

Bilag 5

Værditest af DR på skærme i det offentlige rum

Skærme i butikker

I det følgende værditestes tjenesten "Skærme i butikker".

I Indledningen gøres der kort rede for den testede tjeneste samt at den er en del af i alt seks tjenester inden for fælleskategorien "skærme i det offentlige rum", der er blevet testet af DR og samlet indsendt til Radio- og TV-Nævnet. Der gøres også rede for DRs baggrund for at ville iværksætte tjenesten.

Herefter gennemgås i afsnit 2 betingelserne for at værditeste tjenesten, som DR anser for opfyldt.

I afsnit 3 beskrives tjenestens public service værdi, ved en vurdering af hvordan den opfylder demokratiske, kulturelle og sociale behov i samfundet og i hvilket omfang tjenesten er tilgængelig for borgerne.

1. INDLEDNING

Som det fremgår af public service kontrakten mellem Kulturministeren og DR, har DR fået mulighed for at iværksætte tjenester, der ikke allerede er omfattet af DRs public service opgaver. Med henblik på at tilvejebringe det nødvendige mandat, skal DR foretage en værditest for at sikre, at den påtænkte tjeneste er tilstrækkeligt tilgængelig og opfylder demokratiske, kulturelle og sociale behov i samfundet. Værditesten skal forelægges Radio- og TV-Nævnet til udtalelse før tjenesten iværksættes.

DEN VÆRDIESTEDE TJENESTE - SKÆRME I BUTIKKER

DR har på den baggrund værditestet en påtænkt aktivitet, der består i at gøre DR indhold tilgængeligt på skærme i butikker. Ved skærme i butikker er der tale om skærme opsat på områder, der er knyttet til en bestemt erhvervsvirksomhed, herunder f.eks. dagligvareforretninger, apoteker, cykelforretninger, mv. De er hver især knyttet til en bestemt erhvervsvirksomhed og brugeren vil typisk komme i kontakt med skærmen i en situation, hvor der foretages et køb i den pågældende butik.

DR har gennemført pilotprojekter i to apoteker-kæder, A-Apotekerne og Apotekeren samt taxaerne fra Københavns Taxa. I disse pilotprojekter har DR på skærme i deres henholdsvis butikker og vogne tilbudt nyheder og anden relevant information til deres kunder.

I ALT SEKS TJENESTER

Den testede aktivitet " skærme i butikker" påtænkes iværksat sammen med lignende aktiviteter, der alle har det til fælles, at de gøres tilgængelige på steder, hvor danskerne færdes i dagligdagen, når de er uden for deres hjem. Samlet betegnes disse aktiviteter som "DR i det offentlige rum". I alt seks tjenester i denne kategori er værditestet og fremsendt til Radio-og TV-Nævnet til udtalelse.

Ved opdelingen af de seks tjenester er der lagt vægt på to kriterier: For det første tilgængeligheden af skærmene og for det andet i hvilken økonomisk sammenhæng skærmene er sat op. På den baggrund er skærmene opdelt i følgende kategorier:

1. Skærme på offentlige områder, frit tilgængelige
2. Skærme i forbindelse med trafikinfrastrukturer
3. Skærme i offentlige institutioner med adgangsbegrænsninger
4. Skærme opstillet i kommercielle, frit tilgængelige sammenhænge
5. Skærme opstillet i butikker
6. Skærme opsat i virksomheder

I det følgende beskrives baggrunden for alle seks tjenester.

TJENESTERNES BAGGRUND

Uden for deres hjem færdes danskerne i dagligdagen i en lang række situationer, f.eks. i offentlige transportmidler (tog, bus og deres stationer), jobcentre, hospitaler, universiteter, rådhus, udendørs pladser og parker, i oplevelsesrum som biblioteker, og når de bevæger sig igennem frit tilgængelige rum som foyéer i teatre, biografteater og butikker samt i ikke frit tilgængelige rum som f.eks. arbejdspladser.

Kombinationen af trådløse netværk og billige skærme har været med til at stimulere opsætningen af skærme med information og underholdning i flere og flere af disse rum. Skærmene bliver i stigende grad brugt til at give danskerne nyheder og andre former for dynamisk og opdateret information, hvor de end befinder sig. Ud over DRs indhold kan der således f.eks. være tale om oplysninger om kulturtilbud, trafik, lokale vejroplysninger og reklamer mv.

Skærmene giver mulighed for, at danskerne kan modtage uafhængigt og ikke-kommercielt indhold og information fra DR, også på tidspunkter i deres almindelige hverdag, hvor adgang til DRs øvrige tilbud ikke er mulig. DR kan på skærmene også nå danskere som ellers ikke er storbrugere af DRs medier, og informere og orientere dem - også om indhold på DRs kanaler. Samtidig giver skærmene i det offentlige rum DR en unik mulighed for at nå ud med information af største betydning som en del af beredskabet i en eventuel nødsituation. Såfremt tjenesterne iværksættes permanent vil DR umiddelbart efter indarbejde dem som en del af DRs beredskabsplan.

DR har siden 2004 igennem en række pilotprojekter været med i udviklingen af dette medie. På baggrund af disse pilotprojekter, er det DRs opfattelse at dette medie rummer nye muligheder for at gøre DRs indhold tilgængeligt for danskerne. Udviklingen af mediet har i løbet af de seneste år taget fart, og DR ønsker derfor at etablere et mere permanent grundlag for DRs fremtidige tilstedeværelse i det offentlige rum.

2. BETINGELSERNE FOR VÆRDITEST

Nedenfor gennemgås betingelserne for at værditeste tjenesten.

2.1. EFFEKT

Det er vanskeligt at lave kvalificerede skøn over tjenestens effekt. Dels er det endnu usikkert, hvor mange skærme, der vil bringe DRs indhold. Dels er der ikke tilgængelige tal for, hvor mange mennesker, der passerer skærmene og ej heller, hvor mange af de potentielle brugere, der de facto anvender skærmene. Resultatet vil afhænge af hvilke sammenhænge DR i givet fald vælger at indgå i og på den konkrete placering af skærmene.

Det er imidlertid DRs opfattelse, at en opsætning af skærme i butikker, potentielt vil kunne have en væsentlig effekt. Der er næppe tvivl om, at skærmene vil være tilgængelige for et stort antal borgere og det er DRs opfattelse, at man vil kunne fange en betydelig del af interessen hos de tilstedeværende med velproduceret relevant materiale, i starten især nyhedsopdateringer.

Det er DRs mål at indgå på skærme, der opnår den størst mulige udbredelse således, at DRs indhold kan modtages af flest mulige borgere.

2.2. FINANSIEL STØRRELSE

Tjenestens indhold vil bestå af rent genbrug af eksisterende materiale, men dele af materialet vil have behov for redigering og DR vil i visse tilfælde skulle klarere ekstra rettigheder. Alle skærme vil trække på samme pulje af indhold, og for så vidt angår indholdet er marginalomkostningerne til den enkelte skærm således minimale.

DR budgetterer samlet set med et årligt budget på 2.5 mio. kr. til redigering samt administration, distribution og rettigheder.

2.3. VARIGHED

DR har ingen planer om, at tjenesten skal have begrænset varighed.

2.4. NYHED

DR har ikke i øjeblikket og har heller ikke tidligere haft en tjeneste, der generelt gjorde DRs indhold tilgængeligt på skærme i butikker.

Den påtænkte tjeneste ønskes iværksat som led i et større initiativ, der har til formål at gøre DRs indhold mere tilgængeligt for danskerne, hvor de er. På den måde er det for det første formålet med tjenesten i højere grad at informere danskerne og for det andet at gøre flere danskere opmærksomme på DRs øvrige indhold.

Tjenesten vil udelukkende benytte eksisterende indhold og vil således ikke medføre nyproduktion af indhold. Det vil dog være nødvendigt at nyredigere dele af det indhold, der sendes ud, så det passer til brugssituationen.

Som følge af, at DRs indhold gøres offentligt tilgængelig på tredjemands platforme og at der adskilt fra DRs indhold vil være andet indhold, herunder reklamer, er det DRs opfattelse, at den påtænkte tjeneste må anses for ny. For god ordens skyld bemærkes det, at reklamer ikke er en del af DRs tjeneste, men kan være en del af andre tjenester på de skærme hvor også DRs tjeneste vises. Der er ingen forbindelse mellem DR og de reklamer der måtte blive vist og DR modtager hverken en del af reklameindtægten og tillader ikke en kobling mellem DRs indhold og reklamerne, f.eks. vil det ikke kunne fremgå at DRs nyheder bringes af "Varemærke X".

2.5. KONKLUSION

På baggrund af det ovenfor anførte, er det DRs vurdering, at tjenesten opfylder kriterierne for at skulle undergå en værditest.

Der er ganske vist tale om en tjeneste, der udelukkende benytter sig af eksisterende indhold, og som derfor er af forholdsvis begrænset finansiell størrelse. Men tjenesten indebærer, at DRs indhold vil komme ud på et medie, som DR ikke hidtil har været på, og at DRs indhold vil optræde i sammenhænge, der er nye for danskerne.

Endelig vil tjenesten kunne få en særdeles stor effekt, idet skærmene potentielt bliver tilgængelige for et stort antal danskere.

På den baggrund er det DRs samlede vurdering, at tjenesten er omfattet af reglerne om værditest.

3. VURDERING AF TJENESTENS PUBLIC SERVICE-VÆRDI

Ifølge beskrivelsen af værditesten i DRs public service-kontrakt bilag 2 skal vurderingen af tjenestens public service-værdi baseres på to kriterier:

- Tilfører tjenesten en merværdi for samfundet og/eller det enkelte individ ved opfyldelse af kulturelle, demokratiske, eller sociale behov?
- Er tjenesten almindeligt tilgængelig for danskerne?

DR vil i vurderingen af merværdien lægge vægt på de kulturelle, demokratiske og sociale behov, som beskrevet i relation til værditesten.

Da indholdet vil komme fra samme pulje vil der under afsnittet om tilgængelighed blive lagt vægt på placeringen af skærmene.

3.1. VURDERING AF TJENESTENS PUBLIC SERVICE VÆRDI

TJENESTENS INDHOLD

NYHEDER, KULTUR MV.

DR vil på skærmene formidle nyheder, klip fra DRs TV programmer, uddrag fra dr.dk samt foramtaler og beredskabsmeddelelser. DRs leverance vil til alle skærme bestå af ind- og udlandsnyheder, regionale nyheder, pengenyheder, politisk stof, EU-stof, sportsnyheder, programoversigter, vejrudsigter og valutakurser. Der vil desuden komme andet stof, som DR har fulde rettigheder til og på længere sigt kan der blive tale om korte underholdningsformater samt uddrag af musik- og kulturprogrammer.

DRs forpligtelse til nyhedsformidling er beskrevet i både Radio- og fjernsynsloven og i DRs public service-kontrakt.

Udgangspunktet for DRs tilstedeværelse på skærme i butikker er således at opfylde DRs formål om at sikre danskerne "adgang

til væsentlig samfundsinformation og debat". Aktiviteterne understøtter således generelt DRs public service-formål om at styrke borgernes handleevne i et demokratisk samfund.

DR har altid fuld redaktionel kontrol over det af DR tilbudte programstof og DR fremstår altid tydeligt som afsender på DRs indhold ligesom der er en klar adskillelse mellem DRs indhold og øvrigt indhold på skærmene.

Reklamer er ikke en del af DRs tjeneste, men der kan forekomme reklamer på de skærme, hvor også DRs indhold vises. Dette vil i givet fald ske før/efter en tydelig markering af, at DRs indhold starter/afsluttes.

EKSISTERENDE PROGRAMMATERIALE

Alt materiale stammer fra DRs eksisterende programmer og tjenester på radio, tv og internet, og der vil således ikke blive produceret nyt indhold til de testede tjenester. Det konkrete indholdstilbud på den enkelte skærm vil være tilpasset det miljø i hvilket skærmen er opsat, da brugssituationen i f.eks. et S-tog adskiller sig markant fra brugssituationen i f.eks. et jobcenter. Det vil således ikke være det samme indhold på alle skærme, men alt indhold vil komme fra en fælles pulje af indhold, som DR udvælger til skærme i det offentlige rum.

Det er DRs opfattelse, at merværdien skal ses i relation til, at der er tale om en tjeneste, der sigter mod at øge brugen af DRs eksisterende indhold, og som ikke er omkostningstung. Tjenesten er i den forstand en effektiv udnyttelse af DRs ressourcer og en styrkelse af den værdi, DR leverer for licenspengene.

OPDATERET INDHOLD

Opdateringen af indholdet på skærmene sker løbende over døgnet og er automatiseret, og udvælgelsen af DRs indhold er baseret på en redaktionel prioritering. Den overvejende del er tekst og stillbilleder, men flere skærme giver også mulighed for, at DR kan levere levende billeder - fx tv-nyheder fra DR Update. Der hvor de fysiske rammer ikke tillader brugen af lyd, bliver videoklip præsenteret sammen med tekst på samme skærm.

Opdatering vil for de langt fleste skærme ske inden for 1-5 minutter, hvilket gør skærme i det offentlige rum til et meget effektivt medie, også i eventuelle nødsituationer.

TILGÆNGELIGGØRELSE AF DRs INDHOLD

DR anser det for væsentligt, at der er tale om en tjeneste, der har til formål at tilgængeliggøre DRs indhold. Tjenesten understøtter således generelt DRs indholdsrettede public service-formål både ved at stille dele af DRs indhold til rådighed for danskerne i nye situationer og ved at give DR mulighed for at præsentere andet fra DRs indholdsportefølge for danskerne. Selv om tjenesten på det nuværende udviklingstrin fortrinsvis vil indeholde nyhedsstof, er det DRs hensigt, at også andre programtyper i fremtiden skal omfattes af indholdet på skærmene, herunder f.eks. kulturprogrammer.

BEREDSKABSMEDDELELSER

Endvidere skal der i vurderingen af merværdien tages hensyn til potentialet i beredskabet ved en eventuel nødsituation. DR har en central rolle i nødsituationer, men har i dag kun mulighed for at nå folk, hvis de har tv, radio eller internet tændt og stillet ind på DRs medier. Med skærme i det offentlige rum vil DR kunne få information ud til danskerne i en mængde situationer, hvor det ellers ikke ville være muligt. Det bemærkes i den forbindelse, at DR umiddelbart vil kunne lægge en beredskabsmeddelelse ind på den server, der leverer DR indhold til skærmejerne og meddelelsen vil typisk inden for 1 - 5 minutter blive vist på skærmene.

Endelig bemærkes det, at tjenesten generelt er i overensstemmelse med DRs strategi, hvorefter DR skal nå så mange danskere som muligt med sine tilbud.

På den baggrund er det DRs opfattelse, at indholdet på skærme i butikker opfylder demokratiske, kulturelle og sociale behov i samfundet.

RAMMER FOR SAMARBEJDET

Idet tjenesterne forudsætter en aftale med tredjemand om DRs tilstedeværelse på skærmene, anser DR aftalen mellem DR og tredjemand for at have betydning for vurderingen af samarbejdet og dermed tjenesten og værditesten.

Det samlede indholdstilbud på skærmene er sammensat af indhold fra forskellige kilder. Det betyder, at DRs indhold vil indgå i et samlet flow sammen med fx serviceoplysninger og i nogle tilfælde reklamer. Som nævnt oven for er reklamer ikke en del af DRs tjeneste, men kan være en del af andre tjenester på de skærme, hvor også DRs tjeneste vises.

DR ønsker at behandle de forskellige aktører lige og har derfor opsat en række kriterier, der skal være opfyldt, før DR vil indgå aftaler om at stille indhold til rådighed på skærme i butikker.

- Der er ikke tale om eksklusivaftaler
- DR har fuldstændig redaktionel kontrol over egen tilrådighedsstillelse på skærmene - og ændringer slår igennem umiddelbart
- DR kan komme igennem med beredskabsmeddelelser
- DR er entydig afsender på DRs indhold
- Der er en klar adskillelse mellem DRs indhold og andres indhold og kommercielle budskaber både tidsmæssigt og grafisk
- Partnere skal overholde krav, der svarer til DRs krav til DRs leverandører (DRs leverandøretik)

- DR er ikke til stede i sammenhænge, hvor der agiteres for en bestemt politisk holdning, f.eks. hvor et politisk parti er hjemmehørende
- DR er ikke til stede i sammenhænge, hvor der arbejdes for fremme af kontroversielle synspunkter, f.eks. foreninger, der varetager visse religiøse, seksuelle eller kriminelle interesser.

Fælles for alle de aftaler DR indgår, er at DR har fuld redaktionel kontrol over DRs indhold, formatering, grafisk udtryk og de rammer i hvilket indholdet præsenteres og de enkelte skærmejerere er forpligtede til at sikre, at DRs programstof opdateres kontinuerligt og umiddelbart.

På DRs egne radio, tv eller internetkanaler indgår DRs indhold ikke i sammenhæng med kommercielle budskaber. Derfor er DR opmærksom dels på omfanget af kommercielle budskaber og dels på den klare adskillelse mellem DRs indhold og kommercielle budskaber. Afhængigt af om der er tale om levende billeder og skrift/grafik opleves skærmene forskelligt af brugerne, og DRs retningslinjer for tidsmæssig og grafisk adskillelse afhænger derfor af den konkrete sammenhæng.

Der er udarbejdet en designmanual, der dels sikrer adskillelsen både tidsmæssigt og grafisk og dels sikrer, at DRs identitet er forankret i alle sammenhænge, hvor DRs indhold indgår.

DR opkræver ikke betaling af skærmejerere for brugen af indholdet. DR gør indholdet tilgængeligt på en server, hvor de skærmejerere, der er indgået aftale med kan tilslutte sig og hente indholdet.

3.2. TILGÆNGELIGHED

Tjenestens formål er at gøre DRs indhold mere tilgængeligt for borgerne. Med opsætning af skærme i sammenhænge hvor de generelt er tilgængelige for borgerne er det DRs opfattelse, at formålet opfyldes. Det forhold at skærmene er opsat i selve butikkerne begrænser dog i realiteten deres tilgængelighed, idet der næppe er andre end kunder til stede i butikken.

Gennem skærmene får danskerne mulighed for en bedre løbende kontakt med DRs indhold og en hurtigere adgang til information. Det er DRs vurdering, at tjenestens tilgængelighed skaber høj merværdi for det enkelte individ.

3.3. KONKLUSION

DR på skærme i kommercielle, frit tilgængelige sammenhænge er en tjeneste med indhold af betydelig værdi, både nyhedsværdi og kulturel værdi. Den er generelt tilgængelig, men i praksis formentlig alene for butikkens kunder. Idet tjenesten findes i en

kommerciel sammenhæng har DR overvejet om der er fare for at DR ved sin tilstedeværelse bliver "spændt for en kommerciel vogn". DR vil i forbindelse med en eventuel permanent tjeneste løbende påse, at DRs tjeneste gøres tilgængelig i en sammenhæng, der er acceptabel for DR, jf. DRs krav til samarbejdet. På nuværende tidspunkt er det DRs opfattelse at hensynet til at nå flest mulige borgere med DRs indhold vejer tungest og det er derfor DRs opfattelse, at tjenesten har både public service værdi og en forholdsvis høj tilgængelighed og at den derfor opfylder demokratiske, kulturelle og sociale behov i samfundet.

---ooOoo---

DR vurderer, at tjenesten i høj grad opfylder kulturelle, demokratiske og sociale behov i samfundet.

På den baggrund oversendes testen til hos Radio- og TV-Nævnet og DR afventer Nævnets udtalelse.