

N O T A T

MEDIESEKRETARIATET

København den 16. januar 2006

Foreløbig rapport 2005 for Mediestatistikprojektet

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon: 3318 6868

Direkte:

Telefax: 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk

www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank

Reg.nr. 8109

Konto nr. 1002 295

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
1. Status for Medie-Statistikbanken	3
2. Forventede resultater ved udgangen af 2006 (fase 2)	5
Opgaver	5
Bemanding/ressourcer i fase 2	6
3. Scenarier	6
Scenario 1. Projektet får ikke flere ressourcer ud over hvad der allerede ligger i resultatkontrakten.....	6
Scenario 2. Projektet får reducerede ekstra ressourcer	7
Scenario 3. Projektet får tilført de ekstra ressourcer, der skal til for at gennemføre fase 3 og 4 og gøre Mediestatistikken permanent.....	8
4. Medievidensportalen MedieDanmark.....	8
5. Opgave- og kompetenceprofil.....	9

Indledning

Mediestatistikprojektet blev iværksat af Kulturministeriet, Videnskabsministeriet, IT- og Telestyrelsen og Mediesekretariatet i marts 2004 på baggrund af et udækket behov for en samlet officiel dansk mediestatistik. Samtidig blev der etableret en styregruppe med deltagelse fra initiativtagerne. Det blev fra starten besluttet, at mediestatistikken i første omgang skal koncentrere sig om radio og tv og dernæst internet.

I Mediesekretariatets handlingsplan 2004-2006 indgår som resultatmål nr. 21, at der fremlægges en foreløbig rapport om Mediestatistikprojektet i kontraktåret 2005. I denne rapport fremlægges

1. Status for mediestatistikprojektets resultater indtil nu (fase 1)
2. Forventede resultater ved udgangen af 2006 (fase 2)
3. Målsætninger og scenarier udover 2006 (fase 3 og 4)

1. Status for Medie-Statistikbanken

Pilotfase

Mediestatistikprojektets fase 1 var en pilotfase, hvor formålet var at indkredse indholdet af medie-statistikbanken, at vælge en passende teknisk løsning, etablere en demo-version og at udvikle procedurer til oprettelse og opdatering af indholdet. Disse milepæle blev nået med valget af en *stat host*-løsning fra Danmarks Statistik og præsentationen af demoversionen på et seminar i maj 2005.

Statistikbanken

Mediestatistikbanken er en såkaldt "hosted løsning", med interaktive tabeller, der fungerer over internettet. Fysisk er mediestatistikbanken en integreret del af Danmarks Statistiks statistikbank. Kontrakten med Danmarks Statistik om løsningen blev underskrevet i slutningen af februar 2005.

Statistikbanken kan ses på
<http://mediesekretariatet.statistikbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1280>

Grundtabellerne

Demo-versionen startede med 5 grundtabeller men er nu oppe på 13. Emnemæssigt er der klart flest tabeller inden for "brugsadfærd", idet data til dette område er umiddelbart tilgængelige fra Gallup. Der er i alt planlagt ca. 50 grundtabeller. Dertil kommer (eksterne) tabeller om medieforhold, der findes i Danmarks Statistiks statistikbank, og som der etableres adgang til fra Medie-Statistikbanken.

Faste tabeller

Foruden de interaktive tabeller i statistikbanken etableres der et sæt faste tabeller, for at der også kan være noget umiddelbart tilgængelig og brugervenlig statistik for brugere, der ikke er vant til at bruge et interaktivt statistikværktøj. De faste tabeller baseres dels på udtræk fra statistikbanken, dels i form af links til f.eks. Kulturvaneundersøgelsen eller NORD-ICOM-tabeller med sammenlignende nordisk statistik. Andre typer faste tabeller vil også komme på tale med tiden. Det kan f.eks. være tabeller fra nationale og internationale publikationer, der gengives. Denne del af statistikbanken har Mediesekretariatet fuld kontrol

over, dvs. den er *ikke* en del af den hostede løsning og udløser dermed ikke betaling til Danmarks Statistik pr. tabel, pr. variabel og pr. opdatering, sådan som grundtabellerne gør. Indholdet er Excel-tabeller, der ligger på Mediesekretariatets web-sted MedieDanmark.

Behov for mere brugervenlig terminologi

Medie-Statistikbanken har været sendt til afprøvning blandt abonnenterne på det elektroniske nyhedsbrev om mediestatistikprojektet, i alt 190 personer og blev i september diskuteret af referencegruppen, som påpegede et behov for en sproglig/formidlingsmæssig gennemgang af terminologi for emneområder og variable inde mediestatistikbanken offentliggøres. F.eks. bør emneområdet "konverterings-og visningsapparater omdøbes til "apparater" eller "terminaler", og emneområdet "købsadfærd" bør inkluderes under brugsadfærd. Endvidere har nogle brugere nævnt, at der - når man opgiver absolutte tal i tusinder - burde være større klarhed med hensyn til, om det er husstande eller personer, og hvad der er den relevante totalbefolkning. Der er også fra brugerside efterlyst en *linksamling* til relevante nationale og internationale statistiksteder, og fra dele af brugerne en mindre grad af "tv-centrisme" og større fokus på internettet.

Registerbaseret virksomhedsstatistik

Såvel i Mediesekretariatet som i Kulturministeriet er der store forventninger til en ny registerbaseret mediestatistik, der bl.a. skal belyse *medieøkonomien* og fokusere på virksomhederne i mediebranchen. Helt centralt for den nye mediestatistik er spørgs-målet om, hvordan man kan koble oplysninger og faglig viden i Mediesekretariatet med de økonomi- og beskæftigelsesdata, som findes i Danmarks Statistiks registre, navnlig Firmastatistikken. Som en del af mediestatistikprojektet er der udviklet en metode, hvorefter der hvert år foretages en samkørsel af registre kombineret med en faglig finkæmning i Mediesekretariatet. Herved kan man finde de korrekte populationer til f.eks. radio/tv-virksomheder eller produktionsselskaber og ud fra disse trække de relevante kulturøkonomiske data, f.eks. omsætning og beskæftigelse.

Udbyttet vil være en mediestatistik, der for første gang giver et samlet overblik over mediebranchens økonomistruktur: Antallet af virksomheder, udskiftning, ejerskab, beliggenhed, antal beskæftigede og økonomisk størrelse (omsætning). Med en sådan statistik vil det f.eks. blive muligt at sætte fokus på mediernes betydning for oplevelsesøkonomien og at udvikle nye instrumenter for den videre udvikling af rammebetingelserne for den danske mediesektor. Der vil endvidere kunne opnås større klarhed og sammenlignelighed med andre kulturområder og erhverv.

Første skridt har været at foretage en relevant *populationsafgrænsning* af medievirksomhederne. Dette er Mediesekretariatet kommet langt med, idet vi har foretaget den ovenfor omtalte finkæmning af radio og tv-stationer samt produktionsselskaber. En vigtig hurdle har været en *nedbrydning af DR's omsætningstal* til medieformål, dvs. en fordeling på henholdsvis radio, tv og internet. Det er nu lykkedes at blive enige med DR om en model herfor, og DR har lovet at levere tallene inden årets udgang. Vi er derfor nu klar til at gå videre med næste skridt, som er at bede Danmarks Statistik foretage en *prøvekørsel* af den nye medievirksomhedsstatistik, hvilket vi forventer kan ske i begyndelsen af 2006. Der er dog fortsat nogle udfordringer tilbage omkring satellit og kabel-distributionsvirksomheder. Se i øvrigt bilag 1 og 2.

Relationen til Kulturministeriets statistikprojekt

Mediestatistikprojektet har været – og er fortsat – pilotprojekt i Kulturministeriets projekt om den fremtidige kulturstatistik. Bl.a. er en stor del af metodeudviklingen vedrørende den registerbaserede mediestatistik blevet en generel model, som tænkes benyttet i udviklingen det tværgående tema *kulturøkonomi* under kulturstatistikprojektet.

Den planlagte prøvekørsel af den nye registerbaserede medievirksomhedsstatistik er således en af tre pilotkørsler under det tværgående kulturstatistikprojekt.

2. Forventede resultater ved udgangen af 2006 (fase 2)

Juli 2005 – december 2006

Opgaver

Mediestatistikbanken har nu taget så meget form, at vi mener, den bør offentliggøres i begyndelsen af 2006 (jan-feb). F.eks. i form af en pressemeddelelse samt på Mediesekretariatets hjemmeside. Sideløbende hermed fortsætter vi arbejdet med at få etableret de i alt godt 50 grundtabeller, som er defineret i projektet. 13 af disse er allerede lagt ind. I fase 2 skal der indgås aftaler med alle dataleverandører om omfang af og tidsterminer for levering af data til statistikbanken.

Mediesekretariatet skal endvidere bidrage med input til Nordicoms publikation Nordic Media Trends. Sekretariatet har i august 2005 deltaget i et møde i redaktionsgruppen og skal ved udgangen af november 2005 i samarbejde med Nordicoms sekretariat levere data for Danmark til publikationen.

I fase 2 er det endelig intentionen at fortsætte udviklingen af emneområdet virksomheder. Virksomhedsstatistikken prioriteres :

1. Fordi økonomiske data om medievirksomhederne/mediebranchen er et vigtigt, men underbelyst område, som der fra såvel seminarer, emnegrupper og referencegruppe har været udtrykt stor interesse for at få opdyrket.
2. Fordi MS på dette område har gode forudsætninger for at bidrage med mediefaglig viden og dermed kvalificere en registerbaseret medievirksomhedsstatistik. Forudsætningerne er skabt gennem det hidtidige pilotarbejde i fase 1 og 2 med at løse problemerne vedrørende populationsafgrænsning, hvilket også har været til fordel for Kulturministeriets samarbejdsprojekt med Danmarks Statistik. Næste skridt er at få løst nogle af de problematikker vedr. bl.a. anonymitet, der knytter sig til at få de relevante oplysninger fra de store medievirksomheder.
3. Fordi der her er tale om egentlig ny viden, mens flere af de andre emneområder grundlæggende er videreformidling af eksisterende data, ikke mindst fra Gallups Annual Survey

Derudover er det tanken i løbet af 2006 at

1. foretage en mere struktureret brugertest, evt. ved brug af fokusgrupper

2. etablere en linksamling
3. opdyrke feltet internet-medier i samarbejde med FDIM
4. indlede arbejdet med en mere beskrivende medievirksomhedsstatistik, jf. bilag 2

Bemanding/ressourcer i fase 2

- 1,5 AC-medarbejder, heraf 1 medarbejder midlertidigt ansat med løntilskud

Slutprodukt af fase 2

Slutproduktet af fase 2 vil være en offentligt tilgængelig statistikbank indeholdende ca. 50 grundtabeller om primært radio og tv samt et antal tabeller i Danmarks Statistiks Statistikbank med relevans for medieområdet. Der vil også på statistikbanken være et antal faste tabeller, ligeledes fortrinsvis om radio og tv. Virksomhedsstatistikken vil foreligge for så vidt angår radiostationer, tv-stationer, programproducenter og i et vist omfang internetmedier, og en plan for en komplet medievirksomhedsstatistik vil være lagt. Tyngdepunktet i den offentligt tilgængelige Mediestatistikbank vil dog realistisk set være gengivelse af eksisterende tal fra bl.a. Gallups Annual Survey, BFE's apparatsalgsstatistikker, CopyDan m.fl.

3. Scenarier

I det følgende beskrives tre scenarier for det videre forløb af Mediestatistikprojektet for årene 2007 – 2008.

1. Projektet får ikke flere ressourcer ud over, hvad der allerede ligger i MS' resultatkontrakt for 2004-2006.
2. Projektet får reducerede ekstra ressourcer i forhold til det ønskede
3. Projektet får tilført de ekstra ressourcer, der skal til for at gennemføre fase 3 og 4.

Scenario 1. Projektet får ikke flere ressourcer ud over hvad der allerede ligger i resultatkontrakten

I scenario 1 vil drift og videreudvikling af Medie-Statistikbanken efter 2006 ske inden for rammerne af Mediesekretariatets ordinære budget.

Opgaver

Kerneopgaven i scenario 1 vil være at holde de 50 grundtabeller opdaterede. Opdatering af grundtabellerne indebærer i praksis udarbejdelse af et nyt Excel-regneark, som sendes pr. e-mail til Danmarks Statistik, der herefter effektuerer opdateringen på Medie-Statistikbanken. Der er således tale om et forholdsvis tæt samarbejde med Danmarks Statistik samt kontrol af, om opdateringerne er blevet foretaget korrekt. Derudover indebærer opdateringerne en regelmæssig kontakt til dataleverandører/kilder såsom Gallup, BFE, Copydan m.fl. For så vidt angår virksomhedsstatistikken vil der være tale om en årlig "finkæmning" af populationslister fra Danmarks Statistik. Andre opgaver vil være opdatering af de faste tabeller, økonomistyring i forbindelse med opdateringerne og afregning med DST, betjening af referencegruppen samt udsendelse af nyhedsbreve og anden kontakt til brugere, herunder universiteter og forskningsmiljøer. Endelig vil der i et vist omfang kunne blive

tale om deltagelse i den tværgående projektgruppe under Kulturministeriet om kulturstatistik samt deltagelse i Nordicoms statistikarbejdsgruppe.

Bemanding/ressourcer

Statistikbanken vil i dette scenario indenfor Mediesekretariatets ressourcer og under hensyn til andre opgaver næppe kunne bemandes med mere end 1/2 AC-medarbejder samt omkring 15 timers studentermedhjælp pr. uge. Studentermedhjælpen vil primært være beskæftiget med de mere rutineprægede dele af opdateringsarbejdet.

Teknik

Det forudsættes, at den valgte "Stat-host"-løsning fortsætter med omtrent samme omkostningsniveau som i 2006. Ganske vist vil der ikke være nævneværdige omkostninger til oprettelse af nye tabeller, men til gengæld en del til opdatering og til at holde Medie-Statistikbanken på sammen volumen som i 2006.

Fordele og ulemper

Fordelen ved scenario 1 vil først og fremmest være, at der uden meromkostninger vil kunne drives en opdateret og funktionsduelig mediestatistik, som vil være alment tilgængelig. Der vil således i et vist omfang være tale om at "nyde frugterne" af de resultater, der er opnået i 2005-2006.

Ulemperne ved scenario 1 er,

1) Systemet vil i dette scenario være skrøbeligt over ændrede opgave-prioriteringer i Mediesekretariatet, f.eks. som følge af nye opgaver, der tilføjes sekretariatet. Mediestatistikbanken vil således være afhængig af, om det i praksis bliver muligt for MS at afsætte en halv AC-medarbejder til Mediestatistikken.

2) Der vil være tale om et statisk system, der ganske vist holdes opdateret, men som ikke udvikles. Mediestatistikbanken vil i dette scenario være baseret på én gang vedtagne afgrænsninger af medier og medieteknologier – i praksis radio, tv og internet – og vil derfor med tiden uundgåeligt forældes, idet medieområdet er præget af en hastig teknologisk udvikling (konvergens), som kræver fortsat udvikling af terminologi, systemer og metoder. Endvidere vil der komme nye undersøgelser, som vil kunne bidrage til mediestatistikken, men som ligeledes vil kræve en mere omfattende udvikling af Medie-Statistikbanken.

Scenario 2. Projektet får reducerede ekstra ressourcer

Der kan tænkes flere delscenarier inden for scenario 2.

2. a. Midler til ekstern bistand

MS får tilført projektmidler til ekstern bistand, f.eks. i størrelsesordenen 100.000 kr. I forhold til scenario 1 vil scenario 2.a betyde, at det vil være muligt at udvælge en eller flere dele af Mediestatistikbanken og gøre disse til genstand for et mindre udviklingsprojekt, der udføres af en ekstern konsulent.

2.b. En halv fast stilling

MS får tilført midler i en størrelsesorden svarende til en halv AC-stilling. Under forudsætning af – jf. ovenfor under scenario 1 – at det i praksis bliver muligt for Mediesekretariatet inden for sin ordinære bevilling at afsætte en halv AC-medarbejder til Mediestatistikken, vil statistikbanken således i scenario 2 b, målt i årsværk, være bemandet med en hel AC-medarbejder. I realiteten vil bemandingen imidlertid ikke være en hel medarbejder, men netop to halve: Én, der også har andre opgaver, og én som er ansat på halv tid. Under for-

udsætning af, at det lykkes at finde en person med de rette, særlige kvalifikationer, som vil være indstillet på at lade sig ansætte på halv tid, vil det i scenario 2 b være muligt at drive, opdatere og i et vist omfang også at videreudvikle indholdet i statistikbanken.

Scenario 3. Projektet får tilført de ekstra ressourcer, der skal til for at gennemføre fase 3 og 4 og gøre Mediestatistikken permanent

I scenario 3 fuldføres fase 3-4, og Mediestatistik gøres til en permanent del af MS's opgaver. Som fremført i tidligere notater til styregruppen indebærer mediestatistikprojektets fase 3-4, at der etableres en medieportal MedieDanmark, og at de trykte medier inddrages i løbet af 2007-2008. Hermed vil Danmark være på omgangshøjde med Norge og Sverige på medieområdet hvad angår netadgang til statistik og anden relevant information om medieområdet.

Gennemførelse af scenario 3 forudsætter, at der oprettes en yderligere AC-stilling i Mediesekretariatet, og at der afsættes midler til webdesign og studentermedhjælp fra og med januar 2007.

Det skal understreges, at tyngdepunktet i stillingen vil være at vedligeholde, opdatere, udvikle og formidle Mediestatistik-Banken, som skal være grundpillen i medievidensportalen. Pointen er, at hvis grundpillen – dvs. statistikken – er i orden, vil det være forholdsvis overskueligt at fylde mere mediefagligt indhold på, herunder omkring de trykte medier, som jo ejerskabsmæssigt og økonomisk – jf. bl.a. begrebet "mediehuse" – har meget tætte relationer til de elektroniske medier. Disse bør derfor med, hvis man også i fremtiden vil have et dækkende billede af "mediebranchen". Det er nødvendigt at have hele spektret af medier med, jf. oversigten i bilag 2.

Endvidere vil der formidlingsmæssigt være en meget stor gevinst ved at statistikken suppleres med deskriptive data, linksamlinger mv., og at det hele samles i en medievidensportal, der skal være et adskilt supplement til Mediesekretariatets hjemmeside, idet indholdet af Mediesekretariatets hjemmeside hovedsageligt vedrører forhold om sekretariatsbetjening af Radio- og Tv-nævnet, mens MedieDanmark er en vidensdatabase i bredere forstand.

4. Medievidensportalen MedieDanmark

I MedieDanmark skal der være såvel statistik som oplysninger om enkeltvirksomheder på medieområdet, lovgrundlaget, medieforskningen osv. Mediesekretariatet ser en dansk medieportal som en vidensdatabase på internettet for såvel de elektroniske som de trykte medier. Portalen skal indeholde:

1. En komplet og dynamisk statistikbank, der konstant opdateres og udvikles
2. Nyheder (nyhedsarkiv)
3. Deskriptive data og oversigter over mediebilledet i Danmark
4. Linksamling med henvisninger til bl.a. international mediestatistik
5. Udførlig dokumentation af kilderne til statistisk information
6. En database med oplysninger om medievirksomheder¹

¹ ad. 5 Database med oplysninger om medievirksomheder

En lang række oplysninger om store medievirksomheder er offentlig tilgængelige men spredt over et hav af kilder som fx årsrapporter. I stil med den information, der findes på NORDICOMs hjemmeside vil det være relevant at samle sådanne oplysninger i en dansk medieportal

7. En database med oplysninger om radio- og tv stationer i Danmark²
8. En systematisk oversigt over og henvisninger til internationale forhold på medieområdet
9. Oversigt over og henvisninger til medieforskningen, såvel nationalt som internationalt
10. Oversigt over og henvisninger til lovgrundlaget
11. Links til supplerende information

Inspiration til MedieDanmark er hentet fra bl.a.

MedieNorge (<http://www.medienorge.uib.no/>); og
Nordicom (<http://www.nordicom.gu.se/>). Disse portaler er eksempler på en målrettet national satsning på at etablere et samlet overblik over medierelateret information.

5. Opgave- og kompetenceprofil

Samlet vil der blive brug for en AC-medarbejder for mediestatistik og medievidensportal med følgende opgaver, der kan sammenfattes til tre hovedpunkter:

1. Statistikbanken - planlægning, indsamling, tilgængeliggørelse og udvikling:

- Oprettelse og ajourføring af grundtabellerne i statistikbanken og de faste tabeller og samarbejde med Danmarks Statistik herom
- Fortsat udvikling af den registerbaserede virksomhedsstatistik i samarbejde med Danmarks Statistik og centrale aktører fra branchen
- Betjening af referencegruppen
- Kontakt til brugere, herunder universiteter og forskningsmiljøer, samt til leverandører/kilder
- Deltagelse i den tværgående projektgruppe om kulturstatistik
- Deltagelse i Nordicoms statistikarbejdsgruppe, dvs. bidrage med data om Danmark til Nordic Media Trends

2. MedieDanmark medievidensportal:

- Opbygning af vidensportal. Indsamle og strukturere materiale. Tænke tanker og notere ideer om til nye tabeller, kilder/leverandører og links
- Samarbejde med webdesigner om portalen
- Følge med i international statistik (f.eks. fra Det Audiovisuelle Observatorium, Eurostat m.fl.) med henblik på gengivelse af nøgletal på portalen
- Nyttiggøre registre og databaser, både vores egne f.eks. TAS og den nye med lokalradio og tv-stationer samt betalingsregistre som f.eks. KOB. Hvordan kan de bruges i enten mediestatistikken eller medievidensportalen. Dvs. regelmæssig søgning og check af disse.

²ad. 6 Database over radio- og tv-stationer i Danmark

I Mediesekretariatet registreres der en lang række oplysninger om alle radio- og tv-stationer med dansk tilladelse – specielt de, der modtager tilskud. Disse oplysninger er ved at blive systematiseret i en database. Oplysningerne skal gøres tilgængelige via internettet som en del af MedieDanmark.

3. Formidling

- Betjening af pressen (f.eks. pressemeddelelser)
- Nyhedsbreve, herunder ajourføring af abonnentbase, (pt er der 190 abonnenter) udsendelse af nyhedsbreve og korrespondance med abonnenter/respondenter

ENS/JHA