

TV 2S MEDIEPOLITISKE ØNSKER
OKTOBER 2017

Dansk indhold er under pres i et mere digitalt og internationalt mediemarked. Den lette adgang til at håndplukke udenlandsk medieindhold er et gode, som danskerne flittigt benytter. Som samfund og som et lille sprog- og kulturområde er det samtidig centralt, at danskerne fortsat har adgang til et alsidigt udbud af dansk kvalitetsindhold. Og i en verden, hvor mediebranchen er udfordret på troværdigheden, er det værdifuldt med adgang til flere elektroniske nyhedsmedier, som danskerne har tillid til.

Som input til de mediepolitiske drøftelser anbefaler TV 2, at de økonomiske og indholdsmæssige rammer for virksomheden samtænkes, og at indholdskravene gøres mere kvalitative. Formålet er at skabe rammevilkår, der i det fragmenterede og internationaliserede mediebillede fortsat gør det muligt for TV 2 at bidrage til, at danskerne er velforsynede med dansk public service-indhold af høj kvalitet.

TV 2 har siden 1988 medvirket til pluralisme i udbuddet af nyheds- og aktualitetsdækning og øvrigt public service-indhold på tv, og ambitionen er fortsat at være et relevant mødested og engagere danskerne i udviklingen af samfundet. TV 2 har et publicistisk udgangspunkt og tjener penge for at producere indhold. TV 2s strategi og ressourceforbrug afspejler således de delvist modstridende hensyn, det indebærer at have to bundlinjer: økonomi og public service.

En stor del af den mediepolitiske debat om TV 2 handler om privatisering. Ved en hel eller delvis privatisering kan en privat ejer potentielt ønske at forskyde balancen mellem TV 2s to bundlinjer. En privatisering af TV 2 fordrer grundlæggende tillid til en privat ejer, men der kan – for at sikre den fortsatte pluralisme i de elektroniske nyhedsmedier i Danmark – være behov for mere detaljeret regulering end ved fortsat statsligt ejet ejerskab. TV 2 vurderer, at det ved en hel eller delvis privatisering vil være hensigtsmæssigt med en markedskonform aftale med afgrænsede og prioriterede public service-forpligtelser.

Det er TV 2s vurdering, at virksomhedens dobbelte formål bedst understøttes af en langsigtet ejer med et publicistisk udgangspunkt, men TV 2 har ingen holdning til, om ejerskabet bør være offentligt eller privat. TV 2s mediepolitiske ønsker er gældende, uanset om TV 2 privatiseres eller ej.

MARKEDSUDVIKLING OG BETYDNING FOR TV 2

TV 2 har i dag to indtægtsstrømme i form af reklamer og abonnementer og er helt afhængig af udviklingen i mediemarkedet. TV 2 har ikke modtaget licens siden 2004.

Tv-markedet er i opbrud, drevet af nye teknologiske muligheder og ændrede forbrugervaner. Forbruget af traditionelt flow-tv er faldende til fordel for øget on demand-sening. Den traditionelle tv-sening er på fem år faldet med 17% – og med 56% blandt de 15-25-årige. Det er en udfordring for branchen, som skal udvikle og tilpasse forretningsmodeller, produkter og kompetencer. Digitalisering og individualisering tilgodeser i første omgang brugerne og udfordrer tv-selskabernes forretningsgrundlag. De væsentligste tendenser er:

- **Reklamemarkedet forskydes mod digitale platforme**

Hvor TV 2 er en vægtig aktør på det traditionelle tv-reklamemarked, domineres det digitale reklamemarked af store, internationale teknologiaktører med konkurrencefordele i kraft af deres tekniske udviklingsressourcer og dybere, databaserede kendskab til den enkelte bruger. I 2016 gik 56% af det digitale reklamemarked i Danmark (svarende til 28% af det samlede danske reklamemarked) til udenlandske aktører – i praksis Google og Facebook. TV 2s tv-reklameomsætning er på fem år faldet med 275 mio. kr., svarende til 19%. Den fortsatte forskydning af reklamemarkedet væk fra danske indholdsproducerende medier er en alvorlig udfordring for udbuddet af dansk indhold.

- **Det traditionelle tv-distributionsmarked er under pres fra stigende brug af streamingtjenester som supplement/alternativ til tv-distributørernes tv-pakker**

Digitale forretningsmodeller er mere udfordrende end det traditionelle tv-distributionsmarked og kræver investering i forbrugerrettede it-systemer og kompetencer. Væksten i antal kunder på streamingtjenesten TV 2 PLAY kompenserer ikke for kundefrafaldet hos tv-distributørerne, og husstandspenetrationen for TV 2s kanaler falder ca. 5% årligt.

Ligesom på reklameområdet er TV 2s streamingtilbud i hård konkurrence med internationale aktører med global udbredelse og skalafordele inden for teknisk udvikling og indkøb – samt i hjemlig konkurrence med DR, som i kraft af licensfinansieringen ikke skal tænke i indtægtsgrundlag og modsat andre aktører opretholder fuld tilgængelighed uden betalingsbarrierer.

For TV 2 udgør faldende husstandspenetration og udbredelse ikke kun en kommerciel, men også en publicistisk udfordring.

TV 2 har indtil nu formået at håndtere udfordringerne i mediemarkedet og har bevaret sin markedsposition og skabt fornuftige økonomiske resultater. Mens den traditionelle forretning svækkes, og streamingudviklingen tager yderligere fart, er TV 2 langt i arbejdet med at transformere sig fra primært tv-station til digital medievirksomhed. Danskerne ser i gennemsnit 2½ times tv dagligt, og langt hovedparten er fortsat traditionel flow-sening – dog med betydelige generationsforskelle. Det gælder også den time, danskerne i gennemsnit bruger på TV 2s indhold dagligt. TV 2 skal derfor både opretholde de traditionelle tv-tilbud og videreudvikle sin streaming-forretning.

Udfordringerne bliver næppe mindre i de kommende år, og det er baggrunden for TV 2s ønsker til fremtidige rammevilkår. Med en vanskeligere markedssituation bliver det nødvendigt at sikre fornuftige rammebetingelser og undgå at detailregulere, så TV 2 kan fokusere på at fastholde og videreudvikle de væsentligste elementer i sin public service-virksomhed.

FREMTIDIG STYRING OG REGULERING AF TV 2

TV 2 er i dag pålagt public service-forpligtelser uden direkte modydelse. Samtidig har TV 2 som nævnt to bundlinjer: økonomi og public service, og TV 2s strategi og ressourceforbrug afspejler disse delvist modstridende hensyn.

Den politiske regulering af TV 2 bør afspejle denne dualitet i TV 2s formål og daglige drift, således at de indholdsmæssige krav og forventninger til TV 2s public service-produktion er i overensstemmelse med de økonomiske afkastkrav og kommercielle markedsbetingelser for virksomheden. Det sker ikke i fuldt omfang i dag, som det illustreres af de to styringsmekanismer for TV 2:

- **Public service-tilladelse**

Siden 2003 reguleres TV 2 indholdsmæssigt i public service-tilladelser – den gældende tilladelse er fra 2014 og udmønter bestemmelserne i den mediepolitiske aftale 2015-2018. Tilladelsen stiller mange og stedvis detaljerede krav til public service-indholdet på TV 2s hovedkanal og er en reminiscens af den særstatus, den analoge antennefrekvens gav TV 2 indtil digitaliseringen af det jordbaserede sendenet i 2009.

- **Ejerskabsdokument**

Som udløber af Statens ejerskabspolitik fra 2015, som tog sigte på en mere aktiv ejerskabsudøvelse, er der udarbejdet ejerskabsdokumenter for statslige selskaber, hvori det enkelte selskabs rationale, målsætninger mv. er formuleret. Ejerskabsdokumentet for TV 2 ligger til grund for statens opfølgning på selskabets præstationer i forhold til de opstillede mål. Dokumentet er fortrinsvis fokuseret på den økonomiske forvaltning af TV 2 og omfatter bl.a. finansielle mål og udbyttepolitik.

Disse to dokumenter udarbejdes i dag uafhængigt af hinanden. TV 2 anser public service som en styrke, men det er vigtigt, at forpligtelserne udformes hensigtsmæssigt og med tanke på TV 2s kommercielle fodfæste. TV 2 ønsker således en mere holistisk tilgang til virksomheden, hvor økonomiske og indholdsmæssige krav til TV 2 i højere grad samtænkes – det vil give TV 2 et mere stringent grundlag for at afveje de til tider modstridende hensyn, virksomhedens dobbelte formål indebærer.

TV 2S FREMTIDIGE RAMMEVILKÅR

TV 2 er grundlæggende tilhænger af overordnede, kvalitative formålsbestemmelser suppleret af enkelte kvantitative krav. Det er desuden vigtigt at prioritere blandt public service-ambitionerne.

TV 2 vurderer, at de væsentligste public service-elementer bør bestå af krav om dansk indhold samt nyheds- og aktualitetsdækning. Det er især dette indhold, danskerne bør være velforsynede med, og som er TV 2s styrke i fremtidens mediebillede.

Nedenfor er TV 2s forslag til, i hvilken retning rammevilkårene bør justeres:

1 / DANSK INDHOLD

TV 2s hovedformål er at levere dansk indhold, som tager afsæt i en dansk kontekst og beskæftiger sig med emner af særlig relevans for danskerne. Uanset øget fragmentering vil TV 2 stræbe efter fortsat bred dækning, herunder på hovedkanalen. Denne ambition lykkes kun, hvis indholdet er relevant for danskerne.

Kvalitative forpligtelser på TV 2s hovedkanal kunne være:

- Hovedkanalen skal have en varieret og alsidig sendeflade primært bestående af en dansk programportefølje inden for nyheder, sport, fiktionsserier, underholdning, livsstil og dokumentar
- TV 2 kan eventuelt forpligtes til, at en konkret andel af hovedkanalens programflade er dansksproget i primetime, hvor TV 2 samler mange.

2 / NYHEDER

TV 2 skal opretholde egenproduceret national, regional og international nyheds- og aktualitetsdækning. TV 2 skal anlægge et lokalt forankret blik på Danmark og et dansk blik på verden og bidrage til, at der fortsat er mere end én kilde til troværdig nyheds- og aktualitetsdækning på tv.

Kvalitative forpligtelser på TV 2s hovedkanal kunne være:

- TV 2s nyheder skal være relevante, saglige, upartiske og alsidige
- TV 2 skal fastholde dækningen af væsentlige samfundsmæssige begivenheder, herunder valg og folkeafstemninger
- TV 2 skal dække nyheder i hele Danmark – i samarbejde med TV 2-Regionerne
- TV 2 skal dække internationale nyheder og have eget korrespondentkorps
- TV 2 skal sende mindst en daglig hovednyhedsudsendelse på hovedkanalen.

3 / TV 2-REGIONERNE

Regionerne er en af TV 2s grundpiller og har siden 1988 været med til at bringe det samlede TV 2 tæt på danskerne på tværs af landet. Regionerne er afgørende for TV 2s nyhedsdækning, som vi kender den i dag. TV 2 og Regionerne har de seneste år styrket ►

indholdssamarbejdet yderligere – flere Regioner fungerer som lokale ”nyhedscentre” for TV 2 og dækker egenhændigt begivenheder i landsdelen til brug for TV 2s nationale sendeflade. I et lokalt perspektiv er TV 2-Regionerne vigtige for mediepluralismen – som ikke blot har værdi på landsplan men også lokalt, hvor mange af de beslutninger, der har størst betydning for den enkelte danskers dagligdag, træffes. TV 2 ønsker ligesom Regionerne at styrke samarbejdet, herunder at videreføre de regionale vinduer på TV 2s hovedkanal.

4/ **KULTURSTØTTE**

Det kommer i forbeskeden omfang seerne til gode, at TV 2 skal investere 65 mio. kr. årligt i danske biografilm, som den nuværende ”kulturstøtte” pålægger virksomheden. Biografilm har lav kommerciel værdi for TV 2, og TV 2 ønsker i stedet at prioritere tv-serier som fiktionsformat – danske tv-serier er kommercielt og indholdsmæssigt langt mere velegnede til såvel klassisk flow-tv som on demand-sening. Filmstøtte er ikke en naturlig opgave for TV 2 og bør løftes på anden vis.

5/ **ODENSE**

Forankringen i Odense er en del af TV 2s DNA, og der er både identitetsmæssigt og økonomisk rationale i at fastholde virksomhedens hovedsæde her. Det ville kræve prohibitivt store anlægsinvesteringer i en helt ny lokation at fraflytte TV 2s ejendom og produktionsfaciliteter i Odense. TV 2 har dog brug for fleksibelt at kunne tilrettelægge sine aktiviteter bedst muligt og ønsker ikke regulering af aktivitets- eller medarbejderfordeling.

6/ **REKLAMEREGLER**

De danske tv-reklameregler er reelt TV 2-specifik lovgivning, der med fordel kan bringes på linje med de fælles europæiske regler, som TV 2s kommercielle konkurrenter arbejder under. Konkret ønsker TV 2 bl.a. adgang til at anvende korte reklameafbrydelser i lange sportstransmissioner som ’Tour de France’ og en kort afbrydelse ved naturligt ophold i lange underholdningsformater, fx i forbindelse med seerafstemning i ’Vild med dans’. Denne adgang vil give TV 2 vigtigt ekstra reklameudbud i en tid med faldende flow-tv-sening, uden at TV 2 forvandles til et spejlbillede af udenlandske tv-kanaler med ustandselige reklameafbrydelser. Til illustration reducerer et 5% fald i tv-seningen TV 2s udbud af tv-reklame med 50 mio. kr. I en tid med nye annonceformer som web-tv mv. er det desuden utidssvarende fortsat at afskære specifikke annonsekategorier, som fx fagforeninger og arbejdsgiverorganisationer, fra at reklamere på tv.

Det er en brydningstid for danske medier. Rammerne for medieudviklingen, som et forestående medieforlig udstikker, kan få afgørende betydning for udbuddet af dansk indhold også langt ud over den specifikke aftaleperiode.

TV 2 står over for store udfordringer, men har med sin centrale placering i danskernes medieforbrug et stærkt udgangspunkt for at bidrage til, at danskerne fortsat er velforsynede med alsidigt, dansk public service-indhold af høj kvalitet.

TV 2S MEDIEPOLITISKE ØNSKER:

- ▶ Rammestyring frem for detailstyring
- ▶ Økonomiske og indholdsmæssige krav samtænkes
- ▶ Indholdsmæssige krav fokuseres på:
 - Dansk indhold
 - Nyheds- og aktualitetsdækning
 - Samarbejde med TV 2-Regionerne
- ▶ TV 2s filmstøtteforpligtelse (kulturstøtte) afskaffes
- ▶ Hovedsæde i Odense uden detailregulering
- ▶ Lige konkurrencevilkår på reklamemarkedet