvor vi ikke kunne være sammen fysisk, sang børn og voksne fra hele landet sammen med Phillip Faber. I radioen skruede DR op for den danske musik, og da de danske festivaler blev aflyst, satte vi sommeren igennem fokus på musikken på både radio, tv og web.

Coronavirussen sætter fortsat sit præg på vores hverdag. I det lys har vi forlænget 'TV-Avisen Morgen', 'Morgensang' og 'Lægens bord', ligesom 'Fællessang - hver for sig' er vendt tilbage til skærmen. Vi tilpasser løbende DR's programmer til den aktuelle situation med udviklingen i coronavirus.



#### STATUS PÅ DR'S STRATEGISKE MÅL

##### MÅL FOR 2023:

- 3 ud af 4 danskere oplever, at DR's indhold skaber individuel **værdi** for dem i løbet af en uge.
- 9 ud af 10 danskere bruger et **nyhedstilbud** fra DR i løbet af en uge.
- 9 ud af 10 **børn og unge** under 25 år bruger et tilbud fra DR i løbet af en uge.
- 8 ud af 10 danskere bruger DR's **digitale tilbud** i løbet af en uge, og 6 ud af 10 danskere bruger DR's streamingtjeneste **DRTV** i løbet af en uge.

##### STATUS FOR 2020:

- I 2020 oplever 72 pct. af danskerne individuel værdi. Det er en stigning på 1 procentpoint ift. 2019.
- I 2020 bruger 92 pct. af danskerne DR's nyhedstilbud. Det er en stigning på 1 procentpoint ift. 2019.
- I 2020 bruger 88 pct. af børn og unge DR's tilbud. Det er samme niveau som i 2019.
- I 2020 bruger 66 pct. af danskerne DR's digitale tilbud, mens 41 pct. bruger DRTV. Det er en stigning på hhv. 2 og 3 procentpoint ift. 2019.

Note: Status for 2020 er opgjort på baggrund af data fra januar-oktober 2020.

Kilde: DR Medieforskning

## Udenlandske digitale aktørers indflydelse vokser

Det seneste år har tydeliggjort, at de udenlandske digitale aktørers indflydelse på det danske mediemarked er gennemgribende og vokser. Udviklingen er ikke ny. Men det er omfanget og tempoet.

De udenlandske aktørers indflydelse kan i særlig grad ses på to områder: Den massive vækst i mængden af udenlandsk indhold på digitale platforme og de internationale techgiganter stigende kontrol med indholdet i Danmark.

Udviklingen udfordrer den danske mediebranche. Samtidig har ingen danske medier reelt noget alternativ til at bruge de udenlandske aktørers produkter. De udenlandske aktører er en nødvendig kanal til at sikre det danske indholds udbredelse.

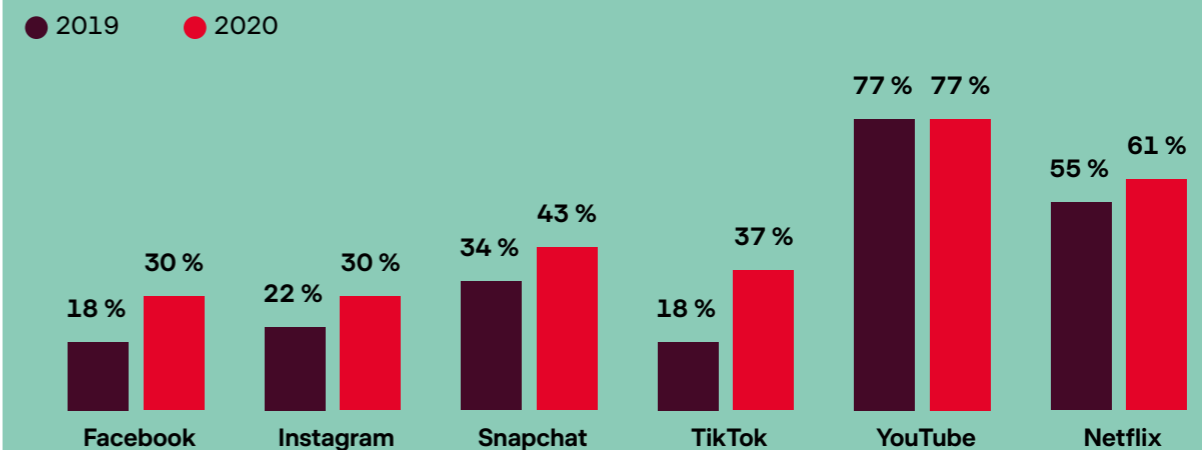
#### Vækst i mængden af udenlandsk indhold

I det sidste årti er der sket en massiv stigning i udenlandske medietjenester på det danske marked.

På streamingtjenester som Netflix, HBO Nordic, Amazon Prime og Apple TV+ kan man mod betaling bruge et stort katalog af udenlandske serier og film af høj kvalitet. Og på internationale musik-tjenester som iTunes og Spotify kan man købe adgang til udtømmelige mængder musik fra hele verden. Fælles for de internationale aktører er, at de investerer enorme beløb i at udvikle brugervenlige tjenester, og at tjenesternes udbredelse på det danske mediemarked stiger.

#### DANSKE BØRNS BRUG AF INTERNATIONALE PLATFORME

Ugentlig dækning (4-14-årige)



Kilde: Kantar Gallup (2019) og DMA Research (2020)

Tilsvarende vokser mængden af indhold og brugen af sociale medier som Facebook, YouTube og senest TikTok. De sociale medier udgiver en blanding af indhold fra professionelle virksomheder og brugergenereret indhold af meget varierende kvalitet. Tjenesterne er gratis og brugervenlige, men brugerne "betaler" med data om deres digitale adfærd. Samtidig har sociale medier i løbet af få år overtaget en betydelig del af det danske annoncesalg.

Der er meget godt at sige om, at danskerne har adgang til og bruger et mangfoldigt internationalt medieudbud. Men konsekvensen er, at danskerne bruger mindre tid på det danske indhold.

Udfordringen er særligt udtalt blandt børnene, som er de mest digitale i deres mediebrug. Samtidig har børnene ikke de samme forudsætninger som voksne for at udpege og fravælge indhold af dårlig eller direkte skadelig karakter.

Børnene benytter i høj grad sociale medier som YouTube og TikTok, og mange børn benytter en bred palette af de sociale medier ugentligt. Samtidig bliver streamingtjenesternes børnetilbud stadig mere dominerende, og udviklingen er forstærket med lanceringen af Disney+ i Danmark dette efterår.

Mængden af udenlandsk indhold udfordrer ikke kun det danske børneindhold – det sætter alt dansk indhold under pres. Når befolkningen bruger mindre tid på dansk indhold, så svækker det vores fælles forståelse af den danske kultur, historie og sprog, der udgør vores fælles arv.

Dansk musik er et område, hvor udfordringerne ses i særlig grad. De internationale musiktjenesters massive udbredelse er en udfordring for de danske musikere – særligt de mindre etablerede – som risikerer at blive overset blandt det store internationale udbud. Det er både en udfordring for den danske musik generelt og for bredden i den danske musikformidling.

Udfordringerne er også betydelige, når det gælder den danske fiktion, hvor antallet af udenlandske fiktionsfortællinger af høj kvalitet er mangedoblet det seneste årti. Vi risikerer, at den danske fiktion, som tager udgangspunkt i det danske samfund og de danske fortællinger, bliver sværere at finde i den stigende mængde af udenlandsk indhold.

#### **International kontrol over distributionen**

Den anden centrale udfordring med de udenlandske aktører er, at distributionen af det danske indhold i stadig højere grad domineres af nogle få internationale techgiganter. De ejer og kontrollerer styresystemer og app-butikker til telefoner, tablets og smart-TV. Deres algoritmer bestemmer, hvilket indhold vi hver især bliver præsenteret for. Og de fastlægger selv kriterierne for, om indhold overholder tjenestens retningslinjer.

I takt med at vores medieforbrug bliver mere digitalt, stiger techgiganternes kontrol med det danske indhold.

Samtidig har vi set konkrete eksempler på, at techgiganterne begrænser adgangen til dansk indhold på deres platforme. I en tid hvor den danske musikbranche var ekstraordinært presset under coronapandemien, fjernede YouTube i juli 2020 musik fra danske kunstnere som led i forhandlinger med Koda. Og i august 2020 fjernede Google DR's Ramasjang-app fra Google Play.

## **EKSEMPLER PÅ FJERNELSE AF INDHOLD FRA INTERNATIONALE DIGITALE PLATFORME**

### **Google fjerner Ramasjang fra Google Play**

Google valgte i august 2020 at fjerne DR's Ramasjang-app fra sin tjeneste, Google Play. Det var et karatespil med Onkel Reje og brugen af lakridspiber i 'Ramasjang Mysteriet', som fik Google til at fjerne app'en. Google begrundede sletningen med, at app'en "indeholder skildring af tobak, piber og farlige aktiviteter, der ikke er passende for børn, som er under 13". Et par dage efter sletningen omgjorde Google beslutningen, og Ramasjang-app'en er igen at finde på Google Play – uden at DR har ændret i indholdet i app'en.

### **Google-ejede YouTube blokerer dansk musik på tjenesten**

I slutningen af juli 2020 blokerede YouTube musik af danske kunstnere. De danske musikeres interesseorganisation Koda og YouTube var uenige om danske musikeres vilkår, når deres musik bliver streamet på platformen. Først efter to måneder var alt den danske musik igen tilgængelig på YouTube, da der blev indgået en aftale om vilkårene.

### **Facebook-ejede Instagram fjernede en konto fra Sveriges Radio**

I juni 2019 fjernede Instagram en konto, der tilhører public service-broadcasteren Sveriges Radio. Kontoen er tilknyttet svenske P3's satireprogram 'Tankesmedjan', og den blev fjernet uden forudgående advarsler. Sveriges Radio kontaktede Facebook, som ejer Instagram, og først efter to uger var kontoen igen tilgængelig. Sveriges Radio fik aldrig oplyst en egentlig årsag til, at kontoen var fjernet udover et standardiseret svar om, at et opslag havde brudt Instagrams regler.



# Stærkt dansk indhold som når ud til alle i Danmark

I lyset af de internationale aktørers indflydelse og kontrol over det danske mediemarked er det afgørende, at vi sikrer, at danskerne også i fremtiden har adgang til dansk indhold. I forlængelse af DR's strategi vil vi derfor sætte særligt fokus på tre områder:

1. Digitale platforme med dansk kvalitetsindhold
2. Dansk børneindhold af høj kvalitet
3. Dansk kulturindhold til alle

Det særlige fokus på disse tre områder ændrer ikke ved, at vi fortsat vil prioritere de øvrige indsatsområder, som fremgår af "Sammen om det vigtige".

Vi vil således have uforandret fokus på at levere troværdige og relevante nyheder, som er et centralt element i DR's strategiske ambition om at understøtte demokratiet. DR understøtter blandt andet dette ved fortsat at være til stede i hele landet. DR's tilstedeværelse i hele landet sikrer dels, at DR kan lave regionale nyheder med stor relevans for folk i forskellige dele af landet, og dels at DR kan formidle nyheder fra hele Danmark på de landsdækkende flader.

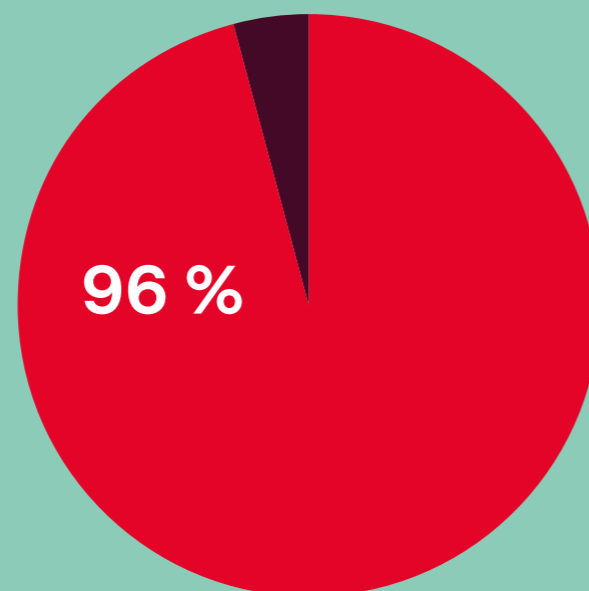
Som det fremgår af "Sammen om det vigtige", vil vi ikke fuldt ud kunne realisere DR's strategi, hvis DR skal gennemføre besparelser efter et nyt medieforlig. Dette gælder tilsvarende for de tre særlige fokusområder.

## DR FOKUSERER PÅ DANSK INDHOLD

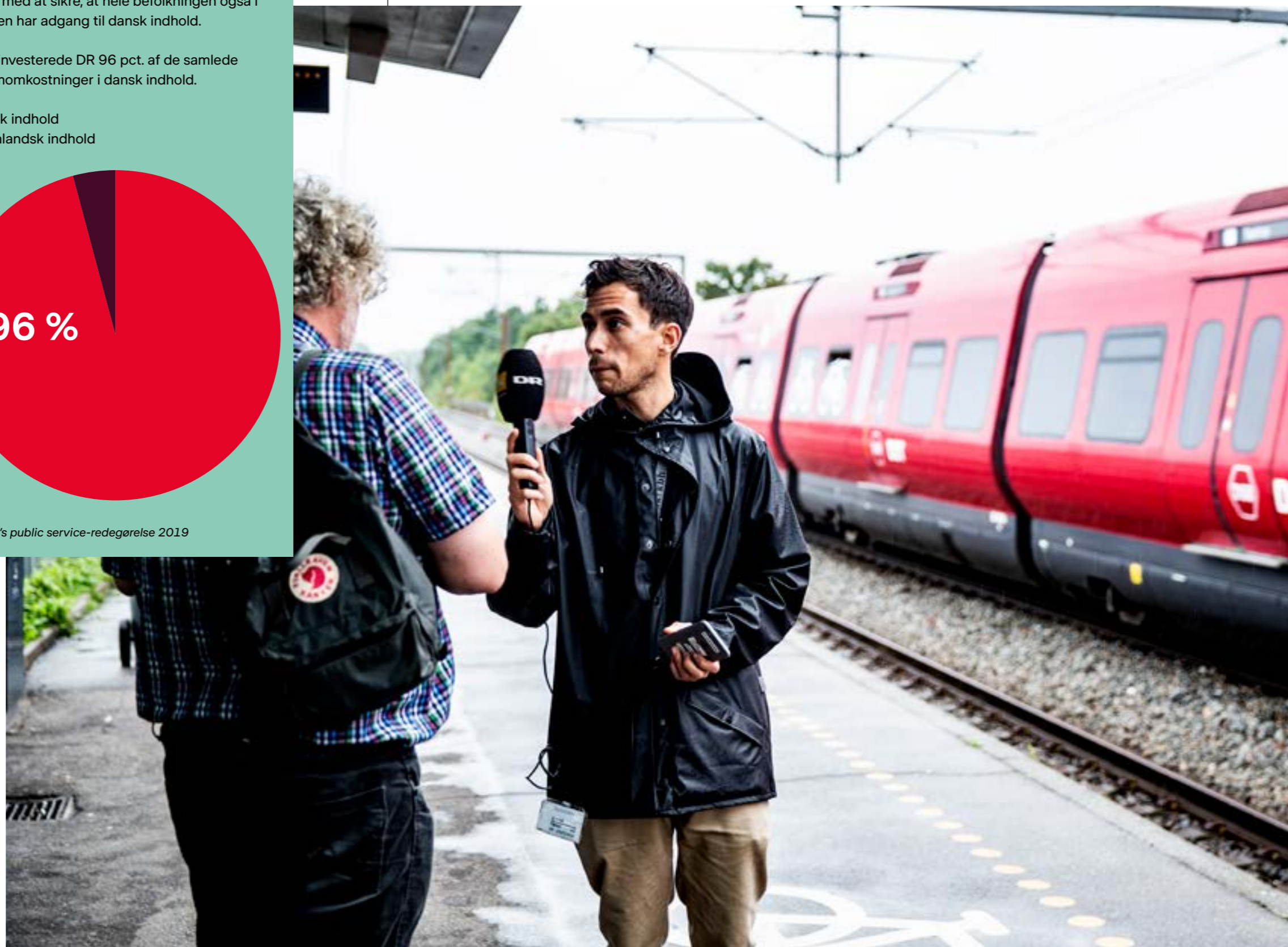
DR har en forpligtelse til at nå alle grupper i den danske befolkning, og DR har derfor en særlig opgave med at sikre, at hele befolkningen også i fremtiden har adgang til dansk indhold.

I 2019 investerede DR 96 pct. af de samlede programomkostninger i dansk indhold.

- Dansk indhold
- Udenlandsk indhold



Kilde: DR's public service-redegørelse 2019



## 1. Digitale platforme med dansk kvalitetsindhold

En stærk digital adgang til DR's indhold er afgørende for tidssvarende public service.

Stærke og attraktive DR-platforme er således nødvendige for at sikre, at alle i Danmark har adgang til DR's indhold. Derfor udvikler og investerer vi løbende, så DR's platforme lever op til befolkningens forventninger og udgør et konkurrencedygtigt alternativ til de internationale streamingtjenester. Fremover vil vi forbedre personaliseringen af DR's digitale tilbud og gøre det nemmere for den enkelte bruger at finde relevant og interessant public service-indhold på DR's platforme. Det skal ske samtidig med, at DR's egne platforme har høj sikkerhed, at de er reklamefri, og at brugerdata aldrig anvendes til kommercielle formål.

Samtidig vil vi opfordre til en bred diskussion af, hvordan der skabes bedre rammer for dansk indhold gennem regulering af techgiganterne. Det er afgørende, at danske medier, som står til ansvar efter medieansvarsloven, ikke underlægges censur fra internationale techgiganter pga. retningslinjer, der ikke tager højde for kulturelle og værdimæssige forskelle mellem lande. Ligeledes bør det sikres, at indhold, vi som samfund har besluttet at finansiere i fællesskab, er let at finde og ikke forsvinder i mængden eller nedprioriteres til fordel for techgiganternes kommercielle interesser.

Det er en del af vores public service-forpligtelse, at DR skal være til stede, hvor danskerne er. Derfor vil DR samarbejde med internationale aktører og benytte sociale medier, når det er nødvendigt for at løse public service-opgaven, og når det er til gavn for danskerne og det danske indhold.

## KONKRETE INITIATIVER TIL AT SIKRE DIGITALE PLATFORME MED DANSK KVALITETSINDHOLD

DR's særlige fokus på at sikre, at danskerne har adgang til digitale platforme med dansk kvalitetsindhold vil blandt andet blive drevet af følgende konkrete initiativer:

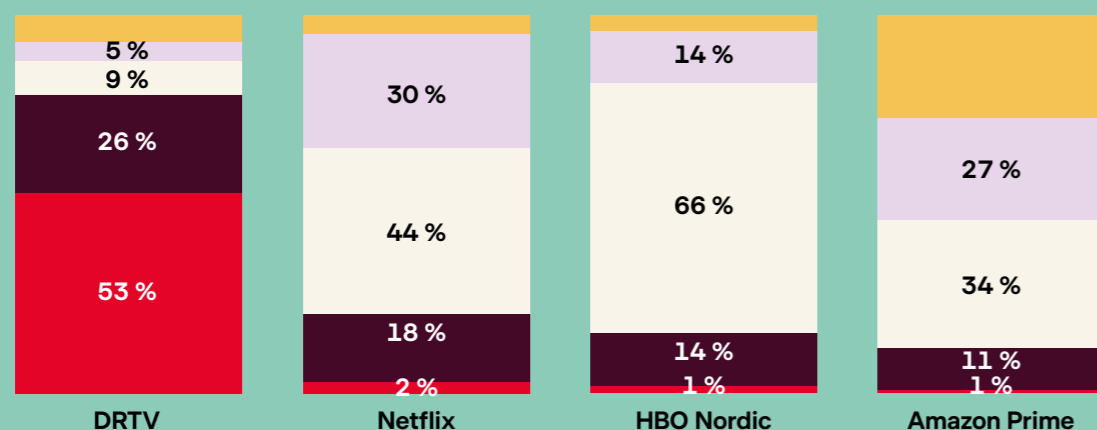
- **Stærke og attraktive DR-platforme.** DR vil fortsætte med at udvikle og investere i DR's egne platforme, så de lever op til befolkningens forventninger og er et konkurrencedygtigt alternativ til de internationale streamingtjenester. DR har allerede investeret massivt i den digitale udvikling. Vi lancerede en ny version af vores streamingtjeneste DRTV i november 2019. Vi har opdateret og fornyet dr.dk. Og vi arbejder på en ny radio- og podcastapp samt på opdatering af DR's nyhedsapp.
- **Regulering af techgiganter.** DR opfordrer til en bred debat om regulering af techgiganter. Danske medier, som står til ansvar efter medieansvarsloven, skal ikke underlægges censur, og det indhold, vi som samfund har besluttet at finansiere i fællesskab, skal være let at finde for danskerne og ikke nedprioriteres til fordel for techgiganternes kommercielle interesser.
- **Samarbejde med internationale aktører til gavn for danskerne.** DR vil samarbejde med internationale aktører, når det er nødvendigt for at løse public service-opgaven, og når det er til gavn for danskerne og det danske indhold. Samarbejdet med de internationale aktører gælder i forhold til at producere endnu mere godt dansk indhold. Og det gælder i forhold til en målrettet brug af de platforme, som de internationale aktører stiller til rådighed, og som befolkningen benytter i betydeligt omfang.

### DRTV INDEHOLDER MEST DANSK INDHOLD

En opgørelse over andelen af danske titler viser, at DR's streamingtjeneste, DRTV, indeholder markant mere dansk indhold end internationale streamingtjenester som Netflix, HBO Nordic og Amazon Prime.

#### Indholdets oprindelse på streamingtjenester

● Danmark ● Norden + Europa ● USA ● Øvrige ● Ukendt



Kilde: IMDB og Playpilot, som henter oplysningerne fra streamingtjenesternes egne metadata.

## 2. Dansk børneindhold af høj kvalitet

En central del af DR's public service-opgave er at sikre, at alle børn i Danmark har fri og lige adgang til dansk børneindhold af høj kvalitet. Derfor vil DR have et særligt fokus på public service-indhold til børn med noget på hjerte.

DR har en mere end 50 år lang tradition for at lave dansk børneindhold til tv, som afspejler det børneliv, der leves i Danmark. Med de internationale tech-giganters stigende dominans er det blevet endnu mere vigtigt, at vi holder fast i denne tradition. Som den største udbyder af danskproduceret børneindhold har DR en særlig rolle i forhold til at levere et stærkt dansk alternativ.

DR vil derfor tilbyde stærke universer til børn i alle aldre. I vores tilbud til børnene vil vi opdele indholdet i tre alderssvarende tilbud – Minisjang, Ramasjang og Ultra – med egen app og eget univers på DRTV. De aldersopdelte universer hjælper børn og forældre til at navigere trygt i DR's børneindhold.

De enkelte børneuniverser skal indeholde rigeligt dansk indhold – nyt såvel som indhold fra DR's stærke arkiv på børneområdet – samt udvalgt udenlandsk indhold af høj kvalitet.



## KONKRETE SATSNINGER FOR DANSK BØRNEINDHOLD

*DR's særlige fokus på at udvikle dansk børneindhold af høj kvalitet vil blandt andet blive drevet af følgende konkrete satsninger:*

- **Minisjang.** Størstedelen af de helt små børn i Danmark (1-3 år) bruger medier, men der findes ikke et dedikeret dansk kvalitetstilbud til dem. De helt små børn ser derfor i vidt omfang udenlandsk indhold fra de store internationale aktører. DR vil etablere et helt nyt digitalt tilbud til de allermindste: Minisjang. Et trygt og sjovt univers med fokus på de små simple fortællinger, musik og sang samt krop, sprog og bevægelse.
- **Nordisk børneanimation.** DR ønsker at iværksætte et nyt ambitiøst nordisk samarbejde om original animation. Der findes ikke et skandinavisk alternativ til den udbredte amerikanske animation. Den nye animation skal løfte de nordiske børnetraditioner og bygge videre på den børnebogstradition, der findes i Norden. Nordisk animation i verdensklasse skal være et stærkt alternativ til udenlandsk animation.
- **Nyhedstilbud til børn.** DR laver Danmarks eneste tv-nyheder til børn – og det vil vi fortsætte med. 'Ultra Nyt' oplyser børn i Danmark ved at vække deres interesse for vores samfund og demokrati og gøre dem fortrolige med nyhedsgenren. Her kan børnene i en alderssvarende og troværdig kontekst lære om svære emner og udvikle færdigheder. I foråret 2020 – i forbindelse med coronapandemien – fik 'Ultra Nyt' en ny og stærk position som et sted, hvor børnene søger hen for at få nyheder og viden.
- **Dansk børnefiktion.** Fiktion er børnenes foretrukne genre. Med god børnefiktion kan DR spejle børnenes hverdag og løfte emner, som ellers kan være svære at berøre. De kommende år vil DR fortsætte med at lave masser af dansk børnefiktion af høj kvalitet. Samtidig indgår DR som noget nyt et samarbejde med de nordiske public service-medier om produktion af 14 nordiske dramaserier til børn om året.

### 3. Dansk kulturindhold til alle

At bidrage til dansk kultur er en af DR's bærende public service-ambitioner. DR vil sætte særligt fokus på tre områder: Vi vil styrke dansk musik. Vi vil fortsat lave samlende dansk fiktion. Og vi vil gøre danskerne klogere på vores fælles kulturarv og historie.

Mange af os blev mindet om musikkens særlige betydning, da coronapandemien brød ud, og vi samlede foran fjernsynet og sang med på både fællessang og morgensang – eller lyttede med på DR's øgede dækning af den danske musik på radio, tv og web. DR vil fortsat spille en central rolle i formidling af dansk musik til hele befolkningen, og DR vil bidrage til, at den danske musik ikke bliver overset blandt alt det udenlandske.

DR har en mangeårig tradition for at lave søndagsdrama, der samler danskerne. Og det vil vi fortsat. DR har lavet fiktion om alt fra politik og terror til religion, historie og familiekonflikter – i en dansk kontekst. Vi vil fortsætte med at lave dansk drama om emner, som sætter fokus på det fællesskab, vi er en del af – og som kan tage kampen op med store internationale produktionsbudgetter.

DR spiller en væsentlig rolle i at hjælpe med at forstå det samfund, vi lever i. Derfor vil vi lave kulturindhold, der gør os klogere på vores fælles arv. Vi vil fastholde vores fokus på at formidle Danmarks historie på måder, som bredt i den danske befolkning opleves både udfordrende, underholdende og relevant.



### KONKRETE SATSNINGER FOR DANSK KULTURINDHOLD TIL ALLE

*Det særlige fokus på at udvikle dansk kulturindhold til alle danskere vil blandt andet blive drevet af følgende konkrete satsninger.*

- **Dansk musik.** DR har en særlig forpligtelse over for dansk musik, og vi vil derfor sætte fokus på den danske musik i de kommende år. Vi fortsætter morgensang, og vi vil skabe en tradition for fællessang. Vi vil formidle fra alle hjørner af den danske musik på radio, tv og web og tage nye skridt i den digitale musikformidling.
- **Dansk fiktion.** DR vil stadig være en helt central spiller, når det kommer til at lave dansk fiktion, der tager udgangspunkt i en dansk virkelighed. Vi vil fortsætte med at fortælle gode historier, som giver stof til eftertanke. Vi vil i de kommende år lave en dramaserie, der skildrer Leonora Christinas liv. Og så vil vi fortælle historien om en af 1960'ernes helt store danske succeser; Carmen Curlers.
- **Vores fælles historie.** DR har i de seneste år sat fokus på den brede formidling af vores fælles historie – senest med Grænseland og Frederik IX. DR vil i de kommende år fastholde dette fokus på at formidle danmarkshistorien og vil blandt andet fortælle historien om 300 års dansk-grønlandske forbindelser og vikingernes opdagelse af Amerika for 1.000 år siden.



**DR**

**Sammen om det vigtige *Etårs-status* for DR's strategi**