

Lokalradio og -tv på Internettet – muligheder og udfordringer.

**Rapport udarbejdet til Kulturstyrelsen.
Marts 2014.**

Per Jauert
Hans-Peter Degn
Sigrid Saabye

Camilla Christensen

Indholdsfortegnelse

Forord.....	3
1. Indledning	4
2. Kvalitative interviews	6
2.1. Fremgangsmåde og metode	6
2.2. Interviews med lokalradioer	7
2.3. Interviews med lokal-tv stationer.....	23
2.4. Opsamling på den kvalitative undersøgelse.....	39
3. Spørgeskemaundersøgelsen	48
3.1. Metode	48
3.2. Spørgeskemaundersøgelsens afvikling	48
3.3. Sendetilladelserne – omsætning og medarbejdere	49
3.4. Har stationen sin egen hjemmeside?.....	50
3.5. Programdistribution på Internettet	51
3.6. Viden om lyttere og seere	55
3.7. Holdninger til fremtidens lokalradio og -tv.	58
3.8. Vurdering af konsekvenser ved Internetdistribution.....	60
3.9. Opsamling på spørgeskemaundersøgelsen	71
4. Scenarier	75
4.1. Scenarie 1: Status quo-scenariet	76
4.2. Scenarie 2: Internetscenariet	78
4.3. Scenarie 3: Kombinationsscenariet.....	80

Forord

Arbejdet med denne rapport blev påbegyndt i begyndelsen af januar 2014 og blev afsluttet d. 23. marts 2014.

Rapporten har til formål at kvalificere Kulturstyrelsens forslag til distribution af lokalradio og -tv via Internettet samt forslag til omlægning af tilskuddet til lokalradio og -tv, således at der kan søges om tilskud til ikke-kommerciel programvirksomhed på Internettet.

Rapporten er udarbejdet af en gruppe bestående af studielektor, cand.mag. Hans-Peter Degn, som har stået for tilrettelæggelse og databearbejdning af den spørgeskemaundersøgelse, som er gennemført blandt samtlige indehavere af sendetilladelser til ikke-kommerciel lokalradio og -tv. Den blev foretaget på basis af en forudgående kvalitativ interviewundersøgelse blandt fem lokalradiostationer og fem lokal-tv-stationer. Forskningsassistent, cand.mag. Sigrid Saabye har tilrettelagt og foretaget interviewene og den efterfølgende databearbejdning. Stud.mag. Camilla Christensen har stået for transskriptionen af interviews.

Lektor, cand. phil. Per Jauert har varetaget projektplanlægning og -koordination og har på baggrund af databearbejdningen stået for redegørelsen og tolkningen af de to undersøgelser samt den afsluttende udformning af de mulige fremtidsscenerier. Han har desuden stået for redigeringen af den samlede rapport.

Per Jauert og Hans-Peter Degn har deltaget i de to rundbordssamtaler med repræsentanter for stationer og brugere, som blev afholdt i januar og marts hos Kulturstyrelsen.

Tak til Kulturstyrelsens medarbejdere for godt og konstruktivt samarbejde og tak til de deltagende stationer og brugere, som har stillet sig til rådighed for interviews og på anden vis bidraget med viden og erfaringer.

Eventuelle fejl og mangler i rapporten hæfter jeg alene for.

Viby J., d. 23. marts 2014.

Per Jauert
Lektor, cand. phil.

1. Indledning

Denne rapport har til formål at belyse mulighederne for, om ikke-kommerciel lokalradio og -tv kan distribueres via Internettet, således som det er anført i Mediaaftalen for 2012-2014:

- *Det skal overvejes, om ikke-kommercielt lokal radio og -tv på sigt skal distribueres ved hjælp af radiofrekvenser, eller om distributionen ikke mere hensigtsmæssigt kan finde sted via internettet.*
- *I den forbindelse skal desuden overvejes en omlægning af støtten til lokal-tv – og på sigt måske også lokal radio – så der åbnes mulighed for at støtte disse former for ikke-kommerciel programvirksomhed på internettet.*

Med andre ord lægges der med disse formuleringer ikke op til etablering af et umiddelbart beslutningsgrundlag, men i højere grad til en belysning af fordele og ulemper for stationerne og deres lyttere og seere ved en overgang til internetbaseret distribution. Forslaget kan desuden ses i sammenhæng med den beslutning om lukningen af det landsdækkende FM-net til fordel for den fremtidige digitalt baserede distribution af landsdækkende radio, som Mediaaftalen rummer. Denne overgang skal ifølge aftalen gennemføres, "såfremt det medio 2018 kan konstateres, at minimum 50 pct. af radiolytningen, herunder radiolytningen i biler, sker på digitale platforme." For lokal-tv's vedkommende er en ny lokal-tv-ordning implementeret, hvor der distribueres via det digitale, jordbaserede sendenet for tv.

Rapporten har til formål at belyse følgende spørgsmål:

Stationerne:

- *Hvilke muligheder og fordele er der for stationerne ved at flytte til internetbaseret distribution?*
- *Hvilke ulemper og udfordringer er der ved at flytte til internetbaseret distribution?*
- *Hvordan egner det nuværende programindhold sig til internetbaseret distribution?*
- *Hvilken teknisk viden og hvilke kompetencer er til stede på stationerne til at løse opgaven?*
- *Hvilke former for uddannelse og kompetenceudvikling er der behov for?*
- *Hvilke omkostninger er der forbundet med etablering og drift af netradio og -tv?*

Lyttere & seere:

- *Hvilke fordele og ulemper er der for lyttere og seere ved programdistribution via Internettet?*

- *Hvilke former for uddannelse og kompetenceudvikling er der behov for på stationerne for at kunne løse opgaven?*
- *Hvilke muligheder ser lokalstationerne i at deltage i en forsøgsordning?*

Rapporten består af tre hovedafsnit.

Det første hovedafsnit består af resumeer af de ti kvalitative interviews med de udvalgte lokalradio og -tv stationer. I det andet hovedafsnit behandles spørgeskemaundersøgelsens resultater i en løbende sammenstilling af besvarelserne fra henholdsvis lokalradio og lokal-tv. Derved fokuseres der umiddelbart på ligheder og forskelle mellem de to lokalmedietyper vedrørende erfaringer, viden og synspunkter i forhold til overgangen fra æterbåren til internetbaseret distribution. I det tredje hovedafsnit præsenteres de tre scenarier, som kan udledes af den samlede undersøgelse, og som dermed kan danne grundlag for videre politiske overvejelser om den fremtidige indretning af distributionen af ikke-kommerciel lokalradio og -tv.

Det skal understreges, at rapporten har som hovedformål at beskrive brugernes – dvs. stationernes – *erfaringer* med æterbåren og internetbaseret distribution og den *viden* de gennem årene har indhøstet om fx egne produktionsvilkår, programmæssige muligheder og prioriteringer, kontakt til lyttere og seere – og de *synspunkter*, de har på de muligheder og udfordringer, der er forbundet med distribution på Internettet. Inden for de givne ressourcemæssige rammer har det ikke været muligt at foretage særskilte analyser af tekniske, økonomiske eller andre mediestructurelle aspekter, som kunne belyse denne specielle medie-sektors betydning i det samlede medielandskab.

2. Kvalitative interviews

2.1. Fremgangsmåde og metode

Formålet med de kvalitative interviews var så konkret som muligt at få belyst stationens generelle erfaringer med anvendelse af hjemmeside og netbaseret programdistribution (podcasting, YouTube, audioplayer, videoplayer etc.)¹ samt stationens opfattelse af dens muligheder, behov og praktiske og økonomiske forudsætninger i forbindelse med en sådan aktivitet på nettet.

Der er tale om et kvalitativt, semi-struktureret forskningsinterview, som er en åben og fleksibel samtale mellem interviewer og den interviewede omkring forskellige temaer og spørgsmål, forberedt af intervieweren. Interviewet bliver optaget og efterfølgende transskriberet til analyserbare data.

Alle stationer på nær ANTV-Aarhus deltog også i undersøgelsen *Baggrundsrapport til Kulturstyrelsen* (februar 2013) vedr. *Forslag til ny ikke-kommerciel radio og -tv-ordning*. De repræsenterer en række forskellige typer lokalstationer med hensyn til demografi (storby, provinsby, land, landsdel), formål (ideel, lokalt forankret, lokal debat, brugerinddragelse etc.), programgenrer (nyheder, debat, underholdning, lokalt kulturstof etc.) – og alle er udvalgt som eksempler på 'best practice' inden for deres kategori. Dermed være ikke sagt, at de kan opfattes som repræsentative for de godt 393 tilladelsehavere, men alene for, at vi har tilstræbt at dække en mangfoldighed af stationstyper. Når vi til denne rapport har udvalgt de samme stationer skyldes det, at vi gennem den første undersøgelse har en god viden om stationerne og dermed har kunnet udnytte den relativt korte projektperiode mere effektivt ved at gå i dybden med en række detaljerede spørgsmål om undersøgelsens omdrejningspunkt: en eventuel overgang til internetdistribution af de lokale stationers programmer.

¹Om netbaseret programdistribution anvendes i det følgende begreber som *streaming* og *on demand*. Der findes forskellige opfattelser af disse begrebers definition, men her anvendes *streaming* om programmer, der kan tilgås live på nettet, dvs. på udsendelsestidspunktet, mens *on demand* anvendes om programmer, der kan tilgås på et senere tidspunkt, dvs. tidsforskuet ift. udsendelsestidspunktet, når det passer brugeren.

2.2. Interviews med lokalradioer

Referat af interview med Viggo Wiwe fra Københavns Nærradio

Foretaget d. 22. januar 2014 af Sigrød Saabye.

Sted: Københavns Nærradios lokaler på Kirkegårdsvej 21, 2300 København.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Angående stationens nuværende situation i forhold til det sidste interview har Viggo Wiwe (leder af stationen) ikke mange ændringer at berette om. Efter at have læst referatet kan han se, at visse tal ikke er blevet forstået korrekt. Med hensyn til økonomien er der sket positive forandringer siden sidst: stationen sluttede året med et overskud. Og mht. programindholdet har Københavns Nærradio nu produceret de programmer på kinesisk, som han fortalte om ved sidste interviewsamtale. Nu har Viggo Wiwe planer om, at der skal laves endnu en version af samme program på arabisk.

Stationens online-aktiviteter:

Københavns Nærradio har haft en hjemmeside i mange år, og i sin nuværende form i en del år. Den er lavet med det formål, at folk kan søge oplysninger om stationen – om hvem de er, og hvad de vil. Hjemmesiden er forsynet med en sendeplan, en indgang til netradio, der åbner op i sit eget vindue, et programblad i elektronisk form, kontaktmuligheder mm., og opdateres som minimum fire gange årligt, når programbladet skal lægges ud derpå. Ellers er programplanen relativt fast, hvorfor den ikke er nødvendig at opdatere særligt ofte.

Hjemmesiden er lavet af én af stationens frivillige medarbejdere og har således ikke kostet stationen det store, udover de årlige omkostninger til domæne osv. Hertil kommer betaling for netradio-teknologien, som Viggo Wiwe gætter på, koster omkring 5.000 kr. årligt. Men resten er frivilligt arbejde, så Viggo Wiwe mener derfor ikke, at det koster specielt meget at drive online-aktiviteterne i det omfang, Københavns Nærradio gør på nuværende tidspunkt. Så længe der ikke skal betales ekstra til Koda og Gramex, er det en økonomisk set overkommelig opgave. Skulle man fremover sende on demand-programmer online, ville det selvfølgelig være en anden situation, og disse ville nok blive nødt til at være rene tale-programmer, hvor al musikken er klippet ud, hvilket Viggo Wiwe betragter som en smule kedeligt.

Stationen har således allerede erfaring med at distribuere online, idet de har en netradio, der simultan-sender dét radioindhold, der bliver sendt på den FM-frekvens, Københavns Nærradio sender på sammen med andre stationer. Dvs. at det, man hører på netradioen, er præcis det samme som det, der samtidigt bliver sendt på FM.

Københavns Nærradio indgår i en forsøgsordning med Koda og Gramex, hvor stationen ikke skal betale ekstra for at simultan-sende online, hvilket er grundlaget for, at det kan lade sig gøre for stationen at sende på netradioen. Hvis de skulle betale ekstra for den musik, der bliver sendt online også, ville stationen ikke have råd til det, vurderer Viggo Wiwe.

Ud fra de henvendelser, stationen får, er Viggo Wiwe af den opfattelse, at der er nogle, der lytter til netradioen. Det er dog ikke mange, det drejer sig om, mener han, men netradioen giver alligevel mulighed for, at flere indenfor - men også særligt udenfor - sendesignal-området har mulighed for at høre med. FM-signalet har en begrænset rækkevidde og er ikke altid lige godt alle steder, så med netradioen er Københavns Nærradio potentielt tilgængelig for flere mennesker. Viggo Wiwe fortæller også, at de har fået henvendelser fra folk, der bor udenfor det lokale sendeområde (længst væk var en lytter i Sverige), som så også kan lytte med i kraft af netradioen. Og netop muligheden for at række længere ud var stationens primære bevæggrund for at oprette netradioen – kombineret med det faktum, at de kunne indgå i førnævnte forsøgsordning med Koda/Gramex, hvormed den økonomiske satsning ikke var så stor, så det virkede som en overskuelig mulighed for stationen at prøve af. Hvad angår stationens programmers egnethed til at blive lyttet til på nettet frem for i radioen, ser Viggo Wiwe ikke den store forskel.

Der henvises på stationens hjemmesides forside til den Facebook-side, de har oprettet. Denne side har omkring 50 likes. Den bruges primært som en ekstra platform til at informere om kommende arrangementer relateret til stationen, om programplaner og -ændringer osv. og blev oprindeligt også lavet med den hensigt at gøre stationen mere kendt via Facebook. Viggo Wiwe fortæller, at de ikke er specielt aktive på siden og heller ikke har planer om at udvide aktiviteterne på Facebook synderligt. Da størstedelen af stationens lyttere tilhører det ældre segment, vurderer Viggo Wiwe, at Facebook ikke er noget, stationens lyttere bruger særligt meget på nuværende tidspunkt. Det er særligt én bestemt frivillig, der står for at opdatere Facebook-siden, når der er noget relevant at berette.

Om Viggo Wiwes erfaringer med at bruge online-medierne i det daglige arbejde siger han, at det ikke er noget, der er særligt krævende, for han bruger det ikke særlig meget, kun en gang imellem. Udover en meromkostning ser Viggo Wiwe ikke umiddelbart nogle ulemper ved det, særligt ikke når medarbejderne ikke behøver at bruge mere tid eller penge på det, end de gør. Netradioen kører f.eks. som regel helt automatisk. Han er også tilfreds med de nuværende aktiviteter, stationen har online, og har ikke nogle planer om at ændre eller udbygge dem foreløbigt. De er på nuværende tidspunkt heller ikke så gamle, siger han.

Stationen har på nuværende tidspunkt også en frivillig medarbejder, der har rigtig godt styr på teknikken og kan udvikle den, når der er brug for det, så stationen har pt. de kompetencer og den tekniske viden, der et brug for til at kunne klare de aktuelle online-aktiviteter. Men Viggo Wiwe betragter det samtidig som en lidt sårbar situation, at stationen på den måde er afhængig af at kunne klare disse ting selv, gratis, med det budget de har som lokalstation. Hvis f.eks. den nævnte medarbejder i fremtiden ikke længere er tilknyttet stationen, bliver Københavns Nærradio nødt til at købe sig til den nødvendige tekniske viden og support.

Stationen holder ikke øje med trafikken på hverken hjemmeside, netradio eller Facebook. De fleste af de reaktioner, de oplever fra lytterne, er, når disse henvender sig til dem enten på telefon eller via mail. Og det sker som oftest, når der går noget galt med teknikken, så lytterne har problemer med at kunne høre stationens programmer.

Internetdistribution generelt:

Viggo Wiwe ser fordele ved at være til stede både på FM og online, som stationen er nu. Fordi det giver et større antal mulige lyttere – de kan potentielt set komme længere ud. Det er dog ikke mange ekstra lyttere, det drejer sig om, siger han, da han er af den opfattelse, at størstedelen af stationens lyttere (som især er i aldersgruppen 40+) foretrækker at lytte med på FM-båndet. Stationen har ikke rigtig fat i de unge lyttere, som formodes at være mere interesserede i en online-indgang til stationen.

Netradioen er som sagt på forsøgsbasis, hvor stationen ikke behøver betale ekstra for den musik, de sender ud online. Men skulle netradioen blive en permanent løsning, forudsiger Viggo Wiwe, at Koda/Gramex også skal have penge for musikken online, og det ville i så fald være for dyrt for Københavns Nærradio. Netradioen ser Viggo Wiwe altså kun som en mulighed for stationen, så længe de ikke har flere omkostninger forbundet hermed end de nuværende.

Viggo Wiwe ser også muligheder i eventuelt at lægge stationens programmer ud on demand (hvor musikken så eventuelt skulle klippes ud). Fordi så kunne lytterne høre programmerne når de ville – de ville slippe for at være afhængige af radioens sendeplaner. Han forestiller sig også, at man i dén forbindelse kunne tilknytte en form for chat-side, så man kunne debattere om de enkelte programmer. Men det er ikke noget, de har nogle planer om at udvikle i fremtiden, og Viggo Wiwe ved heller ikke, hvad sådanne funktioner ville kræve teknisk.

Helt at flytte distributionen væk fra FM-båndet og ud på nettet anser Viggo Wiwe ikke som en god idé. Ikke så længe størstedelen af lytterne er på FM-båndet, så ville de blot miste dem. Men om 10-20 år, når teknikken og folks medievaner måske har udviklet sig, så kan det måske blive en mulighed, fordi lytternes så vil være i en aldersgruppe, hvor de har et mere naturligt forhold til online-medier generelt. Men på nuværende tidspunkt er det ikke en god idé, understreger Viggo Wiwe.

Skulle det alligevel blive besluttet, at lokalstationerne i fremtiden udelukkende skulle sende online, ville det i Københavns Nærradios tilfælde kræve, at man postede penge og ekspertise (især teknisk viden og support) i det, så stationen kunne udføre aktiviteterne på en tilfredsstillende måde, siger Viggo Wiwe. Men han har i det hele taget svært ved at forstå, hvorfor man skulle gøre dette – i takt med at flere kommercielle radiostationer kommer over på DAB, mener han, der er rigeligt plads til, at de lokale ikke-kommercielle stationer kan blive ved med at sende på FM-båndet.

Viggo Wiwe har hørt om SAML's projekt om en fælles internetportal for lokalradioer, og han kan ikke afvise, at Københavns Nærradio ville indgå i et sådant projekt. Men han siger også, at stationen primært er en del af og involveret i DKPK (Den Kristne Producentkomite), og at de afventer en udmelding fra dem om, hvilken rolle de vil tage i et sådant projekt, før Københavns Nærradio tager stilling til, om de vil være med.

Viggo Wiwe vil heller ikke afvise, at stationen kunne være interesseret i at deltage i en eventuel forsøgsordning – så længe der bliver givet økonomisk dækning af de ekstra arbejdsressourcer og tekniske løsninger, dette ville kræve.

Referat af interview med Jonas Berg fra Radio Odsherred

Foretaget d. 20. januar 2014 af Sigrid Saabye.

Sted: Radio Mælkebøttens lokaler på Prinsessegade 29, 7000 Fredericia (hvor Jonas Berg var på besøg for at yde teknisk support).

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Jonas Berg er den daglige leder på Radio Odsherred og er også den, der primært tager sig af de tekniske opgaver på stationen.

Radio Odsherred sender i hvad Jonas Berg kalder et *on/off-område*. Om sommeren er området beboet af rigtig mange sommerhusgæster, mens der i vinterhalvåret er meget færre mennesker, hvilket for stationen betyder et meget varieret antal lyttere henover året. Denne type lokalområde kræver, siger Jonas Berg, at man som lokalstation formår at tænke alternativt mht. hvordan man når ud til sine lyttere. De plejer konstant deres kontakter i lokalsamfundet og søger nye græsange for ikke at *blive glemt*, som Jonas Berg siger.

Mht. eventuelle ændringer i Radio Odsherreds situation ift. sidste interview nævner Jonas Berg, at der er kommet lidt flere medarbejdere til stationen siden sidst. Desuden er Radio Odsherred blevet meget mere aktiv på Facebook, hvilket til dels skyldes nødvendighed: Stationens hjemmeside har de nemlig ikke længere mulighed for at opdatere, siden den medarbejder, der stod for at lave og drive siden, gik hen og døde. Hjemmesiden stod i medarbejderens navn, og Radio Odsherred bliver derfor nu nødt til at få udviklet en ny hjemmeside, da de ikke længere kan bruge den gamle. Som følge af dette har stationen i stedet brugt deres Facebook-gruppe som alternativ hertil, som derfor er blevet anvendt og opdateret en del mere, end den plejer.

Hvad angår de økonomiske forhold, så fortæller Jonas Berg, at det løber rundt. Fremtiden anser han også som lovende, og han ser især en styrke i, at stationen geografisk er placeret som den er: den er den eneste æterbårne lokalstation i området udover P4, så den forsvinder ikke ligefrem i mængden på det område.

Stationens online-aktiviteter:

Stationens nuværende hjemmeside blev kreeret af stationens tidligere (nu afdøde) medarbejder og blev tidligere opdateret en gang cirka hver tredje uge. Opdateringerne bestod primært i nyheder om lokalområdet og om stationens

programmer. Hjemmesiden har ikke kostet meget hverken i oprettelse eller drift, vurderer Jonas Berg. Den blev lavet af den førnævnte medarbejder, så de eneste udgifter, de havde til det, var til nogle forskellige web-programmer og forplejning. Af driftsomkostninger er der kun udgifter til webhotel og lign.

Hjemmesiden er fra 2003 og er blevet videreudviklet sidenhen. Den blev lavet med ønsket om, at stationen skulle være tilgængelig på alle platforme, herunder Internettet. Dette er også princippet bag alle stationens sendeaktiviteter – om det så drejer sig om FM-radio, DAB eller online-streaming, så handler det, ifølge Jonas Berg, om, at stationen forsøger at være på alle de forskellige platforme, hvor lokalbefolkningen er. De har tidligere målt trafik på hjemmesiden, og Jonas Berg vurderer, at den er godt besøgt.

Radio Odsherreds online distribution består dels af en 24-timers netradio med live-streaming af den kanal, stationen sender på, samt en del on demand-programmer, stationen lægger ud til senere (gen)lytning. Jonas Berg er ikke sikker på, om sidstnævnte programmer også kan downloades til offline brug, men de er i hvert fald tilgængelige som streaming-programmer og bliver lagt ud med jævne mellemrum med links på stationens Facebook-gruppe. I de fleste af disse on demand-programmer bliver musikken klippet ud, så kun talen er tilgængelig, mens stationen i visse tilfælde har en aftale med Koda om at beholde musikken derpå også. Til at distribuere disse programmer bruger stationen noget, der hedder Mixcloud, så vidt Jonas Berg husker. De programmer, der typisk bliver lagt ud on demand, er portrætprogrammer, reportager og lign., som Jonas Berg vurderer, egner sig særligt til at blive lyttet på nettet og tidsforskudt, modsat de musik-baserede programmer, som bedst egner sig til almindelig FM-lytning.

Jonas Berg har ikke tal for, hvor mange der lytter til on demand-programmerne, men han er overbevist om, at det er forholdsvist populært. De oplever også at få mange henvendelser fra lyttere, der spørger, om ikke de kan genudsende enkelte programmer, eller om de kan genhøre dem online, så det behov søger stationen hermed at dække.

Netradioen har Jonas Berg heller ikke nogle lyttertal på, men han vil gerne skaffe dem, hvis der er brug for det. Han ved også, at lyttertallene her er ganske pæne, og at de ligger på omkring 700 brugere om dagen. Radio Odsherreds netradio er simultan-casting af FM-kanalen, dog med et par sekunders forsinkelse.

Stationen har som nævnt også en gruppe på Facebook, hvor de er aktive med nyheder, information om programmer og links til on demand-programmer. Udover førnævnte ønske om at være tilgængelig på alle platforme er det også hensigten med Facebook-gruppen, at stationen herved indgår i den lokale samfundsdebat. Stationens opgave er at være et formidlingsmedie med en lokal stemme, og det forsøger de også at være på Facebook, for de lokale borgere der er dér. Samtidig har de her mulighed for tovejskommunikation med borgerne, og for at skabe hvad Jonas Berg kalder et lille *minisamfund* eller *medborgerhus* på nettet. Han fortæller, at der også er meget aktivitet på Facebook-gruppen.

Jonas Berg vurderer, at de på nuværende tidspunkt har de kompetencer på stationen, der skal til, for at drive online-aktiviteterne. De har gode erfarne folk på opgaverne og sender samtidig også medarbejdere på kurser for at lære mere. Det er ganske normalt for medarbejderne at bruge teknikken og de forskellige medieplatforme. Det er også lidt tidskrævende, især med den redigeringstid det tager at klippe musikken ud af on demand-programmerne. Men Jonas Berg vurderer, at de er det værd, for de får tit henvendelser med forespørgsler på denne type programmer. Radio Odsherreds lyttere har også generelt taget stationens online-muligheder til sig, vurderer Jonas Berg. Der er en fornuftig aktivitet, mener han.

Jonas Berg fortæller, at stationen i nærmeste fremtid skal have en ny hjemmeside produceret. Her er der blandt medarbejderne især ønsker om, at der kommer mere interaktion på den kommende hjemmeside – og der er blevet foreslået forskellige muligheder som f.eks. sms-tjeneste og chat-funktion. Et andet ønske er, at man på hjemmesiden får mulighed for at tilgå enkeltudsendelserne on demand.

Internetdistribution generelt:

I arbejdet på stationen har Jonas Berg oplevet den fordel ved online-distributionen og tilstedeværelsen på nettet, at de herigennem kan komme i kontakt med folk, som de ellers ikke havde haft kontakt med. Fordi tovejskommunikationen er mulig. De har f.eks. haft kontakt med folk, som bor i udlandet og hører stationens programmer dér.

Med den forholdsvist store aldersspredning, der er blandt stationens lyttere, mener Jonas Berg, at det netop er vigtigt, at Radio Odsherred er aktiv og tilgængelig på alle platforme, så de forsøger at matche alle de forskellige mediebehov, der er iblandt dem. Hvor nogle unge f.eks. er vant til at bruge Internettet som primær indgang og måske aldrig bruger en gammeldags radio, forholder det sig ofte omvendt med de ældre generationer, hvor især de lyttere, der er over 60 år og ikke anvender computere til dagligt, holder fast ved radioen som den eneste indgang til stationens indhold. Derfor ser Jonas Berg det som en nødvendighed, at stationen er til stede alle steder – både for dem der oftest bruger netradioen på arbejdspladsen eller til Internet-parties i weekenderne, og for dem der primært bruger FM i bilen, derhjemme eller i arbejdet som f.eks. håndværkere. Han oplever desuden en form for synergieffekt imellem de forskellige medieplatforme, hvor de supplerer hinanden, og hvor online-aktiviteterne bidrager med nye muligheder for tovejskommunikation med lytterne fra radioen.

Derfor ser Jonas Berg også kun ulemper ved, hvis det i fremtiden skulle blive et spørgsmål om enten-eller: hvis stationen skulle overgå til udelukkende at distribuere på nettet, ville det simpelthen betyde, at de lukker bestemte grupper ude (især de ældre), nemlig dem der kun bruger FM.

Hvis det alligevel skulle blive besluttet, at de i fremtiden skulle flytte til online-distribution, ville Radio Odsherred have brug for mere viden omkring, hvordan de sikrer synligheden – hvordan de undgår at blive glemt, som han siger. Fra at

være mellem 5-6 stationer der konkurrerer om lytternes opmærksomhed på FM, skal stationen konkurrere mod et næsten uendeligt antal på nettet, så de ville have brug for mere viden omkring, hvordan de holder fast i lokalbefolkningen og fortsat bliver en del af deres hverdag via nettet.

Jonas Berg vurderer, at det er meget forskelligt, hvad det vil koste at etablere og drive en netbaseret station. Det kan koste alt imellem 10.000 og 30.000 bare i oprettelse, alt afhængigt af hvilke funktioner og teknikker man har behov for.

Radio Odsherred er på nuværende tidspunkt med i et forsøg i Nordsjælland med at sende på DAB. Lyden er her ok, vurderer Jonas Berg, men dækningen er ikke tilfredsstillende, da signalet er dårligt i områder med mange bakker og huse. Hvis dækningen blev bedre for DAB, ser Jonas Berg en fremtid i lokal DAB-radio, og han kunne også godt tænke sig, at man lavede yderligere forsøgsordninger med lokalstationer på DAB.

Jonas Berg siger, at stationen er frisk på en eventuel forsøgsordning, såfremt det skulle blive aktuelt.

Referat af interview med Evald Lauridsen, Jan Simmen og Klaus Kjærgaard fra Radio Mælkebøtten

Foretaget d. 23. januar 2014 af Sigrid Saabye.
Sted: Evald Lauridsens hjem i Fredericia.

I interviewet skelnes kun meget få steder mellem, hvem (Lauridsen, Simmen eller Kjærgaard) der siger hvad, da de alle udtaler sig på Radio Mælkebøttens vegne, og da deres udtalelser ikke er modsatrettede men supplerer hinanden. Evald Lauridsen er daglig leder og medstifter af Radio Mælkebøtten, Jan Simmen er radiochef for Euranet og bestyrelsesmedlem i Radio Mælkebøttens forening og Klaus Kjærgaard er også medlem af bestyrelsen og tidligere webredaktør hos Euranet og Radio Mælkebøtten.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Mht. hvilke ændringer, der har været på stationen siden sidst, fortæller Lauridsen, Simmen og Kjærgaard, at Euranet har trukket sig ud af Danmark, hvilket for Radio Mælkebøtten har betydet, at de har mistet de indtægter, de fik for at producere programmer hertil. Desuden beretter de, at stationen i år har flere penge at gøre med end de tidligere år – og end forventet. Det skyldes primært, at der er blevet luget ud i andre stationers tilskud, så Radio Mælkebøttens støtte er blevet større. Stationen har dog stadigvæk et underskud, men det ser, grundet det øgede tilskud, ikke så skidt ud, som det ellers ville have gjort.

Stationens online-aktiviteter:

Radio Mælkebøttens nuværende hjemmeside blev lavet for cirka to år siden, hvor stationens netradio samtidig blev oprettet, fortæller Lauridsen, Simmen og Kjærgaard. Hjemmesiden blev lavet af Klaus Kjærgaard på frivillig basis, og har således ikke kostet noget i oprettelse/etablering. De beretter derimod om en årlig driftsudgift af hjemmesiden på cirka 700-800 kr. Deres skøn for, hvad en

netbaseret station ville koste i oprettelse og drift vurderes højere end dette beløb – især fordi programmerne i så fald skulle laves om (form og indholdsmæssigt), så de passede til online lytning, hvilket ville koste penge. Lauridsen, Simmen og Kjærgaard mener således, at det muligvis ville koste mere at drive stationen online end på FM – der er i hvert fald ikke penge at spare.

Siden første hjemmeside, stationen havde for mange år siden, har de lagt programmer ud til on demand-lytning. Hjemmesiden opdateres af Kjærgaard et par gange om ugen gennemsnitligt. Siden er tænkt som et slags visitkort for stationen samt som en indgang for lytterne, hvor de kan se programplan og også lytte til stationens programmer. Samtidig er den også tænkt som en form for markedsførings-/brandingplatform, når stationen skal søge projektpenge og lignende, hvor forskellige styrelser eller institutioner kan se de aktiviteter, stationen har og har haft.

Simmen skelner mellem to forskellige slags podcast, som stationen laver: Business-to-business-podcasts (som er programmer, der lægges ud til brug/udsendelse på andre stationer) og business-to-user-podcasts (som er programmer, der lægges ud til download af almindelige brugere på stationens hjemmeside). Sidstnævnte programmer kan både downloades og streames på Radio Mælkebøttens hjemmeside.

Radio Mælkebøtten har desuden en 24-timers live net-radio, som man også kan tilgå via deres hjemmeside, og som sender den flade, der også bliver sendt ud på FM.

Af yderligere online-aktiviteter nævnes forsøg med en app, hvorpå man kan høre stationens programmer, samt en Facebook-side. Sidstnævnte bruges på nogenlunde samme måde og med samme hensigter som hjemmesiden, nemlig til at promovere stationens udsendelser, gøre opmærksom på nyheder og ugeprogrammer og lign. Dog har Facebook-siden en ren lokal orientering, fortæller Lauridsen, Simmen og Kjærgaard, dvs. det er her primært de lokale lyttere, opdateringerne skal henvende sig til, og de skal altså ikke på samme måde som hjemmesiden også bruges som markedsføring eller promovering i forbindelse med nationale eller internationale projekter. På Facebook-siden oplever Lauridsen, Simmen og Kjærgaard også at have kontakt med deres lyttere, ligesom de også har kontakt til dem via hjemmesiden, mails eller telefon. Men den primære kontakt til lytterne, understreger de, foregår stadigvæk ude *på gaden*, dvs. som fysiske møder. De henvendelser, de får fra lyttere via Internettet, vurderer Lauridsen, Simmen og Kjærgaard som værende henvendelser fra en lille *ekstra* gruppe af mennesker, der får kendskab til stationen via nettet, og som ofte virker overraskede over det faktum, at Radio Mælkebøtten også sender i radioen. Online-aktiviteterne kan således tilføre en mindre gruppe af nye online-lyttere til stationen, hvorved stationen så at sige får mere ud (dvs. flere lyttere) af de ressourcer, de bruger på at producere programindholdet, ved at sprede distributionen ud på flere platforme. Men det drejer sig ikke om en stor udvidelse af lytterskaren, mener de (uddybes i næste afsnit).

Stationen holder øje med trafikken på deres hjemmeside og øvrige online-aktiviteter, hvor de måler antal besøgende og antal downloads. Der er mange

besøgende på hjemmesiden, fortæller de; omkring 400-500 besøgende om ugen. Det overraskende er her, at det typisk ikke er lokale, der besøger den, men derimod mennesker, der, ifølge IP-adresserne, befinder sig andre steder i landet eller i udlandet. Lauridsen, Simmen og Kjærgaard vurderer hermed, at de ekstra folk/lyttere, hjemmeside-aktiviteterne genererer, netop er af en anden type end dem, der lytter til det almindelige FM-bånd.

Download-tallene er også høje, fortæller de. Særligt populære er podcasts med de lokale byrådsmøder, som ofte kommer op på 200-300 downloads pr. møde. Hensigten med at lægge programmerne ud på nettet var at gøre dem tilgængelige for lytterne på andre tidspunkter, så man kan høre dem, når det passer én. Samtidig var det i starten også et krav, stationen skulle opfylde over for Euranet.

Stationen er tilfreds med sine nuværende online-aktiviteter og synes, de *kører godt*. De kunne dog godt tænke sig i fremtiden at skaffe flere ressourcer til at producere specifikt online-indhold. F.eks. ser de muligheder i at kombinere deres radiointerviews med billeder så de kunne bruges både som radio-materiale og som videointerviews, man kunne se på YouTube.

Lauridsen, Simmen og Kjærgaard vurderer, at Radio Mælkebøttens programmer er lige så egnede til at blive hørt på netradio som på FM. Men som tidsforskudte on demand-programmer er de dårligere, da de her er af for lang varighed. Som on demand-programmer skal de være mere skarpskårne og produceret specifikt til net-lytning, hvis de skal fungere optimalt.

Lauridsen, Simmen og Kjærgaard vurderer desuden, at en lille gruppe lyttere er interesserede i at høre programmerne på nettet, men at denne bestemt ikke er en del af kernegruppen af stationens lyttere. Mange lyttere har heller ikke teknikken (eller teknik i en kvalitet, der er god nok) til at kunne bruge computeren som primært lytte-apparat. De anser helt klart FM som stationens stærkeste branding-platform, hvor de primært får fat i publikum. Og fra FM sker der en lille *afsmiining* til nettet, idet stationen herfra (f.eks. ved jingler, der informerer om netradioen mm.) leder enkelte af FM-lytterne over på nettet, hvor de op søger mere om/fra stationen.

Radio Mælkebøtten er med i SAML-projektet om en fælles internetportal. Projektet er stadigvæk i opstartsfasen, og det grafiske er ikke på plads endnu. Simmen understreger dog, at han ikke ser nogen fremtid i den portals-tankegang, der ligger bag projektet. Han kan ikke se, hvordan det skal komme til at fungere (dvs. lokke flere lyttere til stationerne) – og slet ikke for lokalstationer. Som adgangsvindue til at finde nye kundegrupper, kan han ikke se nogen fremtid i det. I stedet foreslår han, at man kunne bruge den som en portal, hvor de bedste produktioner fra lokale stationer bliver udvalgt og kan findes.

Radio Mælkebøtten har i øjeblikket den tekniske viden og kompetencer, de har brug for. Men de ønsker i fremtiden at kunne tilbyde lønninger til de medarbejdere, der står for det tekniske arbejde på stationen, da arbejdets karakter virker mindre tillokkende på folk, så det er sværere for stationen at

skaffe frivillige til de tekniske opgaver. Her kan en løn virke mere motiverende og gøre det lettere at skaffe kvalificeret arbejdskraft.

Internetdistribution generelt:

Lauridsen, Simmen og Kjærgaard ser flere fordele ved online-distribution. En fordel ved at distribuere på nettet er, at stationen herigennem kan få kontakt med og blive hørt af en lille *ekstra* skare af mennesker, hvilket betyder, at deres programmer således kan komme længere ud rent geografisk (da de kan tilgås overalt i verden) og blive hørt af lidt flere. Programindholdet kan herved blive gjort tilgængeligt både for folk, der har en lokal tilknytning, og for dem, der ikke har, men for hvem det stadigvæk kan have relevans. Men den ekstra gruppe af lyttere, der finder frem til stationen via nettet, vurderer de, er meget lille. Stationens største lytterskare er stadigvæk – og vil sandsynligvis længe endnu være – på FM-båndet.

En fordel ved online-streaming er, at computeren kan anvendes som supplerende modtagerapparat i forhold til FM-radioen, og at den er tændt på andre tidspunkter i lytternes hverdag, hvor programmerne så også kan blive hørt. F.eks. på arbejdet. En fordel ved on demand-programmer er, at stationens programmer således kan høres, præcis når lytterne vil og har tid, nævner Lauridsen, Simmen og Kjærgaard.

Men såfremt stationen i fremtiden skulle flytte fra FM og kun distribuere online, forudser Lauridsen, Simmen og Kjærgaard, at stationen ville dø – det ville være som at *skære navlesnoren over*, siger Simmen. Stationen ville kun kunne nå under 1% af sine daglige lyttere, vurderer de. Her er nettet nemlig for nichepræget, idet indholdet skal være målrettet nogle snævre interessegrupper med en bred international vidde – f.eks. nicheprogrammer på engelsk, som kan ramme en bestemt type i mange forskellige lande. I modsætning hertil laver lokalstationerne indhold til en mindre lokal befolkning med et bredt spektrum af lokalt og internationalt orienteret stof. Det anser Simmen som to nærmest modsatrettede produktionsformål, hvorfor han ikke kan se Radio Mælkebøtten komme bredt nok ud på Internettet med de nuværende programmer, der er målrettet et lokalområde. Størstedelen af lytterne ville altså i så fald blive frakoblet, vurderer han.

Til en eventuel forsøgsordning siger Lauridsen, Simmen og Kjærgaard, at de ville være lykkelige for at være med. For det lyder spændende.

Referat af interview med Brian Petersen og Niels Holst fra Radio Rønde – Syddjurs lokalradio

Foretaget d. 15. januar 2014 af Sigrud Saabye

Sted: Radio Røndes lokaler på Skolevej 12, 8410 Rønde.

I interviewet skelnes kun meget få steder mellem, hvem (Brian Petersen eller Niels Holst) der siger hvad, da de begge udtaler sig på Radio Røndes vegne, og deres udtalelser ikke er modsatrettede, men supplerer hinanden. Brian Petersen er formand for Radio Røndes forening, og Niels Holst er kasserer.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Der er ifølge Petersen og Holst ikke sket de store ændringer i Radio Røndes organisation, økonomi, sendeflade mm. siden sidste interview. Af nævneværdige forandringer er der dog lidt ændrede sendeforhold, idet Radio Rønde nu sender med to sendetilladelser. De har fået en ekstra sendetilladelse i Hornslet på FM-frekvensen 105,9.

Mht. hvor langt Radio Røndes programmer når ud i lokalbefolkningen, vurderer Petersen og Holst, at radioen bliver lyttet til af ca. 2 % af den befolkning, de sender til. Dette tal er bl.a. vurderet på baggrund af nogle målinger, Radio Alfa har lavet – en kommerciel radiostation, Radio Rønde deler frekvenser med. Radio Rønde sender ca. 42 timer om ugen sammenlagt og har – i hvert fald med hensyn til musikken – en målgruppe på 50 år og opefter.

Stationens online-aktiviteter:

Radio Rønde oprettede deres nuværende hjemmeside for ca. syv år siden. Hjemmesiden er primært tiltænkt som en informationskanal, hvor lyttere kan finde de vigtigste informationer om stationens sendemæssige forhold, og det er her primært programoversigten, der opdateres en gang ugentligt. Hjemmesiden har en live netradio, hvor man kan høre, hvad der bliver sendt på frekvensen lige nu. Petersen og Holst vurderer, at det primært er lyttere bosat udenfor Radio Røndes FM-sendeområde, der lytter til dem via netradio – eller lokale beboere, der er på ferie uden for området. F.eks. har de modtaget mail-hilsener fra lokale lyttere, der lyttede til Radio Rønde fra deres ferie på Malta, Cypern og andre steder rundt omkring i verden. Eftersom stationens primære lytterskare formodes at ville lytte til FM-radio og ikke online, er netradio kun tænkt som et supplement, siger Petersen og Holst – så yngre mennesker eller folk udenfor sendeområdet også har en mulighed for at lytte med.

Stationen har ikke nogen systematisk overvågning af aktiviteterne på netradioen, men har indtryk af, at antallet af lyttere på netradioen generelt er meget lavt sammenlignet med dét på FM. Det højeste lytterantal, de har været oppe på på , er 25 samtidige lyttere, fortæller Brian Petersen. Det er ønskeprogrammerne (hvor lyttere kan ringe eller skrive ind til stationen og ønske musiknumre), der er mest populære på netradioen.

Hjemmesiden er lavet privat af én af stationens medarbejdere og har således ikke kostet noget i oprettelse. De årlige omkostninger for driften af hjemmesiden ligger på ca. 2.000 kr. for netradio-streamingen (udføres af et firma og de samlede omkostninger på 6.000.- kr. deles med andre radiostationer, der sender på samme kanal). Dertil kommer omkostningerne til internetforbindelse, domæne og webhotel, som koster Radio Rønde ca. 10.000,- kr. pr. år.

Senere har Radio Rønde med tiden også udbygget sine online-aktiviteter til at være til stede med en Radio Rønde-gruppe på Facebook. Den startede som et slags eksperiment for én af stationens studieværter, der selv brugte Facebook og syntes, det kunne være spændende at prøve at lave noget for Radio Rønde også. Sidenhen har det udviklet sig til, at de fleste af stationens medarbejdere opdaterer Facebook-gruppen jævnligt, idet de forsyner den med oplysninger om

kommende programmer og andre praktiske informationer. Studieværterne bruger den også ofte i forbindelse med de programmer, hvor lyttere kan ringe ind. Her har de mulighed for at kommunikere med lytterne som supplement til de vanlige telefon-samtaler. Petersen og Holst anser således stationens aktivitet på Facebook som en mulighed for at modtage lytterønsker ad en alternativ kanal og for at informere lyttere, men også som en udvidet mulighed for at få feedback fra dem – for at lave en slags *ping-pong* og interaktivitet med lytterne udover den, der foregår via telefonsamtaler.

Petersen og Holst har opfattelsen, at deres netradio og Facebook-gruppe hænger lidt sammen på den måde, at det primært er lyttere udenfor sendeområdet, der frekventerer disse to.

Petersen og Holst har endvidere overvejet mulighederne i at lave podcast-programmer samt at forsøge sig med Twitter, men begge muligheder anses for at være for tidskrævende og besværlige. Hvad angår podcasts, ligger problemet i musikken ift. Koda og Gramex: at det er for tidskrævende at skulle sidde og klippe al musikken ud af hvert enkelt program for at kunne sende det som podcast. Men de kunne ellers godt se muligheder i, at enkelte programmer kunne downloades til genlytning på et senere tidspunkt – f.eks. deres søndags-programmer med gudstjeneste. Dog er de fleste af stationens programmer mest egnet til at blive hørt i radioen, vurderer Petersen og Holst – især det populære radio-bingo, som ikke ville kunne fungere tidsforskudt.

Petersen og Holst anser online-aktiviteterne som et supplement til den primære opgave: at lave FM-radio. De har aldrig førsteprioritet, men fungerer snarere som et slags *visitkort* og informationstavle, og en mulighed for at udbrede stationens rækkevidde, når der er tid og overskud til det.

Petersen og Holst har godt hørt om SAML's projekt om en fælles internetportal for ikke-kommercielle lokalradioer, men har ikke ønsket, at Radio Rønne skulle indgå heri. De ønsker at holde på deres egne lyttere og selv holde styr på kontakten med dem. De vurderer desuden, at stationerne i sammenslutningen er så vidt forskellige, med så forskellige profiler og målgrupper, at det ikke har relevans for Radio Rønne at indgå i et sådant projekt.

Internetdistribution generelt:

Petersen og Holst anser online-distribution som en mulighed for at kunne række lidt længere ud rent geografisk. Men størstedelen af deres lytteres kontakt med stationen er stadigvæk baseret på FM-radioen, hvorfor det ikke er den store forskel, online-distributionen kan betyde for Radio Rønne.

Hvis Radio Rønne i fremtiden udelukkende skulle sende online, så måtte radioen lukke, vurderer Petersen og Holst. Størstedelen af Radio Rønnes lyttere bruger sjældent computere – mange af dem har slet ikke adgang til Internettet – og hovedparten af stationens lytterskare ville i så fald falde fra. At flytte til udelukkende netbaseret distribution ville altså betyde, at stationens kernelyttere ville miste adgangen til stationens programmer. Så det ser Petersen og Holst ingen muligheder i, kun ulemper. Desuden er bilradioer – som Petersen og Holst

mener, er et ganske væsentligt modtageapparat for deres radio-lyttere – ikke fulgt med teknisk til at kunne modtage netradio. Kun enkelte af de allernyeste bilmodeller har netradio indbygget, og det er et problem, hvis fremtidens radio skal høres via nettet, siger Niels Holst. Teleselskaberne skulle også udbygge deres sendenet væsentligt, hvis fremtidens radio skulle være netbaseret – fordi der i så fald skulle laves en *datastrøm* til hver enkelt enhed, i stedet for som nu hvor man har ét signal, der kan modtages af alle, påpeger Brian Petersen.

Ét af radioens mest populære koncepter ville desuden heller ikke kunne fungere online, nemlig bingo. Det er teknisk umuligt, mener Petersen og Holst, idet online streaming af radioens programmer indebærer en tidsmæssig forskydning af signalet, der afhænger af netforbindelsens hastighed. Så du ville kunne høre numrene på forskellige tidspunkter alt afhængigt af, hvilken teknik du som lytter har, og det er højst upraktisk for bingo-spillet.

Overordnet set er distribution udelukkende på nettet altså meningsløs for stationen, som det ser ud for øjeblikket. Det ville sandsynligvis være billigere at sende på nettet ift. de nuværende sendetilladelser, men det er kun noget, der kunne have relevans med tiden, efterhånden som teknikken udvikler sig, og lyttergruppen skifter medievaner. Her ser Petersen og Holst klart mere fremtid i at sende på DAB, hvis det var.

Generelt er it-kendskabet ikke så højt blandt stationens medarbejdere. Selv et Excel-ark kan volde problemer for visse af stationens medarbejdere, siger Petersen og Holst. Men de mener alligevel, de allerede har de nødvendige kompetencer og den tekniske viden, der skal til for de nuværende aktiviteter. Netradioen kræver ikke meget af dem, men kører nærmest helt af sig selv. Skulle stationen herudover starte podcasting eller lignende op, ville det dog kræve en grundig it-uddannelse af medarbejdergruppen, mener Petersen og Holst.

Petersen og Holst er ikke umiddelbart interesserede i at deltage i en eventuel forsøgsordning. De har ikke meget tid at gøre med i forvejen, da de driver stationen på udelukkende frivillige kræfter.

Referat af interview med Bjarne Willingshøj og Thomas Graversen fra Midtfjord Radio

Foretaget d. 24. januar 2014 af Sigrød Saabye.
Sted: Midtfjord Radios lokaler i Løgstør.

I interviewet skelnes der sjældent mellem, hvem (Willingshøj eller Graversen) der siger hvad, da de begge to udtaler sig på Midtfjord Radios vegne, og da deres udtalelser ikke er modsatrettede men supplerer hinanden. Bjarne Willingshøj er formand for stationens forening, mens Thomas Graversen står med det tekniske ansvar herfor.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Hvad angår Midtfjord Radios situation ift. til sidste gang, de deltog i et interview, er forholdene stort set uændrede, fortæller Willingshøj og Graversen. Selvom stationen stadig er meget afhængig af sine tilskud, er økonomien lidt på vej op. Ellers er der ingen nævneværdige ændringer sket siden sidst.

Stationens online-aktiviteter:

Midtfjord Radio har på nuværende tidspunkt ingen online-distribution af sine programmer. Stationen har en hjemmeside (ca. 15 år gammel), hvor de bl.a. informerer om programplan og -indhold og om stationens populære bingospil. Desuden lægger de billeder ud på hjemmesiden fra tidligere arrangementer, og så bliver siden også brugt som en kontakt-plattform, hvor man bl.a. kan oprette et medlemskab og lign. Den bliver opdateret ca. én gang ugentligt. Hjemmesiden blev oprindeligt oprettet med det formål at skaffe et domæne til stationen, så de kunne få email-adresser til medarbejderne. Sidenhen er den blevet udbygget lidt efter lidt. I dag gør den også kontakten med lytterne nemmere i det daglige arbejde, idet man kan sende beskeder til stationen via hjemmesiden og udfylde medlemsformularer mm., så medarbejderne ikke skal bøvle med at indtaste foreningers og lytteres informationer pr. håndkraft eller over telefonen.

Hjemmesiden er lavet af én af stationens frivillige medarbejdere, og har således ikke kostet noget i etablering. I drift koster den omkring 45 kr. årligt til hostmasteren for domæne-navnet.

For at drive en udelukkende netbaseret station ville én af hovedudgifterne være til internetforbindelsen, så programmernes kan streames til udbydere, vurderer Graversen. Hans skøn på, hvad det ville koste er et sted mellem 40.000 og 50.000 kr. om året. Graversen har dog ikke overblik over, hvad det ville koste til Koda og Gramex at streame musikken på nettet.

Stationen har tidligere holdt øje med antallet af besøgende på Midtfjord Radios hjemmeside. Det gør de ikke så ofte længere, men Graversen finder tallene frem undervejs i interviewet. Her læser han, at hjemmesiden har omkring 20.000 besøgende om året og ligger meget stabilt med ca. 1.500-1.600 besøgende om måneden.

Stationen oplever, at de bliver kontaktet forholdsvis ofte af deres lyttere – enten gennem telefon eller mails via hjemmesiden, og ofte hvis hjemmesiden ikke er opdateret korrekt. Desuden får de en del mail-henvendelser med generel ris og ros, og der er også mange, der f.eks. bliver medlemmer via hjemmesiden, så Willingshøj og Graversen er fint tilfredse med, hvordan siden fungerer, og mener, at den indsats, de bruger på at være tilstede online, giver noget igen – at det er dét værd. De har også den nødvendige tekniske viden, fremhæver Graversen. Hvad de mangler er mere information om mulighederne ift. det juridiske i forbindelse med at distribuere online.

Willingshøj og Graversen giver udtryk for, at de i fremtiden gerne vil have hjemmesidens layout løftet lidt, så den fremstår mere professionel. Hindringen

her er spørgsmålet om økonomi: det vil koste penge, de ikke har afsat til det, så det kommer an på, om de kan finde nogen, der vil gøre det gratis.

Stationen har desuden en Facebook-side, som de omtaler på hjemmesiden, og som de primært bruger til billeddeling med deres lyttere fra afholdte arrangementer. De ved ikke, hvor mange følgere den har. De har også oplevet nogle få henvendelser på Facebook, hvor folk, der har deltaget i tidligere arrangementer, kommenterer de billeder, der bliver lagt ud.

Midtjylland Radio er med i SAML-projektet om en fælles internetportal. Det er bl.a. også i den sammenhæng, at stationen har overvejet mulighederne i at få en netradio, idet der på portalen kunne lægges et link ud hertil, så portalen således kunne blive en nem indgang til stationens programmer.

Internetdistribution generelt:

Willingshøj og Graversen anser umiddelbart online-distribution som vejen frem. Der bliver f.eks. solgt mange netradioer, og det ser generelt ud til, at den tekniske udvikling går i den retning, mener de.

Willingshøj og Graversen anser det som en nyttig udvidelse af programmernes brugsmuligheder, at de kunne høres, efter de var blevet sendt i æteren. Nogle af stationens programmer ville være særligt egnede til at høre tidsforskudt på nettet, f.eks. udsendelser fra bestemte begivenheder eller deres bogmagasin-program, hvor der læses op fra nye bogudgivelser. Willingshøj og Graversen mener, at flere programmer fint ville kunne høres online, men at kvaliteten selvfølgelig afhænger af, hvilken teknik lytterne har i form af computere og internetforbindelse mm.

Desuden ser de muligheder for at udvide deres lytterskare en anelse via online-distribution, idet især campister eller sommerhusgæster på besøg i området ville have mulighed for at lytte med også efter feriebesøget var slut.

Willingshøj og Graversen vurderer dog også, at stationens primære lyttere sjældent bruger Internettet. Størstedelen af lytterskaren er ældre mennesker, og det er kun få af dem, der har en computer og internetopkobling. Derfor har de heller ikke udbygget deres online-aktiviteter så meget, som de måske selv kunne have haft lyst til: fordi mange af deres lyttere simpelthen er et andet sted, hvad angår mediebrug og tekniske kompetencer/muligheder. Men de mener samtidig også, at det i fremtiden bliver mere og mere normalt at bruge Internettet, så her vil det måske også i større og større grad blive relevant for stationens lyttere at kunne lytte online. Men, som det ser ud på nuværende tidspunkt, er det altså primært feriegæster udenfor lokalområdet, online-distributionen ville være en fordel for, siger Willingshøj og Graversen.

På nuværende tidspunkt laver stationen også i nogle tilfælde kopier af deres programmer på CD til de folk, der har deltaget i programmerne – det mener Willingshøj og Graversen også ville være nemmere at have med at gøre, hvis programmerne alligevel blev lagt ud som en online-fil.

SAML siger man godt som lokalstation må streame over Internettet – men kun svarende til det geografiske lokalområde, hvor man har FM-dækning, fortæller Willingshøj og Graversen. Og det kan de ikke se, hvordan de skulle kunne styre teknisk: hvordan man på nettet blokerer for adgangen for de lyttere, der skulle befinde sig uden for stationens sendeområde. Og så giver det i øvrigt heller ikke så meget mening at være på Internettet frem for FM, hvis det skal begrænses på denne måde. Stationen ser f.eks., som sagt, muligheder i at kunne holde på de mange sommerhusgæster, der kommer i området i løbet af sæsonen, så de også kan lytte til stationen, når de er kommet hjem, og det ville jo være én af fordelene ved at lægge distributionen ud på nettet.

Graversen tænker, at denne regel om geografisk begrænsning må skyldes rettighedsforhold ift. Koda og Gramex, men han mangler stadig at blive helt klog på, hvad de som station må og ikke må, og hvordan det kan lade sig gøre teknisk. Det er altså disse tvivlsspørgsmål omkring de lovgivningsmæssige og økonomiske konsekvenser ved en eventuel udvidelse af stationens sendeområde, der er årsagen til, at stationen på nuværende tidspunkt ikke har nogen online-distribution. Hvis det ikke var en hindring, ville de være klar til at gå i gang med det samme, fortæller Willingshøj og Graversen.

Helt at flytte fra FM til ren online-distribution anser Willingshøj og Graversen dog for at være et problem. Især ift. stationens mest populære programmer som quiz- og bingo-programmerne, som ikke egner sig til at blive sendt med forskellige tidsforsinkelser, men hvor alle lyttere gerne skulle kunne høre det samme på præcis samme tid. Graversen mener, at problemet med forsinkelser er umulig at undgå ved netstreaming, idet modtagelsestidspunktet altid vil afhænge af, hvilken teknik/internet-udbyder den enkelte lytter har. Disse typer programmer, der er baseret på en *øjeblikkelig* interaktion med lytterne, egner sig altså ikke til at blive sendt online, idet kommunikationen bliver besværliggjort af forsinkelserne – en kommunikationsform som Willingshøj i øvrigt anser som en meget vigtig del af det at være en radiostation. Og netop disse programmer er desuden blandt de mest populære af stationens programmer, og Midtjylland ville miste en stor indtægtskilde fra bingo-spillet, hvis disse programmer skulle droppes.

En fordel ved helt at overgå til internetdistribution er, ifølge Willingshøj og Graversen, at det kunne betyde en økonomisk og tidsmæssig besparelse, fordi de ikke, som i dag, ville skulle stå for vedligehold og reparation af antenner og sendemaster mm. Til gengæld ville de måske være mere skrøbelige over for nedbrud, påpeger Graversen, idet de i så fald ikke på samme måde ville være herre over teknikken. Hvis f.eks. internetforbindelsen brød sammen, så var det underleverandører der i stedet ville kunne gøre noget ved problemet, og ikke dem selv.

Hvis det alligevel skulle blive besluttet, at distributionen i fremtiden udelukkende skulle foregå online, så ville det for Midtjylland Radios vedkommende kræve en *overgangsperiode* på lang tid – mindst et år – hvor stationen fik tid til at sørge for, at FM-lytterne fulgte med over på den nye online platform. For det ville kræve, at FM-lytterne også nåede at forberede sig både mentalt og teknisk, f.eks.

ved køb af internetradioer. Willingshøj og Graversen bruger her et billede på den ældre FM-kernelytter, *Fru Hansen*: hun ville have nemmere ved at følge med i en overgang fra FM til DAB end fra FM til internetradio, idet hun i første tilfælde kun har brug for at købe ét apparat, imens hun i sidste tilfælde skal købe dels en internetradio og købe internetforbindelse i hjemmet. Men hvordan den overgang væk fra FM skulle foregå, og hvor lang tid den ville tage, afhænger også af, hvornår man ville begynde på den, og hvordan det ser ud med Internettets udbredelse blandt befolkningen til den tid, tilføjer Graversen.

Midtjord Radio vil meget gerne deltage i en eventuel forsøgsordning, understreger Willingshøj og Graversen. De ser spændende muligheder i at kunne se og følge med i, hvordan de forskellige platforme (online- og FM-radioen) helt konkret ville bruges, så de kunne blive klogere på, hvor mange der rent faktisk ville lytte med og hvor.

2.3. Interviews med lokal-tv stationer

Referat af interview med Botond Fodor og Henrik Jønsby fra KKR – Københavns Kristne TV

Foretaget d. 21. januar 2014 af Sigrid Saabye.
Sted: KKR's lokaler i København.

I interviewet skelnes der kun få steder mellem, hvem (Jønsby eller Fodor) der siger hvad, da de begge to udtaler sig på KKR's vegne, og da deres udtalelser ikke er modsatrettede, men supplerer hinanden. Botond Fodor er programansvarlig og daglig leder for KKR, mens Henrik Jønsby er daglig leder for produktionsselskabet CMF (Copenhagen Media Facilities), som KKR bruger indtil videre. Fremadrettet ændres dette, så KKR kommer til at producere alt selv.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

KKR afventer svar på deres ansøgning om kommende sendetilladelse, som er afgørende for stationens fremtidsudsigter. I perioden herimellem (1. januar til 1. marts) har KKR en midlertidig sendetilladelse og sender 7 timers genudsendelser om ugen finansieret af stationen selv uden driftstilskud.

Ændringen ved de nye tilladelser - hvor der skæres ned i antallet af sendetilladelser og gives større tilskud til de, der så stadigvæk får - er Fodor og Jønsby meget godt tilfredse med, fordi de forventer, at det vil højne kvaliteten hos de lokalstationer, der bliver tilbage.

Der er desuden sket ændringer i organisationen, idet CMF i fremtiden ikke længere bliver produktionsselskab for KKR. KKR skal selv producere sine egne programmer, og producerer kun til sig selv, uden søsterstationer. Denne ændring i organisationen har betydning for den fremtidige økonomi, idet KKR's og CMF's økonomi ikke længere vil have nogen sammenhæng fremadrettet. I stedet for, som før, at betale CMF deler KKR nu nogle udgifter med CMF for leje af fælles, delte lokaler og udstyr. Økonomien forventes også at være forandret væsentligt

med de kommende (forventede) tilskud, idet beløbet er blevet hævet, i og med at tilskuddene bliver fordelt på færre stationer. KKR har en seerklub på ca. 550 medlemmer på nuværende tidspunkt.

Programmernes indhold ændres også fremadrettet, idet der på dét punkt er kommet øgede krav til *lokal forankring*, dvs. stationen har fokus på at lave mere lokalt indhold i deres kommende programmer.

Stationens online-aktiviteter:

På hjemmesiden ligger der bl.a. nyheder om stationen og dens programmer, en programoversigt, et Facebook-feed, der viser de nyeste aktiviteter på stationens Facebook-side, samt en underside, hvor man kan opsøge rådgivning. Siden har desuden et live-stream af stationens programmer, der kører 24 timer i døgnet, og så er der på hjemmesidens programarkiv også mulighed for at tilgå tidligere sendte programmer on demand. Disse on demand-programmer kan både streames på siden, de kan downloades og podcastes via iTunes, og så kan de deles på Facebook, via mail mm. KKR har også udviklet en *web-app*, fra hvilken man kunne tilgå stationens programmer fra sin tablet eller smartphone.

KKRs hjemmeside er lavet af Fodor, mens web-tv-løsningen er lavet af firmaet Webstream. Hjemmesiden opdateres månedligt, hvor også stort set alle stationens programmer lægges ud til on demand-brug. Etableringen af KKR's hjemmeside, Facebook-side, YouTube-kanal mm. har således været gratis, imens web-tv-løsningen har kostet dels i etablering og drift (abonnement). Fodor og Jønsby vurderer, at disse online-aktiviteter således koster stationen omkring 20.000 kr. årligt at drive.

KKR har en YouTube-kanal, hvor programmerne også kan streames og deles. Gennemsnitligt har programmerne på YouTube et sted mellem 0 og 300 views. Fodor og Jønsby fortæller, at de ud fra statistikkerne på kanalen kan konstatere, at det særligt er musikprogrammerne, der er mest populære her på nettet.

KKRs Facebook-side har omkring 260 likes. Siden bruger de til at poste nyheder og information om aktuelle programmer. De har også lavet forsøg, hvor de har brugt Facebook-siden til at skabe dialog og debat med og mellem seerne, og det har de planer om at gøre endnu mere fremover.

KKR har sendt net-tv siden omkring 2007/2008, og de har haft podcasts og livestream siden 2009 cirka. Disse er tilpassede, så de kan ses på flere forskellige platforme, f.eks. iPhone, computer, Apple TV mm.

Fodor og Jønsby vurderer, at livestream og on demand-udgaverne af deres programmer bliver efterspurgt, hvis stationen ikke har dem – men generelt er det i ret små mængder, at disse online-programmer i virkeligheden bliver brugt. KKR har eksempelvis omkring 150 besøgende på deres hjemmeside om søndagen, hvor de populære gudstjenester bliver transmitteret, mod flere tusind seere på tv.

KKRs hjemmeside ligger hos en ekstern udbyder og kører smidigt, som regel uden nogen problemer i det daglige arbejde. Når først hele produktionsapparatet er blevet etableret og indrettet, så det kan bruges også til net-distribution, er der ikke det store ekstra-arbejde i at være til stede online. F.eks. kører live-streamet nærmest helt af sig selv, og upload af programfiler er også en fast, inkorporeret del af de øvrige arbejdsgange. Fodor og Jønsby mener også, at stationen har den nødvendige tekniske viden og kompetencer, der skal til for at udføre de nuværende aktiviteter, stationen har online.

Fodor og Jønsby fortæller, at de i fremtiden har tænkt sig at eksperimentere med at lave kortere klip/programmer målrettet til de sociale medier inden for bestemte emner, som så senere kunne blive taget op i deres aktualitetsprogrammer på tv – for at skabe en dynamik imellem deres længere tv-rettede programmer og de aktiviteter og debatter, de hermed kan skabe i online fora. Selvom de generelt finder det svært for KKR som lokalstation at komme ud og blive hørt på de sociale medier, er det noget, de ønsker at udfordre sig selv med.

KKRs forskellige online-aktiviteter er generelt oprettet med den hensigt at prøve sig frem. Det er ikke de store strategiske overvejelser, der har ligget bag hvert nyt initiativ, men derimod ønsket om at afprøve fordele og ulemper ved de forskellige muligheder, der er på nettet. Indtil videre har de differentieret således, at hjemmesiden primært blev opdateret med længere, mere udfoldede nyheder, mens Facebook-siden så oftere kunne forsynes med kortere opdateringer, fortæller Fodor. At skabe dialog på nettet har de ikke udforsket nok endnu ift. det potentiale, de ser her – der har kun været enkelte forsøg med det indtil videre, som ikke helt er lykkedes efter hensigten.

Hensigten med at distribuere programmer på nettet har været at nå ud til et bredere publikum – ligesom hensigterne bag online-aktiviteterne generelt har været at komme ud til så mange som muligt ad de forskellige kanaler/platforme, der er tilgængelige. Fodor og Jønsby anser dog stadig tv som det eneste sted, lokalstationer som KKR kan overleve, fordi det stadigvæk er her, det største publikum kan nås til en pris, der er til at betale (udbydes i næste afsnit).

Internetdistribution generelt:

Fodor og Jønsby vurderer, at størstedelen af KKR's programmer primært egner sig til at blive set på tv, pga. deres længde: de skal være kortere, hvis de skal være målrettet til online-sending på sociale medier mm. En demand-muligheden på hjemmesiden er primært tiltænkt seere, der ikke har nået at se programmerne, da de blev sendt på tv. De er ikke indrettet specifikt til at skulle blive set online.

Fodor og Jønsby mener desuden, at stationens typiske seere også er mest interesserede i at se programmerne på tv frem for nettet – de bruger tv'et mere end nettet. Men denne påstand er delvist baseret på gætteri, siger Fodor og Jønsby, da de ikke har mulighed for at få særlig dybdegående indsigt i deres seeres mediebrug, udover hvad de kan læse af besøgstallene på hjemmesiden og lign. samt den kontakt, de har med enkelte seere via e-mail og telefon.

Fordelen ved at distribuere både på tv og på nettet samtidigt er, ifølge Fodor og Jønsby, at man kan nå nogle andre seere på nettet, samt at synligheden på nettet kan generere lidt flere seere til tv, idet folk måske støder på stationen online og hermed finder ud af, at de findes. Internettet kan altså bruges som en form for markedsførings-platform, hvor man kan gøre opmærksom på sig selv. En stor fordel ved at være til stede online er også, ifølge Fodor, at man bedre kan få en forståelse af seernes respons på de enkelte programmer ved at overvåge besøgstal, delinger og kommentarer online – man kan danne sig et overblik over, hvad folk synes er mest interessant at se.

Fodor og Jønsby ser ikke mange fordele ved kun at distribuere online. De eneste, de umiddelbart kan se, er, at afviklingsomkostningerne kan være mindre, samt at man som station i højere grad selv kan bestemme, hvilken kvalitet/opløsning programmerne skal lægges ud i (f.eks. HD). For seerne ser de desuden den fordel, at man kan tilgå programmerne uafhængigt af sendetidspunktet.

Men Fodor og Jønsby anser det generelt som en meget stor udfordring at få tv erstattet med net-distribution. Det kræver, at de forskellige apparater i højere grad end nu kan arbejde sammen, og at man har nogle fælles standarder for, hvordan ting gøres teknisk på nettet (ligesom man har på tv), og det kniber det med endnu. Desuden, mener Fodor og Jønsby, er den teknologiske udvikling ikke nået langt nok i dag til at kunne erstatte tv'et som distributionsplatform.

Som det fungerer på nuværende tidspunkt fungerer nettet altså, ifølge Fodor og Jønsby, kun som et supplement til tv'et – med den teknologi, vi har i dag, er det en form for *ekstra service*, KKR tilbyder deres seere. Og Fodor og Jønsby kan ikke se, hvordan det skulle fungere for lokalstationer som KKR at ligge udelukkende på nettet – slet ikke så længe de andre store spillere på tv heller ikke gør det. At fjerne lokalstationerne fra tv ville svare til at lukke lokal-tv, mener de. Fordi de seere, der stadig er tilbage (dvs. er interesserede i at se lokalstationernes programmer), de er at finde på tv og er ikke rykket over på nettet. De bruger det højst som et supplement til deres tv-brug. Jønsby understreger også, at størstedelen (ca. 80%) af den internetaktivitet, der er på stationens forskellige online-sider, primært er et resultat af, at KKR sender på tv. Det er altså primært KKR's tv-distribution, der genererer aktivitet på nettet og ikke omvendt.

Hvis det alligevel skulle blive besluttet, at lokalstationerne i fremtiden skulle flytte til net-distribution, anser Fodor og Jønsby det som en nødvendighed, at de nuværende tilskud (evt. fratrukket tilskud til distributions-omkostningerne på tv) bliver bibeholdt, samt at der bliver opstillet nogle meget klare kriterier for, hvad en lokalstation er og skal være, og hvilket indhold den skal producere, for at kunne få disse tilskud.

Fodor og Jønsby er også umiddelbart åbne overfor ideen om at deltage i en forsøgsordning, selvom de i forvejen har nogle forudannelser om, hvad forsøget ville finde frem til, idet de allerede som station har gjort sig en masse erfaringer med de forskellige muligheder, der findes, dels på tv og på nettet.

Referat af interview med Kirsten Nøhr Christiansen og Jørgen Christiansen fra TV-Gladsaxe

Foretaget d. 21. januar 2014 af Sigrød Saabye.

Sted: I Kirsten og Jørgen Christiansens hjem i Søborg.

I interviewet skelnes der sjældent mellem, hvem (Kirsten eller Jørgen Christiansen) der siger hvad, da de begge to udtaler sig på TV-Gladsaxes vegne, og da deres udtalelser ikke er modsatrettede, men supplerer hinanden. Kirsten Nøhr Christiansen er leder af TV-Gladsaxe, mens hendes mand, Jørgen Christiansen, også er medarbejder på stationen og samtidig står for stationen TV-Focus, som TV-Gladsaxe også samarbejder og co-producerer med.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Kirsten og Jørgen Christiansen mener ikke, der er sket nogle større ændringer siden sidst, de deltog i et interview til Kulturstyrelsen. De fremtidige økonomiske forhold ligger endnu ikke helt fast, da de afhænger af, om stationen får sendetilladelse i den næste periode. Men hvis de får, så bliver der højst sandsynligt flere penge til produktionen, idet tilskuddet bliver større end hidtil, pga. de færre stationer, der får sendetilladelse. Uanset hvad, agter Kirsten og Jørgen Christiansen at fortsætte deres distribution af programmer på nettet. For at undgå *sort skærm* i overgangsperioden indtil de næste sendetilladelse bliver tildelt, sender TV-Gladsaxe nu et udvalg af deres bedste programmer for at fastholde seerne.

TV-Gladsaxe regner med fremover at skulle sende på Kanal 1 sammen med en række andre lokalstationer. Tilsammen skal disse lokalstationer dække et stort geografisk område, der inkluderer en stor del af Storkøbenhavn, og hermed kommer TV-Gladsaxe også til at skulle dække et lokalområde, der rækker udover Gladsaxe Kommune, selvom dette stadigvæk er stationens primære geografiske fokus.

Kirsten og Jørgen Christiansen har oplevet en øget kontakt med lokalbefolkningen. Særligt ved sidste kommunalvalg blev stationen kontaktet af mange forskellige partier, og de lavede også enkeltportrætter af lokale politikere til netdistribution som fik et langt liv, bl.a. eftersom partierne og politikerne havde mulighed for at bruge videoerne på deres egne sider og sprede dem derfra. En enkelt af disse portrætprogrammer har fået 1.623 visninger online, hvilket Kirsten og Jørgen Christiansen mener er meget.

Stationens online-aktiviteter:

TV-Gladsaxe har en hjemmeside, hvor programoversigt og programplan er tilgængelig, og hvor man kan finde kontaktoplysninger og links til lokale websteder. Hjemmesiden har desuden en underside, hvor stationens tidligere programmer kan streames, downloades og deles. Det er ikke alle stationens programmer, der kan tilgås på samme tid, da det ville koste stationen for meget i ekstra kapacitet. I stedet udvælges de bedste programmer, og nogle lægges ud og tages væk igen, alt efter hvad der lige passer. Udover en lille introducerende beskrivelse af, hvad programmet handler om, har Kirsten og Jørgen Christiansen valgt at sætte stikord/kategorier på de enkelte programmer, så man bedre kan søge i program-arkivet inde på hjemmesiden. Denne kategorisering er desuden

lavet med henblik på at generere nye besøgende til stationens hjemmeside fra almindelige google-søgninger, hvor disse kategorier måtte optræde, fortæller Kirsten og Jørgen Christiansen.

TV-Gladsaxe benytter Gladsaxe Kommunes Facebook-side til at gøre opmærksom på sig selv. Her lægger de ca. en gang om ugen meddelelser ud om stationen og de aktuelle programmer. Stationen har også sin egen Facebook-side, men den gør de ikke så meget ud af, og den har heller ikke mange likes, fortæller Kirsten og Jørgen Christiansen. De vurderer, at hvis Facebook skal bruges rigtigt, så kræver det en hel del aktivitet, og det har de så valgt fra, idet de har været nødt til at prioritere deres online-aktiviteter i forhold til, hvad de tidsmæssigt kan overkomme.

TV-Focus, som Jørgen Christiansen primært står for, har også en online webshop, hvor de også sælger programmer lavet i samarbejde med TV-Gladsaxe.

Hjemmesiden har Kirsten og Jørgen Christiansen selv lavet, mens web-tv-modulet, hvor programmerne lægges ud, er købt af firmaet Webstream. Hjemmesiden inklusiv web-tv-funktionen har således kostet stationen cirka 10.000 kr. i etablering og koster omkring 15.000 om året i drift. Dertil kommer også væsentlige udgifter til Koda og Gramex for den musik, de anvender i on demand-programmerne. Sidstnævnte estimerer Jørgen Christiansen til at ligge på ca. 15.000 kr. om året.

Baggrunden for at lægge programmerne ud på nettet var, at Kirsten og Jørgen Christiansen kunne se en mulighed for, at programmerne kunne *komme videre ud* – at de kunne få en længere levetid og rækkevidde, idet de kunne tilgås på et senere tidspunkt end sendetidspunktet på tv, samt at de fortællinger og budskaber, programmerne rummer, kunne blive fastholdt og inddraget i andre og nye sammenhænge. F.eks. har de oplevet, at en bestemt programrække med et pædagogisk tema har fået et længere liv, idet de er blevet downloadet og anvendt i undervisningssammenhænge på seminarier og skoler mm.

Kirsten og Jørgen Christiansen overvåger en gang imellem antallet af besøgende på stationens hjemmeside og på de enkelte programmer, men uden noget større strategisk formål for øje – oftest af ren interesse. Det program, der er blevet set flest gange, ligger her på 2.396 visninger. Antallet af visninger for hvert enkelt program online er formentlig generelt højere end de tal, de kan læse på hjemmesiden, vurderer Kirsten og Jørgen Christiansen, eftersom programmerne kan videresendes, downloades og vises i andre sammenhænge end lige på TV-Gladsaxes hjemmeside.

Kirsten og Jørgen Christiansen har gode erfaringer med at bruge online-distribution i det daglige arbejde. Når først it-systemerne er etableret, er det meget nemt og ikke specielt tidskrævende for dem at bruge. Jørgen Christiansen mener heller ikke, at det burde kræve særligt mange ekstra kompetencer og viden om it at drive online-distribution, hvis man i forvejen har erfaring med at producere lokal-tv. Et web-tv-modul kan man nemt købe sig til, så længe økonomien er til det, vel at mærke.

Internetdistribution generelt:

TV-Gladsaxe laver både programmer, der er lavet specifikt til at blive set på tv (nemlig de almindelige halvtimes-programmer, stationen sender), og programmer som kun bliver sendt på nettet. Sidstnævnte har forskellige længder – både længere og kortere end en halv time – og tilpasses både til indhold og til brug, dvs. dels i forhold til, hvad der er hensigtsmæssigt i forhold til det emne, programmet udfolder, og dels i forhold til, hvad der er hensigtsmæssigt i forhold til, at de skal ses på en computer.

Kirsten og Jørgen Christiansen vurderer, at deres seere udgør et meget blandet publikum med meget forskellige former for mediebrug og -præferencer. En andel af disse (primært de ældre) er ikke interesserede i at se tv på nettet, fremhæver Kirsten og Jørgen Christiansen – også selvom de måske bruger computer og internet til alle mulige andre formål.

Kirsten og Jørgen Christiansen er generelt begejstrede for de muligheder, Internettet tilbyder for en lokalstation som TV-Gladsaxe. En fordel, Kirsten og Jørgen Christiansen ser ved net-distribution, er, at man selv kan bestemme programmernes format. De laver f.eks., som nævnt, programmer af kortere og længere varighed, som lægges ud på nettet – hvorimod de er begrænset til at sende halvtimes-programmer på tv, på Kanal Hovedstaden.

En anden fordel er, at de som lokalstation kan nå ud til flere forskellige grupper, der går til programindholdet på forskellig vis. TV-Gladsaxe kan altså nå bredere ud med det samme programmateriale, også geografisk, idet borgere bosat udenfor sendeområdet også kan tilgå programmerne på nettet. Herved kan programmerne også få en længere levetid og få mere værdi, idet de ikke *forsvinder*, så snart de har været sendt, men kan indgå i nye sammenhænge gennem on demand streaming, deling og download.

Det er således også en fordel for stationens seere, mener Kirsten og Jørgen Christiansen, at de så at sige bliver uafhængige af tid og sted og kan se programmerne, når de har tid og lyst. For de medvirkende i programmerne er dette også ofte en fordel, så de har bedre mulighed for at få set og udbrede de programmer, de har deltaget i. De kontakt- og informationsmuligheder, det giver at have en hjemmeside, gør også, at flere mennesker kan blive opmærksomme på, at stationen eksisterer og finde ud af, hvilke programmer stationen sender, samt hvor man kan finde dem på tv.

Men Kirsten og Jørgen Christiansen mener til gengæld ikke, at internet-distribution helt kan erstatte tv-distributionen. Det at folk zapper rundt mellem kanalerne på tv, gør, at de tilfældigt støder på nogle programmer – som f.eks. TV-Gladsaxes – som de ikke selv ville have opsøgt aktivt, og det kan give nogle nye, uventede oplevelser og indsigter i emner, de ellers aldrig ville have sat sig ind i.

Hvis TV-Gladsaxe udelukkende var at finde på nettet, ville stationen formentlig miste en masse tv-seere, som ikke ville se programmerne online, mener Kirsten Christiansen. For at fastholde seere til stationens programmer ville det desuden

kræve en meget stor markedsføringsindsats i forhold til, hvad de gør i dag. Hvis fremtiden kun skal være online, kræver det altså, at man finder en alternativ måde at få ledt seere ind på stationens programmer, som kan erstatte effekten af, at tv-seere i dag tilfældigt støder på dem, når de zapper mellem kanalerne.

Samtidig ville det programindhold, som lokalstationerne står for at levere, mangle på tv, og der ville ikke være samme mangfoldighed på dansk tv, som der er i dag. Lokal-tv af lokale og til lokale ville mangle.

Hvis det skulle blive besluttet, at lokalstationerne i fremtiden udelukkende skal distribuere på nettet, ville det, ifølge Kirsten og Jørgen Christiansen, kræve, at der blev lavet nye regler for, hvad lokalstationernes programindhold skulle rumme, som kan erstatte de gamle. Og det ville kræve, at man fortsatte med kun at give et begrænset antal stationer tilskud i en størrelsesorden, så kvaliteten kunne opretholdes. En ny ordning skulle desuden stadigvæk rumme økonomisk støtte til både produktion og distribution af programmer.

Hvis fremtiden skulle vise sig at blive udelukkende online, har Kirsten og Jørgen Christiansen også forskellige ideer til, hvordan de vil forsøge at få seere til stationen online. De ville f.eks. gøre mere ud af at tilpasse programmernes format og type til internetbrugen, hvor programmerne som sagt i dag stadig bærer præg af, at de skal passe til det halvtimes-format, stationen skal overholde ift. tv-sendetilladelsen.

Kirsten og Jørgen Christiansen er positive overfor muligheden for at deltage i en eventuel forsøgsordning. Det kunne være spændende, og de ønsker at bidrage til undersøgelser, hvis det viser sig at være det, der er behov for.

Referat af interview med Niels Henrik Madsen fra OSR – Odense ser rødt

Foretaget d. 17. januar 2014 af Sigrød Saabye.

Sted: OSRs lokaler på Banevænget 22, 5270 Odense.

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Niels Henrik Madsen har ikke mange ændringer at berette om mht. stationens situation i forhold til sidste interview. Det eneste er, at OSR nu er blevet flyttet over til at sende på en endnu mere *perifer* (Niels Henrik Madsens ordvalg) tv-kanal, end de gjorde sidst. Det er han ikke videre begejstret for, eftersom han mener, at seerne nu igen har svært ved at finde stationens programmer på tv. Han oplever ofte, at folk spørger, hvor man kan se programmerne henne – og om de overhovedet sender endnu – fordi de er blevet flyttet rundt på forskellige kanaler. Der har desuden været en periode, hvor kun en mindre del af befolkningen overhovedet kunne modtage stationens programmer.

Mht. OSRs fremtid forsøger de, som Niels Henrik Madsen udtrykker det, at *holde skruen i vandet*. Stationen venter på svar om fremtidige sendetilladelser, hvilket stationens fremtid i høj grad er afgjort af. Lige nu befinder de sig i en form for *vakuum*, hvor de ikke sender nye programmer men blot genudsender tidligere, indtil de får nærmere besked om fremtidens sendetilladelser. De satser på at få

fornyede sendetilladelserne og i det kommende budget at kunne afsætte løn til halvanden stilling.

Stationens online-aktiviteter:

OSR etablerede deres nuværende hjemmeside i 2009 og har siden dengang lagt programmer herud. Programmerne bliver lagt ud, så snart de er færdigredigerede og klar til at blive sendt – dvs. online har man altså mulighed for at se programmerne både lidt før og efter, de er blevet sendt på tv. Programmerne kan downloades på hjemmesiden, og OSR har desuden en YouTube-kanal, hvorfra programmerne kan streames. Det er dog ikke alle og hele programmer, der bliver lagt online, men primært kortere indslag af aktuel karakter. Niels Henrik Madsen vurderer, at det er disse kortere aktualitetsindslag på ca. 5-10 min., der bedst egner sig til online-sening, mens de længere programmer på 15-20 minutter eller derover bedst ses på tv, hvor seerens opmærksomhed og situation er en anden. Niels Henrik Madsen tilføjer dog, at det ikke nødvendigvis er sådan, alle seere har det, og han planlægger også, at alle stationens programmer i fremtiden skal gøres tilgængelige på nettet.

Hjemmesidens primære formål og funktion er, at man kan tilgå OSRs programmer, således at de kan blive vist flere gange, end hvis de kun blev set på sendetidspunktet på tv. Yderligere skal hjemmesiden bidrage til, at folk kan få konkret information om sendeplanen og om, hvor man kan finde stationen. Den bliver opdateret cirka én gang ugentligt, og ud fra egne observationer har hjemmesiden, ifølge Niels Henrik Madsen, cirka 3.500 ugentlige besøgende.

Design-*skelettet* for OSRs nuværende hjemmeside har de adopteret fra kollegaer fra en anden lokal-tv-station. Så den har ikke kostet andet i oprettelse og drift end den tid, det har taget at arbejde med den, samt årlige udgifter til domæne, webhotel og lign. Arbejdet med at gøre stationens programmer tilgængelige online krævede i starten en hel del ekstra arbejde, men er nu efterhånden blevet integreret i arbejdsrutinerne.

OSR har planer om at få lavet en ny hjemmeside for at få en mere brugervenlig opsætning – dvs. brugervenlig både for hjemmesidens besøgende men også anvendelsesmæssigt for stationens medarbejdere. Prisen for denne hjemmeside har Niels Henrik Madsen estimeret til ca. 25-50.000 kr. Det nuværende system og design er bøvlet at arbejde med i det daglige, når der skal opdateres, uploades mv., så det ønsker Niels Henrik Madsen bl.a. at få optimeret med en ny hjemmeside.

OSR begyndte at bruge Facebook i 2011. Det startede ved, at en medarbejder oprettede en side om stationen via sin private profil, og det har skabt lidt besvær sidenhen, fordi det hele så foregår via hendes profil. Niels Henrik Madsen betragter Facebook som endnu en platform (lig hjemmesiden), hvor seere kan finde information om det, stationen laver, og om deres programmer – altså som et slags arkiv og informations-platform. Han anser også Facebook som en mulighed for at promovere og sprede OSRs programmer yderligere (da programmerne via YouTube-kanalen kan ses på Facebook) og måske herigennem generere flere seere til programmerne på tv. Facebook-siden har på nuværende tidspunkt omkring

500 likes, men Niels Henrik Madsen har en målsætning om, at den i fremtiden skal nå op på 2000-3000 i takt med, at OSR bliver mere aktive på de sociale medier generelt og på Facebook især. Niels Henrik Madsen ønsker at skabe mere interaktivitet med seerne ved at bruge de sociale medier mere aktivt (bl.a. Facebook og Twitter) og overvejer i den forbindelse, om et Facebook-feed evt. kan integreres på hjemmesiden. Han ønsker at prøve forskellige muligheder af på den front, men understreger samtidig, at der hele tiden er tale om en balancegang ift., hvor mange kræfter de kan bruge på sådanne nye tiltag samtidig med, at de skal udføre deres primære opgave: at producere lokal-tv.

Internetdistribution generelt:

En fordel ved helt at flytte distributionen online ville, for Niels Henrik Madsen at se, være, at man hermed undgik de omkostninger, der er forbundet med at sende på tv. Det er formentlig billigere at sende på nettet, også selvom online-distributionen i så fald også ville kræve kraftigere internetforbindelser, evt. fibernet-forbindelse. Omkostningerne for at etablere og drive en netbaseret station, vurderer Niels Henrik Madsen, ville ligge på omtrent 25-50.000 for oprettelse af hjemmeside samt et tilsvarende beløb til den årlige drift. Hvis man ikke blot, som nu, skulle have en on demand-tjeneste online, men også skulle kunne streame programmerne live på nettet, ville prisen være højere.

En anden fordel, Niels Henrik Madsen ser ved online-distribution, er, at det forlænger programmernes varighed/brugbarhed, idet seerne får flere (for ikke at sige uendelige) chancer for at se OSRs programmer, hvorimod de på tv kun har én chance, nemlig på sendetidspunktet. OSR producerer både *her-og-nu*-programmer, hvor aktualiteten og hermed også tidspunktet er afgørende for programmets relevans, og mere tidløse programmer, hvor sendetidspunktet ikke er afgørende. Sidstnævnte kan få mere værdi online.

Men Niels Henrik Madsen ser stadigvæk helt klart flest fordele i både at sende på tv og online samtidigt. Han har en *lomme-teori* om, at typiske lokal-tv-seere ikke er specielt *oppe på beatet* hvad angår tekniske kompetencer, hvorfor størstedelen af stationens nuværende seerskare formodentlig stadig helst vil se programmerne på tv. Unge mennesker er måske mest tilbøjelige til at se programmerne på nettet, imens folk over 50 foretrækker tv'et, mener Niels Henrik Madsen. OSR har, ud fra Niels Henrik Madsens opfattelse, et noget blandet publikum med vidt forskellige aldre, hvor både tv'et og Internettet foretrækkes.

Desuden mener han, at man som bruger har en mere målrettet tilgang på nettet, hvor man ikke tilfældigvis vil støde på programmerne, som man gør på tv. Dét at seerne zapper mellem forskellige kanaler og tilfældigt støder på stationens programmer i forbindelse med, at de så noget andet på samme kanal, anser Niels Henrik Madsen som vigtigt for en lokal-station som OSR, fordi det er her, de kan hente nye seere.

Skulle det blive besluttet, at distributionen i fremtiden udelukkende skal foregå online, ville det for OSRs vedkommende for det første kræve et fortsat tilskud til produktionen af programmerne. Og for det andet ville det være nødvendigt at få

forbedret medarbejdernes tekniske kompetencer og ikke mindst viden om de bagvedliggende dynamikker på nettet og om, hvordan man navigerer heri og bruger de forskellige medieplatforme (som f.eks. de sociale medier) strategisk rigtigt, så stationen kan begå sig online og fortsat komme ud og blive set og hørt. Så de ikke er afhængige af, at alle seerne aktivt finder frem til dem online.

Niels Henrik Madsen anser det samtidigt som en nødvendighed, at en station som OSR gør sine programmer tilgængelige på nettet. For hvor den voksne/ældre del af befolkningen måske stadig foretrækker at se programmerne på almindeligt tv, så skal stationen også give andre mulighed for at tilgå programmerne online, hvilket Niels Henrik Madsen forestiller sig, sandsynligvis er præferencen blandt de yngre aldersgrupper.

Mht. muligheden for at deltage i en eventuel forsøgsordning er OSR - som Niels Henrik Madsen siger - friske på hvad som helst.

Referat af interview med Jan Kørpe Christensen fra ALT

Foretaget d. 14. januar 2014 af Sigrld Saabye

Sted: ALTs lokaler på Haderslevvej 1, 6200 Aabenraa

Kort om stationen og ændringer siden sidst:

Siden sidste interview med stationen er der sket det, at ALT i et samarbejde med Kolding TV er begyndt at sende på en 24-timers kanal på kabel-nettet, det såkaldte SE-net (Syd-Energi-nettet). Ellers er der, ifølge Jan Kørpe Christensen, ikke sket de helt store ændringer siden sidst.

Stationens programmer produceres stadigvæk hovedsageligt af frivillige (ca. 30 personer, der kommer jævnligt), mens stationens få faste medarbejdere er en bogholder, en kasserer/revisor og Jan Kørpe Christensen, der dog ikke er ansat af stationen, men af kommunen, Han arbejder med det administrative og er samtidig reporter. Stationen har en bestyrelse på 8 personer, en medlemsskare på 250-300 medlemmer og modtager desuden sponsorater fra lokale virksomheder og foreninger. Stationens programindhold er koncentreret omkring lokal kultur, politik, erhverv mm., og ALT går meget op i at komme i dybden og give emnerne den tid, de tager. Da de dækker et stort område i det sønderjyske, har stationen også fokus på at dække aktuelle emner relevante for det danske mindretal syd for grænsen samt det tyske mindretal nord for samme.

Jan Kørpe Christensen oplever desuden, at stationens programmer den sidste tid har fået et kvalitetsløft, også selvom de er produceret af frivillige, ikke-professionelle. ALT har ikke lavet nogle deciderede målinger heraf, men Jan Kørpe Christensen vurderer, at stationen generelt får en del og ofte meget positive henvendelser fra deres seere.

Stationens fremtid er indtil videre uvis og står og falder med, hvilket svar stationen får på sin ansøgning om fremtidig sendetilladelse. Udover Kulturministeriets driftstilskud er stationens indtægter kun lidt sponsorater og økonomisk støtte

fra kommunen, men sidstnævnte er, ifølge Jan Kørpe Christensen, ikke nok til at stationen ville kunne overleve uden driftsstøtten.

Stationens online-aktiviteter:

Stationen har haft en hjemmeside i mange år. Her informerer de om stationens organisation, om mulighederne for forskellige medlemsskaber og sponsorater, og så har hjemmesiden desuden en underside, hvor ugens programmer bliver lagt ud til online-streaming, efter de har været sendt på tv. Herudover er der et link til ALTs YouTube-kanal, der fungerer som et arkiv for stationens tidligere udsendelser. Alle stationens programmer er således tilgængelige on demand, da de alle bliver uploadet hver uge, umiddelbart efter de er blevet sendt på tv. Jan Kørpe Christensen fortæller, at de teknisk kyndige medarbejdere på stationen holder øje med antallet af visninger på YouTube, og at dette antal er stigende. Ét videoklip er blevet set 600 gange, hvilket sandsynligvis er det maksimale antal, de har for deres videoer, og især programmer med (lokalt) kendte personligheder som deltagere, generer mange visninger online.

ALT har også en gruppe og en side på Facebook, som Jan Kørpe Christensen står for at opdatere ugentligt, primært med en informationsmeddelelse om ugens kommende programmer og lignende.

Facebook bruger ALT primært som platform for oplysning til deres seere, men også i et vist omfang til at kommunikere med dem. Seere henvender sig også en gang imellem her, oftest med spørgsmål omkring hvor de kan finde programmerne, eller med kommentarer hvis der er problemer med teknikken. Men seere henvender sig dog oftest via telefon, siger Jan Kørpe Christensen.

ALT har også konstant fokus på at holde online-aktiviteterne vedlige og altid følge med i nye tiltag på den front, fortæller Jan Kørpe Christensen. For mange mennesker er de et slags førstehåndsindtryk af stationen, og det er derfor vigtigt, at stationen her fremstår så professionel, indbydende, og nutidig som muligt, siger Jan Kørpe Christensen.

Hjemmesiden er lavet af de frivillige medarbejdere, så de økonomiske omkostninger omkring oprettelse og drift af disse online-aktiviteter vurderer Jan Kørpe Christensen som værende meget lave – det koster kun *abonnementet* på hjemmesiden (dvs. prisen for domæne mm.), ellers er resten baseret på frivillige kræfter, det nødvendige tekniske udstyr er forholdsvist billigt, og YouTube og Facebook er desuden gratis for stationen at bruge. Det er også inkorporeret som en del af stationens rutiner, at kommende programmer uploades umiddelbart i forlængelse af, at de sendes ud på tv. Økonomisk er online-aktiviteterne således ikke en stor byrde for stationen, men Jan Kørpe Christensen siger, at der til gengæld ligger en del arbejde i det. Da det ofte er de yngre frivillige medarbejdere, der har mest flair for de nye tekniske muligheder og metoder – og da disse ofte ikke er tilknyttet stationen så længe ad gangen – sørger ALT for at der altid er en *kerne* af cirka 3 medarbejdere, der står for alt det tekniske og udviklingen på det punkt. Falder den ene af disse fra, står de øvrige to for at oplære en ny, så kompetencerne ikke går tabt ved en medarbejders afsked, men gives videre. Med de nuværende dygtige radioteknikere og it-supportere har

ALT, ifølge Jan Kørpe Christensen, al den tekniske viden og kompetencer, der er behov for, for at drive de online-aktiviteter, de har.

Baggrunden for at oprette hjemmesiden og de øvrige online-aktiviteter var, ifølge Jan Kørpe Christensen, ønsket om at opretholde *det folkelige islæt*. Med det mener Jan Kørpe Christensen, at stationen er tilstede og tilgængelig for så mange borgere som muligt – og at den bliver set af flest muligt. Jan Kørpe Christensen overvejer også, om ALT i fremtiden skal opbygge fora på andre sociale medier.

Internetdistribution generelt:

Jan Kørpe Christensen anser deres online-distribution af programmer via YouTube som et kæmpe gode. Dels for dem som station, idet ALT får en øget og bredere tilstedeværelse, fordi deres programmer således kan komme ud flere steder, når de er tilgængelige ikke blot på tv men også på Internettet. Desuden er det en fordel for seerne, fordi de kan tilgå programmerne hvornår de vil, også efter de er blevet sendt – noget som Jan Kørpe Christensen oplever, at mange seere rent faktisk gør brug af. Programmerne får således også et længere liv.

Mht. ALTs programmers egnethed til at blive set online i stedet for på tv-skærmen mener Jan Kørpe Christensen, at dette udelukkende afhænger af, hvilken opløsning seerne har på deres respektive computere. Stationen uploader i høj HD-opløsning, så det er blot et spørgsmål om, hvorvidt modtagerne har teknikken til at streame programmerne i tilstrækkelig høj kvalitet.

Af ulemper ved internetdistributionen er der, ifølge Jan Kørpe Christensen, det faktum, at det tager noget ekstra arbejdstid, så det er mere tidsmæssigt krævende jo flere platforme ALT er til stede på.

Men Jan Kørpe Christensen ser ingen fordele i helt at overgå til online-distribution, da han mener, at færre i så fald ville se ALTs programmer. Det ville være en begrænsning af stationens tilstedeværelse på de forskellige platforme, og det ser han ingen fordele ved. Desuden ville ideen med lokal-tv *gå fløjten*, som han siger, og det ville begrænse den almindelige borgers muligheder for at komme til orde og blive inddraget i tv-mediet, hvis ikke lokalstationerne længere havde mulighed for at sende programmer for, af og til lokalbefolkningerne på tv.

Skulle det alligevel blive besluttet, at lokalstationer som ALT udelukkende skulle sende online i fremtiden, ville det være afgørende for stationen, at de fortsat havde medarbejdere med de nødvendige kompetencer, så deres programvirksomhed fremstår så professionelt og af så høj kvalitet som muligt.

Jan Kørpe Christensen ser positivt på og finder det sandsynligt, at ALT ville medvirke i en eventuel forsøgsordning.

Referat af interview med Lise Jul Pedersen fra ANTV

Foretaget d. 13. januar 2014 af Sigrid Saabye

Sted: ANTVs lokaler i Jægergårdsgade 152, bygn. 01, 2. Th, 8000 Aarhus C

ANTV har ikke deltaget i interviews til den forrige baggrundsrapport, så i første del af interviewet fortalte Lise Jul Pedersen kort om stationen og dens organisatoriske, økonomiske og programmæssige forhold mv.

Kort om stationen:

ANTV sender ikke på tv for tiden, da deres sendetilladelse udløb i 2013, og de nu venter på svar på deres ansøgning om fremtidig sendetilladelse. De har tidligere sendt på landsdækkende tv, 2 timer om ugen, og producerer primært programmer, der omhandler psykiatri og handicap. Stationen har et budget på ca. 1,3 mio. kr. hvoraf refusioner fra fleksjobordningen udgør en meget stor del. ANTVs samarbejdspartnere er Frit Oplysningsforbund og Aarhus Kommune (hvorfra de også får et mindre driftstilskud), og stationen har desuden et stort netværk af frivillige organisationer indenfor psykiatri- og handicap-området.

Stationen udbyder et kursus i at lave tv til borgere med psykiske problemer, og det er således primært disse frivillige kursister, der producerer programindholdet. Formålet er, at denne gruppe af mennesker skal have mulighed for at blive hørt og for at lave tv på deres egne præmisser. Herudover har stationen for tiden 6-7 ansatte i flexjob til at drive stationen (kameramand, bogholder mm.), men antallet af ansatte varierer meget alt efter, hvad der er råd til.

Tilskudsreglerne, der giver penge for hver nyproduceret time, finder Lise Jul Pedersen problematisk, da stationerne hermed kun bliver honoreret økonomisk for kvantitet og ikke kvalitet.

Stationen er i kontakt med nogle af deres seere via Facebook. Stationen er aktiv online og har en hjemmeside, hvor udvalgte programmer er uploadet før, men oftest efter, de har været sendt på tv. Hvad angår online-aktiviteter, koncentrerer ANTV sig dog mest om at være aktive på deres YouTube-kanal, hvor de uploader flere af deres videoer, og hvor de kan overvåge trafikken.

Stationens online-aktiviteter:

Stationen har i mange år haft en hjemmeside, ca. siden 1998. Det er dog ikke her, stationen lægger de fleste kræfter, mener Lise Jul Pedersen, da de betragter denne primært som et slags visitkort eller stationens officielle ansigt udadtil, som de kan profilere sig selv på som station, og som folk kan opsøge for at få yderligere oplysninger om stationen. Vigtigere herimod er stationens YouTube-kanal, som de startede med at lave for 4-5 år siden – for Lise Jul Pedersen vurderer, at det primært er her, stationen kan få genereret online trafik. På hjemmesiden henvises der til YouTube-kanalen, og det er primært her stationen lægger sine udvalgte (de bedste) programmer ud. De tilknytter også keywords til programmerne, så de bliver nemmere for brugerne at finde og søge. Programmerne bliver oftest lagt ud som on demand, efter de har været sendt på tv, men nogle gange lægges de også online først. Andre programmer lægges ud i kortere sekvenser, f.eks. som en slags *smagsprøver* på kommende, hele

programmer. Stationen streamer ikke programmer live, da dette, ifølge Lise Jul Pedersen, ikke er teknisk muligt.

YouTube-kanalen har aktuelt ca. 42.000 brugere og 440 videoklip. Lise Jul Pedersen og stationens andre medarbejdere går ofte ind og overvåger trafikken på kanalen – for at se, hvilke programmer der er populære, og fordi de er glade for at se, når der er nogen, der ser det, de har lavet. Lise Jul Pedersen fremhæver et videoklip på kanalen, der har haft 20.000 seere, hvilket er det maksimale antal visninger, de har haft på YouTube. Hun mener dog stadig, at trafikken online er mere begrænset sammenlignet med antallet af formodede seere. Eftersom de sender landsdækkende, vurderer Lise Jul Pedersen deres potentielle seertal til at være meget højere, idet hun sammenligner med seermålinger udført på landsdækkende stationer i København, der tidligere har vist, at der på den landsdækkende sendetilladelse kan opnås cirka 50.000 seere pr. programvisning. Der er ikke samme mulighed for at få så stort et publikum på nettet, vurderer hun, fordi man som lokalstation på nettet er *som dråber i et hav*, som hun beskriver det.

Af positive erfaringer med online-distribution oplever Lise Jul Pedersen, at de frivillige kursister ofte er meget begejstrede for, at programmerne ligger på nettet, da de således har mulighed for at dele dem med venner og bekendte. Ligeledes kan medvirkende i programmerne anvende links til programmerne til at markedsføre og skabe opmærksomhed omkring de begivenheder, stationen har dækket heri.

Desuden har Lise Jul Pedersen også god erfaring med at *plante* videoer med stationens programmer i forskellige for emnet relevante Facebook-grupper og således få øget opmærksomheden omkring et bestemt program.

Stationens hjemmeside er lavet af Lise Jul Pedersen i Wordpress, hvilket ikke har kostet andet end hendes arbejdstid. Frivillige og medarbejdere kan selv opdatere siden og uploade programmer – og sidstnævnte gøres ca. et par gange om ugen, når der er overskud til det, og når de bedste programmer er blevet valgt ud hertil. Selve oprettelsen og driften af stationens online-aktiviteter koster således ikke andet end medarbejdernes lønninger, dvs. den del af arbejdstiden, der går med det. De er lavet og drives af stationens medarbejdere og frivillige, og Lise Jul Pedersen vurderer således, at stationen har alle de nødvendige kompetencer og den tekniske viden, der skal til for at holde dem ved lige. Det eneste, de mangler, er tiden til det, da de har så travlt i det daglige arbejde, at de nogle gange ikke opdaterer online så ofte, som hun kunne have ønsket sig.

Hjemmesiden er lavet med hensigten om at profilere og sprede kendskabet til stationens programmer og budskaber. Men Lise Jul Pedersen understreger også, at tv-udsendelserne altid har første prioritet sammenlignet med arbejdet med hjemmesiden og de øvrige online-aktiviteter.

Som en udbygning/forbedring af stationens online-aktiviteter ønsker Lise Jul Pedersen i fremtiden at lave en bedre tematisk sortering af de uploadede programmer på

hjemmesiden, så brugerne bedre kan overskue og finde programmerne ud fra overordnede emner.

I nogle projekter har stationen desuden eksperimenteret med at indrykke annoncer med QR-koder på i bl.a. Politiken og Information, så avisernes læsere med deres mobiltelefon kan *scanne* sig ind til bestemte video-streams på nettet. Det kunne Lise Jul Pedersen godt tænke sig at udvikle noget mere.

Internetdistribution generelt:

Lise Jul Pedersen ser ingen fordele ved at flytte helt til onlinedistribution. Online-distribution alene, giver ikke mening for ANTV, da de ville miste den synlighed, tilstedeværelsen på tv giver. Det, at de sender på tv, betyder, at stationen når nogle mennesker, som ellers aldrig nogensinde af sig selv ville have stødt på dem på nettet.

Lise Jul Pedersen fortæller, at kanaludbuddet er øget de seneste mange år, og hvor lokalstationerne før i tiden delte kanal med f.eks. kommercielle stationer, der kunne trække seere til, er de sidenhen blevet rykket over på andre stationer (og ned i kanal-rækken), som de sender på alene eller deler med andre lokalstationer, der ikke på samme måde er trækplaster for nye seere. Lise Jul Pedersen beskriver udviklingen som en øget konkurrence om seernes opmærksomhed, og her er ANTV i forvejen dårligere stillet end tidligere, da der ikke er nær så mange seere på de kanaler, de sender på, som tilfældigt kan *støde på* deres programmer. Hvis stationen skulle overgå til ren internetdistribution ville deres synlighed blot blive endnu mindre, fordi seerne da selv aktivt skal opsøge programmerne, og ikke støde på dem i forbindelse med at de har set noget andet på tv. Det ville simpelthen gå ud over stationens synlighed og evne til at nå seere, der ikke kender til dem i forvejen og aktivt opsøger dem, fordi deres programmer ikke ville blive eksponeret for *tilfældige* seere, og fordi de nuværende seere ikke længere ville kunne finde dem. Lise Jul Pedersen mener, at stationen i endnu højere grad ville blive et *nichemedie*, hvor det ville blive svært at skabe opmærksomhed om sig selv og brande sig på nettet, hvor konkurrencen om brugernes opmærksomhed og tid er stor.

Lise Jul Pedersen vurderer endvidere at stationens primære målgruppe, psykiatri-brugere, har en begrænset adgang til Internettet og et it-mæssigt efterslæb sammenlignet med andre borgere – de har ikke samme mulighed for at se programmerne online.

Lise Jul fremhæver desuden, at det også ville være sværere at fordele støttekronerne, hvis alle lokalstationerne skulle distribuere udelukkende på nettet – fordi det ville være vanskeligt at differentiere mellem dem, der får støtte, og dem der ikke gør, når alle i dag kan lægge en video op på YouTube og – i princippet – kalde sig programproducent.

Fordelene ved at sende deres programmer online er, ifølge Lise Jul Pedersen, omvendt, at seerne kan hente dem, hvornår de vil, og dele dem med andre så programmerne kan blive spredt igennem dem – og igennem kursisterne og de medvirkende i programmerne. Herved kan der generes en form for mund-til-

mund- eller domino-effekt, så kendskabet til stationen og dens programmer kan blive spredt igennem online-netværk, hvilket Lise Jul Pedersen opfatter som en positiv effekt ved online-aktiviteterne.

Mht. programmernes egnethed til at blive set online i forhold til at blive set på tv, ser Lise Jul Pedersen ikke nogen væsentlig forskel på, hvilken type indhold der egner sig til hhv. broadcast og online distribution.

Lise Jul Pedersen ser altså stationens tv-distribution som deres vigtigste område, hvor online-aktiviteter blot kan bidrage til yderligere anvendelse og udbredelse af de enkelte programmer – men det ene kan ikke erstatte det andet. Såfremt det skulle blive besluttet, at lokalstationernes distribution i fremtiden kun skal foregå på nettet, mener Lise Jul Pedersen, at der som minimum er behov for en form for alternativ platform, hvor stationen så i stedet kan gøre sig synlig. Det kunne f.eks. være at indgå partnerskaber med aviser eller andre fora, der i forvejen har kontakt til et bredere publikum, end dét stationen alene ville kunne opbygge online.

Lise Jul Pedersen er med på at deltage i en eventuel forsøgsordning, så længe det kan finansieres. Dog har hun umiddelbart svært ved at se, hvad det nye ved en sådan undersøgelse ville være.

2.4. Opsamling på den kvalitative undersøgelse

Den kvalitative interviewundersøgelse havde til hensigt at gå i dybden med ti forskellige lokale tv- og radiostationers konkrete erfaringer med at distribuere online samt at belyse deres syn på onlinedistribution generelt.

Interviewene bestod i samtaler mellem stationens daglige leder(e)² og Sigrid Saabye, hvor forskellige delemler under hovedemnet *Stationens erfaringer og syn på onlinedistribution* blev drøftet. Der er tale om kvalitative, semistrukturerede forskningsinterviews, hvilket er en åben og fleksibel samtale mellem interviewer og den interviewede omkring forskellige temaer og spørgsmål, forberedt af intervieweren. Der blev her spurgt ind til stationens generelle erfaringer med anvendelse af hjemmeside og netbaseret programdistribution (podcasting, YouTube, audioplayer, videoplayer etc.)³ samt til stationens opfattelse af dens muligheder, behov og praktiske og økonomiske forudsætninger i forbindelse med en sådan aktivitet på nettet. Interviewene varede cirka en time til halvanden og blev som regel holdt i stationernes lokaler. De blev optaget med diktafon og efterfølgende transskriberet til analyserbare data.

² Og i visse tilfælde også andre personer, der er involverede i stationens daglige arbejde og drift, f.eks. teknisk ansvarlige mm.

³ Om netbaseret programdistribution anvendes i det følgende begreber som *streaming* og *on demand*. Der findes forskellige opfattelser af disse begrebers definition, men her anvendes *streaming* hovedsageligt om programmer, der kan tilgås live på nettet, dvs. på udsendelsestidspunktet, mens *on demand* anvendes om programmer, der kan tilgås på et senere tidspunkt, dvs. tidsforskudt ift. udsendelsestidspunktet, når det passer brugeren.

De ti stationer, der deltog i den kvalitative undersøgelse, er følgende:

Radiostationer:

- Københavns Nærradio
- Midtfjord Radio
- Radio Mælkebøtten
- Radio Odsherred
- Radio Rønde

tv-stationer:

- ALT – Aabenraa Lokal TV
- ANTV – Aarhus Nyheds TV
- KKR – Københavns Kristne TV
- Odense Ser Rødt
- TV-Gladsaxe

Udvælgelsen af netop disse ti lokale radio- og tv-stationer er sket på baggrund af et ønske om at få italesat forskellige vinkler og synspunkter på onlinedistribution fra stationer, der i forvejen har gjort sig nogle erfaringer på det punkt – for at få et mere nuanceret blik på feltet fra folk, der herved allerede formodes at have gjort sig nogle overvejelser over fordele og ulemper ved onlinedistribution. Ni ud af de ti stationer (alle undtagen Midtfjord Radio) har således alle en eller anden form for distribution via Internettet – det være sig live netradio/-tv eller on demand programmer, der kan streames eller downloades efter udsendelsestidspunktet. Stationerne er desuden blevet udvalgt, så der blev opnået en rimelig bredde både mht. type og geografisk placering/sendeområde.

I det følgende opsamles undersøgelsens hovedtemaer. Da der har været mange fællestræk i udtalelserne fra de forskellige lokalstationer, behandles stationernes synspunkter i samlede tematiske afsnit, hvor der kun i visse relevante eller fremtrædende tilfælde skelnes mellem antallet af stationer og medietype (radio eller tv).

Lokalstationernes nuværende online-aktiviteter og erfaringer

Radiostationerne:

Fire ud af de fem radiostationer distribuerer deres programmer online. Disse fire stationer har alle en netradio, der live-streamer det signal, der samtidig bliver sendt ud på FM. Heraf lægger to af stationerne også nogle programmer ud som on demand-programmer (dvs. programmer, der kan høres uafhængigt af sendetidspunktet). Hos den ene af disse stationer kan on demand-programmerne både streames på stationens hjemmeside og downloades til senere lytning (evt. på et andet apparat), mens den anden station kun lægger on demand-programmerne ud til streaming via sin hjemmeside.

Én af de større udfordringer og, i nogle tilfælde, den begrænsende faktor i forhold til radiostationernes onlinedistribution, er spørgsmålet om musikken. De fleste radiostationer har svært ved at finde penge til Koda og Gramex for den *ekstra* musik, der i kraft af onlinedistributionen også bliver tilgængelig på nettet.

Én station er med i en forsøgsordning, hvor de ikke skal betale ekstra for den musik, der bliver spillet på live-radioen, hvilket de vurderer som forudsætningen for, at de har råd til at have en netradio. En anden station klipper musikken ud af sine udsendelser, før de bliver lagt online som on demand-programmer, mens de i særlige tilfælde har en aftale med Koda og Gramex om, at de godt må anvende musikken i enkelte af deres on demand-programmer. Det er netop også problemet med de ekstra musik-udgifter – og, alternativt, det omfangsrige arbejde med at skulle klippe musikken ud af programmerne forinden – der afholder en tredje station fra at lave on demand-radioprogrammer, selvom de ellers godt kunne se nogle positive muligheder heri. Det er enten for dyrt eller for besværligt og tidskrævende ift. stationens nuværende ressourcer. Den radiostation, der ingen onlinedistribution har, har netop også fravalgt muligheden pga. usikkerhed omkring de lovgivningsmæssige og økonomiske omstændigheder, der er ift. at lægge programmerne på nettet og herved udvide det geografiske område, radioen sender til. Stationen har nemlig fået den opfattelse, at de også på nettet skal begrænse radioprogrammernes tilgængelighed til det nuværende sendeområde – bl.a. af hensyn til musik-retlighedsforholdene overfor Koda og Gramex – og det ser de ikke meget mening i, og de kan ej heller se, hvordan det skulle kunne lade sig gøre rent teknisk.

Tv-stationer:

Alle fem tv-stationer lægger enten alle men oftest udvalgte programmer ud på deres hjemmeside eller på en YouTube-kanal, hvor de kan streames on demand. Heraf gør tre af stationerne også disse programmer tilgængelige til download via deres hjemmeside. To tv-stationer lægger programmer ud, så de også kan tilgås online lidt før udsendelsestidspunktet på tv, og en enkelt af disse opererer med en slags *smagsprøver* af kommende tv-sendte programmer, dvs. kortere versioner af kommende tv-programmer, som fungerer som en slags teasere for, hvad man senere kan se på tv.

En enkelt tv-station har desuden et 24-timers live-stream af deres programmer som en online web-tv-kanal.

Muligheder og fordele ved onlinedistribution

To klare fordele ved onlinedistributionen, som samtlige stationer kommer ind på, er den længere *levetid/værdi* og *rækkevidde*, som nettet muliggør.

Onlinedistribution giver stationerne mulighed for at nå flere mennesker – at udvide den potentielle lytter-/seerskare. Det være sig dels geografisk (fordi programindholdet bliver tilgængeligt også udenfor sendeområdet) og dels mht. hvilken type lyttere/seere, man kan nå (idet folk, der foretrækker computeren frem for radioen/tv'et, hermed også kan finde frem til programindholdet).

Tre tv-stationer nævner, at onlinedistributionen og de øvrige online-aktiviteter omkring denne – f.eks. dét at programmerne placeres eller linkes til på forskellige online-platforme som Facebook, YouTube og lign. – er medvirkende til at udbrede disse programmer og folks kendskab hertil, hvormed Internettet

kan bruges som en form for markedsføringsplatform. I nogle tilfælde kan dette hjælpe til at generere flere seere til tv også, mener de.

En enkelt radiostation nævner, at computeren herved også kan fungere som et slags *supplerende* modtagerapparat i forhold til FM-radioen, idet den er tændt på andre tidspunkter i lytternes hverdag, hvor programmerne så også kan blive hørt.

Men netop ordet *supplerende* er gennemgående i stationernes udtalelser på dette punkt. Den potentielle udvidelse af lytter-/seerskaren via online distribution anses nemlig generelt som værende meget lille, eftersom de fleste stationer vurderer, at størstedelen af deres lyttere/seere primært bruger, og ønsker at bruge, radioen/tv'et som modtageapparat – fordi det passer bedst til receptionssituationen, til programindholdets karakter, og/eller fordi de ikke har de tekniske kompetencer, omstændigheder eller interesser, der skal til for at tilgå programmerne på nettet (mere herom senere). Udvidelsen af lytter/seerskaren, mener de fleste stationer, er altså meget lille og betegnes som et *supplement* til radiolytningen/tv-seningen, mere end den opfattes som en potentiel erstatning.

Udover en større rækkevidde nævner flere stationer også udvidelsen af programmernes brugsmuligheder som en umiddelbar fordel ved at gøre on demand-programmer tilgængelige på nettet. Lytningen/seningen bliver gjort uafhængig af tid og sted, når man til enhver tid efter udsendelsestidspunktet kan tilgå programindholdet på nettet, og denne fleksibilitet ser stationerne som en positiv ting for lytterne/seerne – og som en mulighed for at give programmerne en større og mere varig værdi. Hermed kan programmerne indgå i flere og andre sammenhænge, end blot situationen omkring udsendelsestidspunktet.

En enkelt radiostation overvejer også mulighederne i at kombinere tidligere programindhold med billeder på YouTube og på den måde yderligere udvide programmernes brugsmuligheder på nettet.

Tre radiostationer og to tv-stationer nævner desuden muligheden for, at internetdistributionen kunne betyde en tidsmæssig og ikke mindst økonomisk besparelse, idet afviklingsomkostningerne sandsynligvis ville kunne mindskes, hvis de hermed kunne slippe for at skulle betale til sendetilladelser, vedligehold af antennemaster mm. – og fordi man så at sige får mere *værdi* ud af det samme indhold, når det gøres tilgængeligt på flere platforme og altså også for flere lyttere/seere.

Flere stationer påpeger også, at onlinedistribution sandsynligvis bliver mere og mere fordelagtigt med tiden, efterhånden som den tekniske udvikling og befolkningens medievaner går i retningen af Internettet som den foretrukne kommunikationsplatform – med tiden vil det altså sandsynligvis være online frem for på FM-båndet, at radiostationerne bedst når sine lyttere.

En enkelt radiostation nævner også den fordel ved onlinedistributionen, at den bidrager med nye muligheder for tovejskommunikation med lytterne, idet lytterne på nettet har mulighed for at kommentere de programmer, de hører her. Og desuden

nævner én radiostation og to tv-stationer, at der er en anderledes *indirekte* respons fra lytterne/seerne på nettet, fordi stationen her har mulighed for at læse ud af antallet af brugere og downloads, hvilke programmer der er populære, og hvilke der ikke er.

To tv-stationer ser også den fordel ved online-distribution, at man selv kan bestemme i hvilken kvalitet, opløsning og format, programmerne skal produceres i, hvor de på tv er nødt til at overholde fastlagte standarder herfor.

Ulemper og udfordringer ved onlinedistribution

Samtlige radiostationer og hovedparten af tv-stationerne ser store udfordringer ved tanken om helt at skulle flytte fra FM til onlinedistribution – størstedelen af radiostationerne mener ligefrem, at det ville betyde, at de blev nødt til at lukke. Argumentet bag er, at langt størstedelen af stationernes lyttere/seere netop er at finde på FM og tv og ikke online – det er radioen/tv'et de bruger til denne type mediebrug og ikke computeren.

Der skelnes her som regel ift. alder, hvor mange af stationernes programmer primært menes at blive hørt/set af ældre mennesker, der sjældent har hverken teknikken, kompetencerne eller interessen til at lytte/se med online, men som i stedet er vant til at lytte til radio på FM eller se tv i fjernsynet. En enkelt radiostation og to tv-stationer mener at have en stor aldersspredning blandt lytterne/seerne og oplever også, at deres online-programmer bliver brugt i forholdsvist stort omfang. Men generelt anser stationerne online-programmerne som relevante for en mindre *ekstra* gruppe af mennesker, der foretrækker og bruger nettet mere – f.eks. unge mennesker, der ikke er vant til at høre radio eller primært ser tv på nettet, folk bosat udenfor lokalområdet som måske støder på stationernes programmer i forbindelse med ferie i området eller lokale lyttere/seere, der er interesserede i også at lytte med, når de er på ferie i udlandet mm. At flytte udelukkende til internetdistribution på nuværende tidspunkt er altså, set med stationernes briller, det samme som at skære en hel (og formentlig den største) lytter-/seer-gruppe fra – at nægte denne gruppe adgang til stationen.

Flere stationer mener heller ikke, at de ville kunne opbygge en lytter-/seer-skare af samme størrelsesorden online – der er nettet for stort og for bredspektret til, at de ville kunne få fat i deres lyttere/seere derinde. Det er fra FM/tv og til nettet, at der sker en afsmitning, idet stationerne nogle gange leder lyttere/seere over på nettet for at opsøge mere om/fra stationen. Det er altså primært tv-/FM-distribution, der genererer aktiviteten på nettet og ikke omvendt. Hvis ikke de havde FM-båndet eller tv-kanalen som den primære platform, ville antallet af besøgende på deres hjemmeside og lignende heller ikke være nær så stort som det er i dag, mener de.

Tre tv-stationer anser det desuden som en stor ulempe ved online-distributionen, at stationerne hermed mister de mange seere, som tilfældigt kommer ind på stationens programmer på tv. På tv *zapper* folk rundt mellem kanalerne, hvilket genererer en del ekstra seere til tv-stationernes programmer,

som ellers aldrig ville være stødt på dem. På nettet er mediebrugen mere målrettet og chancen for, at folk her tilfældigt støder på programmerne, er mindre – her skal seerne mere aktivt opsøge dem, og tv-stationerne er i højere grad en *dråbe i havet* af et uendeligt antal mulige programmer, man kan vælge imellem.

Flere radiostationer nævner også, at radioens mest populære programmer, som f.eks. quiz- og bingo-programmer, er baseret på en kommunikationsform, som simpelthen ikke kan lade sig gøre på Internettet. Her er nemlig tale om programmer, der kræver en øjeblikkelig modtagelse og evt. interaktion med lytterne, hvor det signal, der udsendes, skal kunne modtages øjeblikkeligt og samtidigt for samtlige lyttere, for at konceptet giver mening. Det nytter f.eks. ikke noget, at lytterne modtager bingotallene på forskellige tidspunkter, når det gælder om at have en plade fuld først. Denne form for kommunikation er ikke mulig med onlinedistributionen, påpeger stationerne, for modtagelsen af lydsignalet vil altid være en lille smule forsinket over nettet – en tidsforsinkelse som endda varierer afhængigt af, hvilken teknik/internetudbyder den enkelte lytter har. Onlinedistributionen betyder altså, ifølge disse radiostationer, at de bliver nødt til at droppe nogle af radioens vigtigste og mest populære programkoncepter.

En enkelt radiostation fremhæver også, at den teknologiske udvikling endnu ikke er nået dertil, hvor onlinedistribution kan overtage FM-signalet. Et af de mest populære apparater at høre radio på, nemlig bilradioen, er ikke fuldt udviklet til at kunne modtage netradio i Danmark – kun enkelte af de allernyeste bilmodeller har Internet-bilradio. Og desuden ville det også kræve en væsentlig forbedring og udvidelse af teleselskabernes sendenet, hvis de danske radiostationer i fremtiden skulle sende udelukkende via nettet, mener de.

En radiostation og to tv-stationer nævner også tiden og arbejdsbyrden som en ulempe ved onlinedistribution. Det kan være besværligt og tidskrævende at forberede programmerne, så de kan distribueres online, især hvis man bliver nødt til at klippe musikken ud af programmerne for at kunne bringe dem online uden en kæmpe ekstraudgift til musikken i de tilfælde, hvor man både distribuerer på FM/tv og på nettet.

En radiostation nævner også ulempen, at man ved onlinedistribution ikke på samme måde er herre over teknikken, f.eks. i forbindelse med nedbrud. Hvor de i dag kan reparere på deres master og antenner, er det en anden sag at få fikset problemet, hvis Internettet bryder ned.

En tv-station nævner desuden, at distribution på nettet stadigvæk er meget bøvlet, fordi der ikke i samme omfang som på tv findes fælles tekniske standarder for, hvordan programmerne udsendes. Ofte er der stadig meget besvær med at få de forskellige apparater til at arbejde sammen – den teknologiske udvikling er stadig ikke nået langt nok på dette område.

To tv-stationer nævner også konsekvenserne for tv-mediet som en ulempe, såfremt lokalstationerne i fremtiden udelukkende skulle distribuere online. Det

ville begrænse den almindelige borgers muligheder for at komme til orde og blive inddraget i tv-mediet, og der ville ikke længere være samme mangfoldighed i tv-fladen, fordi lokalstationernes tv-indhold ville mangle.

Om programmernes egnethed til online mediebrug

Enkelte programtyper – som f.eks. aktualitets-, reportage- og portrætprogrammer af kortere varighed – anses af flere radiostationer som værende fint egnede til at blive hørt online som tidsforskudte on demand-programmer. Men generelt mener radiostationerne, at størstedelen af deres programmer - og især musik- og spil/quiz-programmerne - klart egner sig bedst til flow-radioens lytteform, hvor man går til og fra, og hvor modtagelsestidspunkt er samtidig med udsendelsestidspunktet.

Det samme gælder for tv-stationernes vurdering af programmernes egnethed til at blive set online. Her skelnes oftest ift. programmernes varighed, hvor de korte anses som egnede til online-sening, imens størstedelen er af en længere varighed og derfor egner sig bedst til tv. Desuden skelnes der af flere stationer ift. aktualitet, hvor de mere *tidløse* programmer (omhandlende emner, der ikke specifikt er relevante i kraft af deres aktualitet) menes at kunne få et længere liv på nettet.

En enkelt radiostation mener ikke, deres typiske indhold egner sig til at blive opsøgt på nettet, fordi det som oftest er målrettet et bestemt lokalområdes beboere, hvorimod det indhold, der lægges ud på nettet, skal have relevans for en større gruppe af mennesker, for at blive udbredt dér.

Og en tv-station mener, at det udelukkende er seernes tekniske udstyr, der bestemmer, om programmerne egner sig til at blive set online, fordi det afhænger af, hvilken opløsning de har på deres respektive apparater, og hvor god internetforbindelsen er.

Enkelte radio- og tv-stationer skelner dog ikke rigtigt på dette område, da de ikke kan se den store forskel.

Om kompetencer og udgifter til onlinedistribution

Stationerne mener alle, at de på nuværende tidspunkt har de kompetencer, der skal til for at drive deres nuværende online-aktiviteter. De fleste stationer har fået oprettet hjemmesiderne og distributionsplatformene gratis, idet de har haft frivillige, it-kyndige medarbejdere, der kunne stå for udviklingen og oprettelsen. Driften af online-aktiviteterne bliver af få stationer omtalt som en anelse tidskrævende, mens flere stationer oplever, at de efter oprettelsen/etableringen nærmest *kører af sig selv*. Driften er selvfølgelig også forbundet med visse meromkostninger, skønt disse i de fleste tilfælde opfattes som ganske begrænsede. Som regel drejer det sig om årlige udgifter til webhotel, domæne mm. samt prisen for at drive eventuelt live netradio/web-tv, hvilket flere stationer har købt sig til enten som en integreret del af hjemmeside-løsningen, eller som et modul ved siden af denne.

Men stationernes nuværende online-løsninger er vel at mærke også baseret på, hvad der med stationernes aktuelle it-kompetencer og økonomi kan lade sig gøre. Én radiostation fortæller, at de har afholdt sig fra at forsøge sig med podcast-programmer, som de ellers kunne se nogle gode muligheder ved – simpelthen fordi de mangler it-kyndige blandt stationens medarbejdere til at kunne realisere et sådant projekt. To stationer anser det desuden som en meget sårbar situation, at de som station er afhængige af de frivillige folks arbejdskraft på it-området: Det er svært at finde frivillige folk til disse opgaver, og hvis de nuværende it-kyndige medarbejdere en dag skulle forsvinde, så ville de have svært ved at forsætte deres online-aktiviteter, fordi de ikke havde økonomien til at købe sig til den nødvendige tekniske viden og support.

En enkelt radiostation udtrykker behov for vejledning og information om de juridiske og tekniske omstændigheder i forhold til det at distribuere online, hvilket indtil videre er det, der har holdt dem tilbage fra at forsøge sig med at gøre programmerne tilgængelige på nettet.

Radiostationernes skøn for, hvilke omkostninger der er forbundet med etablering og drift af internetradio og -tv er meget forskellige – de afhænger af, hvilke funktioner, man har brug for, og hvilke aftaler man kan lave. De fleste skøn er dog vurderet som forholdsvis lave, idet stationerne tager udgangspunkt i deres egen situation, hvor de har fået oprettet det meste gratis, ved hjælp af frivillige. Det der koster noget, er således driften, hvor der er udgifter til internetforbindelse, netradio/web-tv-streaming, domæne mm. Flere stationer fremhæver udgifterne til Koda og Gramex som én af de største udgifter og som det, der kunne afholde stationen fra at distribuere online, såfremt man ikke kunne lave en overkommelig aftale om priserne hertil.

En enkelt radiostation fremhæver også, at det formentlig ville blive dyrere for stationen, hvis de skulle skifte fra æterbåren til online-distribution, da programmerne i så fald skulle laves om, så de egnede sig til at blive lyttet til på nettet.

Nødvendige forudsætninger ved en skift til onlinedistribution

Samtlige stationer foretrækker at blive på FM/tv og sende online som supplement hertil – og en del af dem (især radiostationerne) mener ligefrem, de grundet den reducerede lytterskare ville være nødsaget til at lukke, hvis de blev fjernet fra FM-båndet.

Såfremt det skulle blive besluttet, at lokalstationerne i fremtiden udelukkende skulle sende online, har stationerne forskellige bud på, hvilke forudsætninger der i så fald er nødvendige, for at det ville kunne lade sig gøre for dem.

Flere stationer understreger, at den nuværende støtte til produktion - og evt. også til distribution - nødvendigvis må bibeholdes. To stationer mener, at flytningen til online-distribution ville kræve, at man lavede nogle nye og meget

klare kriterier for, hvad en *online* lokalstation er og skal være, og hvilket indhold de skal producere, for at være berettiget til støtte.

Andre stationer mener, at de ville have brug for supplerende (penge til) viden og teknisk support, så de forsat kunne udføre deres aktiviteter på en tilfredsstillende måde – eller i det mindste en sikring af, at de nuværende tekniske kompetencer bibeholdes på stationerne fremover. Tre stationer efterlyser i den forbindelse en form for *mediestrategisk* viden omkring, hvordan man som lokalstation sikrer *synligheden* fremover. Fordi man på nettet skal konkurrere mod tusindvis af andre indholdsproducenter – og et uendeligt antal af alternative online-aktiviteter – ville stationerne få brug for mere viden omkring, hvordan man som lokalstation navigerer og begår sig på nettet, således at man stadigvæk kan fastholde lyttere/seere og få nye ledt ind på stationens programmer.

En tv-station mener, at der i tilfælde af flytning til onlinedistribution ville være brug for en eller anden alternativ platform (der kan erstatte tv'et), hvor stationen i stedet kan gøre sig synlig for sit publikum – evt. skulle man indgå i en form for partnerskab med andre organisationer eller fora, der har kontakt til et bredere publikum, hvor stationen så i stedet kunne komme ud.

En radiostation mener, at det ville kræve en overgangsperiode (af uvis varighed, men i hvert fald minimum et år), hvor stationen fik tid til at sørge for, at de nuværende FM-lyttere fulgte med over på nettet. Dvs. en overgangsperiode, hvor lytterne når at forberede sig, både mentalt og teknisk, på, at radiostationen flytter distributionsplatform.

Forsøgsordning

Størstedelen af radiostationerne er positivt indstillede overfor muligheden for at deltage i en eventuelt forsøgsordning, hvor de med økonomisk støtte fra Kulturstyrelsen etablerer en hjemmeside med streaming- og on demand-funktioner, og hvor der i en længere periode både registreres trafik/downloads på hjemmesiden og samtidig foretages lytter/seer-undersøgelser af stationens ætersendte programmer.

Flere ser spændende muligheder i en sådan ordning, hvor de også ville kunne lære noget og få nogle givtige indsigter i, hvordan deres lyttere rent faktisk bruger de forskellige distributions-platformer.

To stationer understreger, at deres deltagelse i en sådan undersøgelse ville kræve, at alle ekstra omkostninger i forbindelse med ekstra arbejdsressourcer og teknik i så fald blev dækket fuldt ud. To stationer er åbne overfor ideen men har svært ved at se, hvilke nye indsigter der ville kunne komme ud af et sådant forsøg. Og en enkelt radiostation har ikke umiddelbart interesse i at deltage, da de vurderer, at de ikke kan finde tiden til det.

3. Spørgeskemaundersøgelsen

3.1. Metode

Spørgeskemaundersøgelsen blev tilrettelagt med afsæt i de forudgående kvalitative interviews af repræsentanter for de ti udvalgte lokale radio og tv-stationer. De hovedspørgsmål, som indgik i interviewene, dannede samtidig baggrund for udformningen af de spørgsmål, som blev stillet i spørgeskemaundersøgelsen. Hvor vi i de kvalitative interview sigtede mod at gå i dybden ved at spørge til viden, erfaringer og synspunkter vedr. den enkelte station, sigtede vi med den kvantitative spørgeskemaundersøgelse mere bredt, både ved at inddrage samtlige sendetilladelseshavere i undersøgelsen og ved at orientere mod både faktaprægede oplysninger og holdninger – bla. gennem muligheden for at svare med egne formuleringer på de åbne spørgsmål i spørgeskemaet.

Gennem kombinationen af kvalitative interview blandt udvalgte stationer og en spørgeskemaundersøgelse distribueret til den samlede population af sendetilladelseshavere har vi tilstræbt at opnå en nuanceret og dækkende beskrivelse af den nuværende praksis på stationerne, hvad angår organisation, økonomi, programdistribution, viden om og relationer til lyttere og seere, samt holdninger til og synspunkter om en fremtidig overgang til internetdistribution. Sidstnævnte eksempelvis i form af en nedlukning af FM-sendenettet for lokalradio, af MUX 1 for lokal-tv – eller i form af en paralleldistribution på FM/Mux 1 og på Internettet.

3.2. Spørgeskemaundersøgelsens afvikling

Spørgeskemaet blev distribueret til samtlige indehavere af sendetilladelse i 2013 til ikke-kommerciel radio (i alt 179 stk.) og tv (i alt 214 stk.). Distributionen skete digitalt til den mail-adresse, sendetilladelsen er registreret med hos Kulturstyrelsen. Af disse gennemførte hhv. 108 stk. svarende til 60,3% af radiotilladelserne og 68 stk. svarende til 31,8% af tv-tilladelserne. Yderligere 6 radiotilladelser (3,4%) og 5 tv-tilladelser (2,3%) gennemførte spørgeskemaet delvist.

Ved distributionen kunne knap 8% af sendetilladelserne ikke modtage spørgeskemaet som følge af "døde" mail-adresser eller overfyldte postkasser (radio 13 stk. og tv 17 stk.).

Samtidig var der, særligt for tv-tilladelsernes vedkommende, i en del tilfælde overlap, således at samme organisation havde op til 8 sendetilladelser. I en række tilfælde har dette haft den konsekvens, at den enkelte organisation kun har besvaret spørgeskemaet på vegne af en enkelt/nogle få af stationens tilladelser. Der er således 1 radiotilladelse og 33 tv-tilladelser, der ikke har besvaret spørgeskemaet, men hvor organisationen bag har besvaret på vegne af en eller flere "søster-tilladelser".

Hvis vi ser bort fra de tilladelser, der ikke har besvaret som følge af problemer med deres mail-adresse eller fordi stationen kun har besvaret for nogle af dens tilladelser, har undersøgelsen opnået en rensset svarprocent, hvor 65,5% af radio-tilladelserne og 41,5% af tv-tilladelserne afgav fuld besvarelse spørgeskemaet, mens yderligere 3,6% hhv. 3,0% afgav delvis besvarelse.

Det fremgår således, at undersøgelsen har en højere svarprocent blandt radiotilladelserne end blandt tv-tilladelserne. En kvalitativ gennemgang af, hvilke stationer blandt hhv. radio- og tv-tilladelserne, der har besvaret/ikke besvaret, har ikke givet anledning til at antage, at der herudover er væsentlige, systematiske skævheder i, hvilke tilladelser der har valgt at deltage.

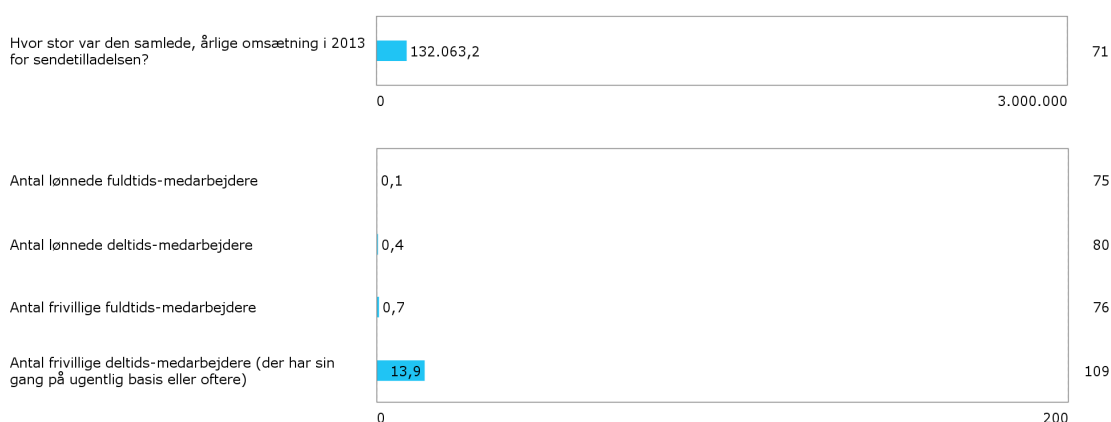
Som udgangspunkt vil undersøgelsens resultater blive afrapporteret særskilt for hhv. radio og tv.

Når der i denne rapport beskrives, at eksempelvis "17% af tilladelserne angiver at...", tager procentangivelsen udgangspunkt i de indkomne besvarelser. Men da der er tale om en populationsundersøgelse distribueret til samtlige tilladelseshavere, og da der som nævnt ikke kan spores nogen væsentlige, systematiske skævheder i deltagelsen, tillader vi os at ekstrapolere resultaterne som gældende for alle radio- og/eller tv-tilladelser.

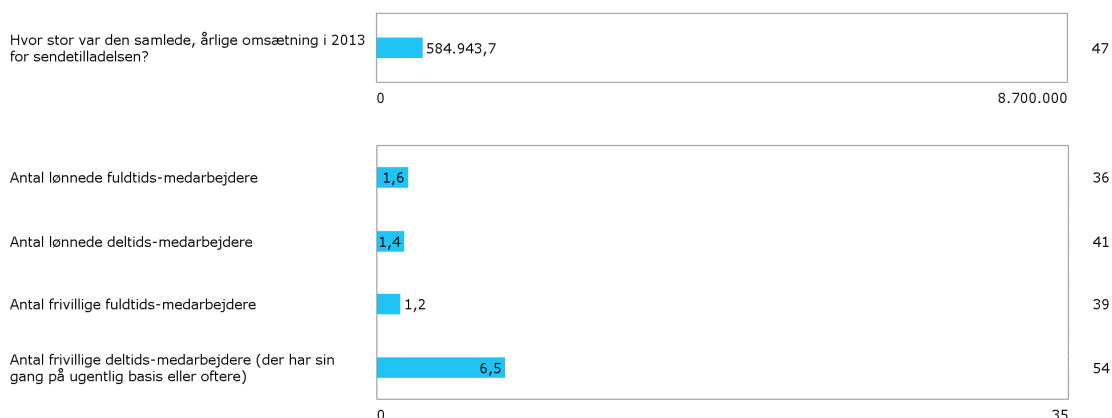
Der skal dog tages det generelle forbehold, at selvom det både ved selve distributionen og løbende undervejs i spørgeskemaet er blevet fremhævet tydeligt, at besvarelsen skulle angå den enkelte, konkrete sendetilladelse, så kan det ikke afvises, at nogle besvarelser alligevel har taget afsæt i stationens samlede forhold og ikke den enkelte tilladelse. Dette vil især være et forbehold, der relaterer sig til resultaterne for tv, da det som nævnt primært er her, nogle stationer har flere tilladelser.

3.3. Sendetilladelserne – omsætning og medarbejdere

Radio – i gennemsnit



TV – i gennemsnit



Figurerne ovenfor illustrerer det velkendte faktum, at lokal-tv kræver flere ressourcer end lokalradio, både økonomisk og med hensyn til medarbejdere. Radioerne har i gennemsnit en halvtidsbeskæftiget lønnet medarbejder, mens det for tv er halvanden. Til gengæld har den gennemsnitlige lokalradio dobbelt så mange frivillige deltidsmedarbejdere.

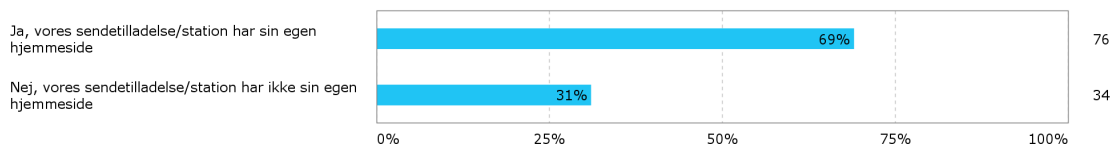
Som nævnt kan det, især for tv, spille ind, at nogle har besvaret spørgeskemaet med afsæt i hele stationens økonomi/medarbejderstab og ikke blot den enkelte sendetilladelse. Ikke desto mindre tegner der sig dog stadig et tydeligt billede af, at tv kræver/har en større omsætning og flere faste medarbejdere end radio.

3.4. Har stationen sin egen hjemmeside?

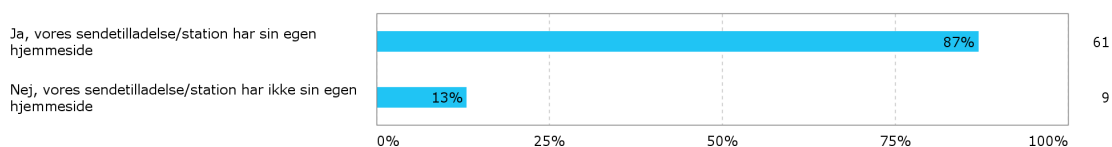
“Har jeres sendetilladelse/station sin egen hjemmeside?

(Her menes ikke en side på f.eks. Facebook, men stationens egen hjemmeside, som I selv står bag.)”

Radio



TV



Svarene viser, at begge lokalmedier i langt overvejende grad betragter det som væsentligt at være til stede på Internettet. Dog er det bemærkelsesværdigt, at lokal-tv prioriterer det at have egen hjemmeside noget højere, end det er tilfældet for lokalradio. En tendens som viser sig at være gennemgående for andre typer af engagement på Internettet.

Til gengæld gælder det for både radio og tv, at blandt de, der faktisk har egen hjemmeside, har ca. en fjerdedel haft det de sidste 10 år, siden 2004, og ca. 60% har haft det de sidste 5 år, siden 2009.

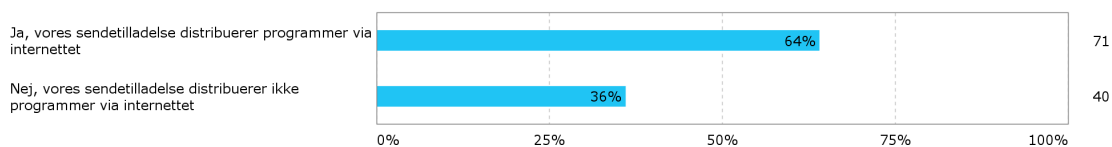
3.5. Programdistribution på Internettet

"Distribuerer jeres sendetilladelse (nogle af) sine programmer via Internettet?"

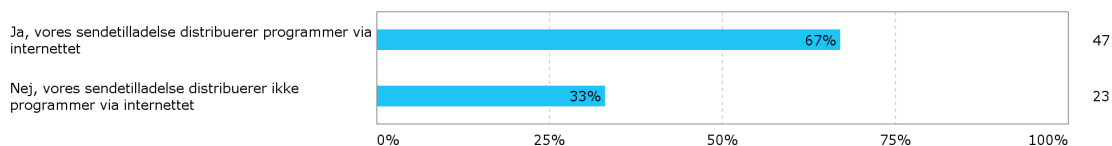
(Det kan f.eks. være på jeres stations egen hjemmeside, YouTube.com, Vimeo.com, Webstream.dk eller andre steder.)

(Distributionen kan både være live streaming, mulighed for on demand streaming eller mulighed for download/podcast.)"

Radio

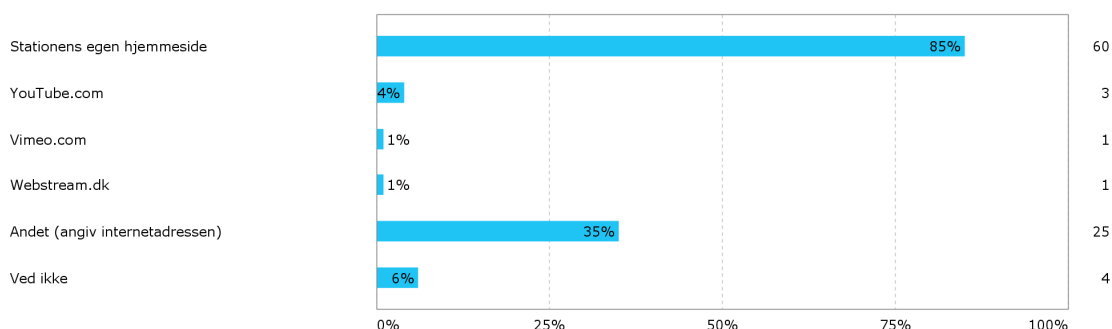


TV

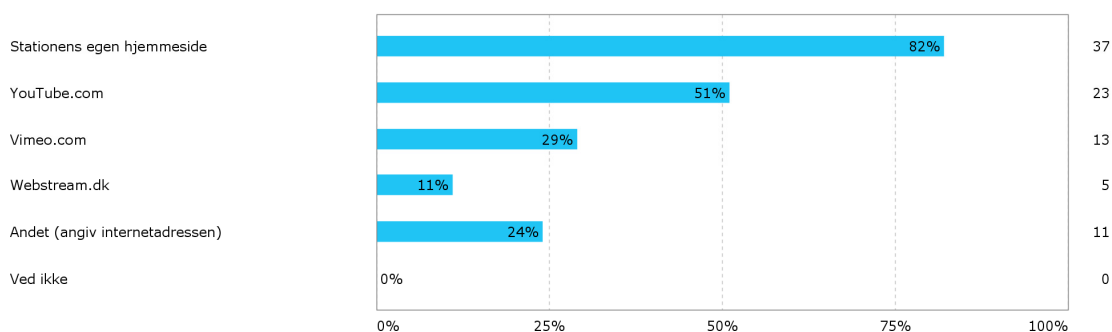


"Hvilke steder på internettet kan man se/lytte til eller downloade programmer fra stationen (sendetilladelsen)?"

Radio



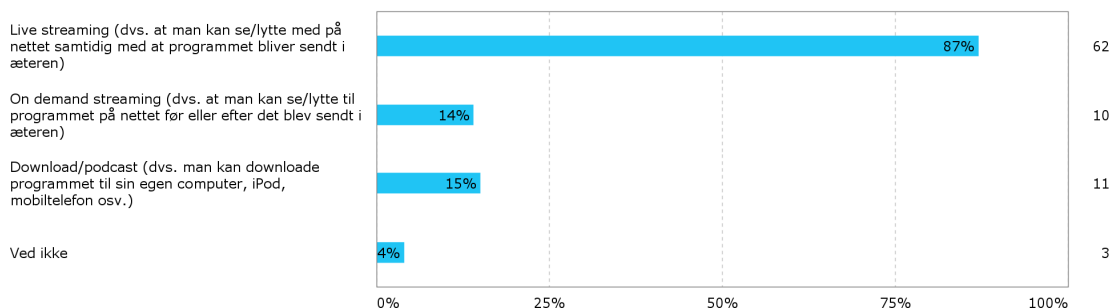
TV



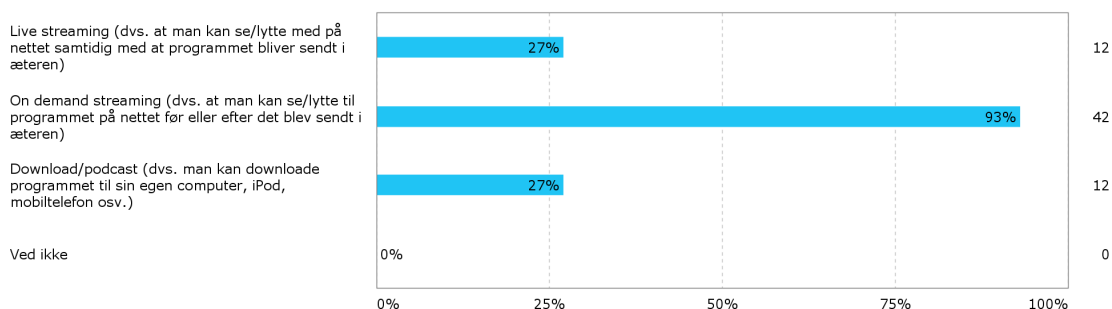
To tredjedele af samtlige stationer distribuerer programmer på Internettet, enten på egen hjemmeside eller på de større streaming-portaler. Der nævnes i alt et halvt hundrede forskellige internetbårne portaler, men nogle ganske få dominerer: TuneIn, YouTube og Vimeo.

"Hvilke formater distribuerer jeres sendetilladelse på internettet?"

Radio



TV



For radioernes vedkommende er live streaming dominerende, dvs. samtidig parallelsending (simulcasting) med FM-sendingen, mens on demand streaming og podcasting kun finder sted i meget begrænset omfang. Her spiller musikafgifterne sandsynligvis en afgørende rolle for den forholdsvis beskedne repræsentation af on demand tjenesterne.

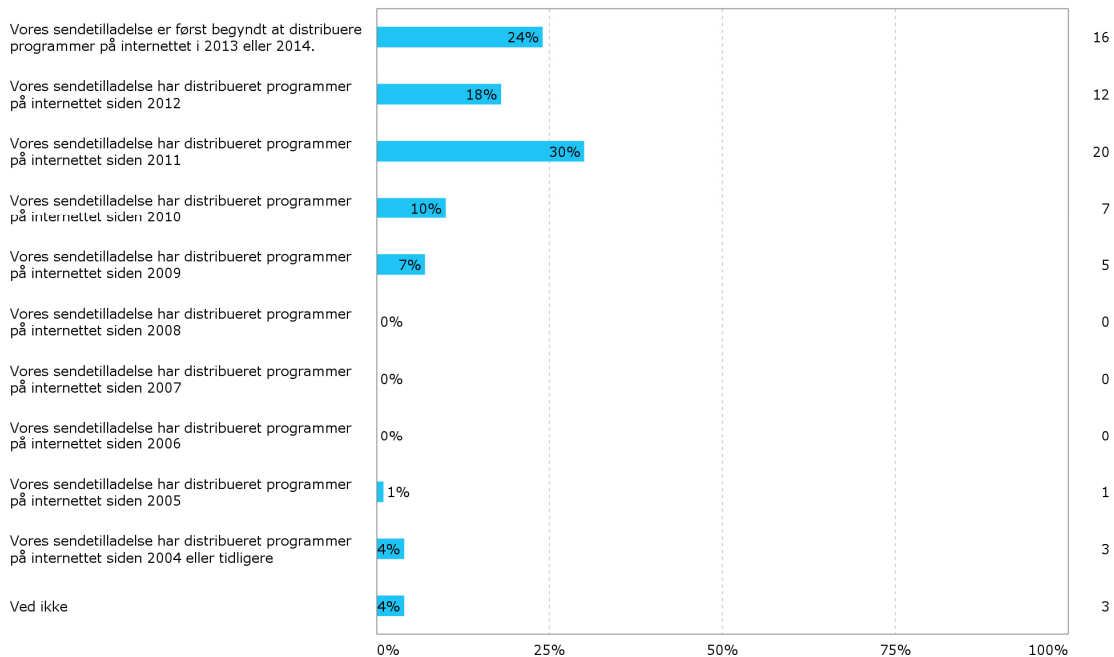
Anderledes ser det ud for lokal-tv, hvor on demand streamingen er den dominerende distributionsform på nettet, muligvis i kraft af stationernes

distribution på YouTube og Vimeo. Godt en fjerdedel af lokal-tv sendetilladelserne tilbyder downloads/podcasting.

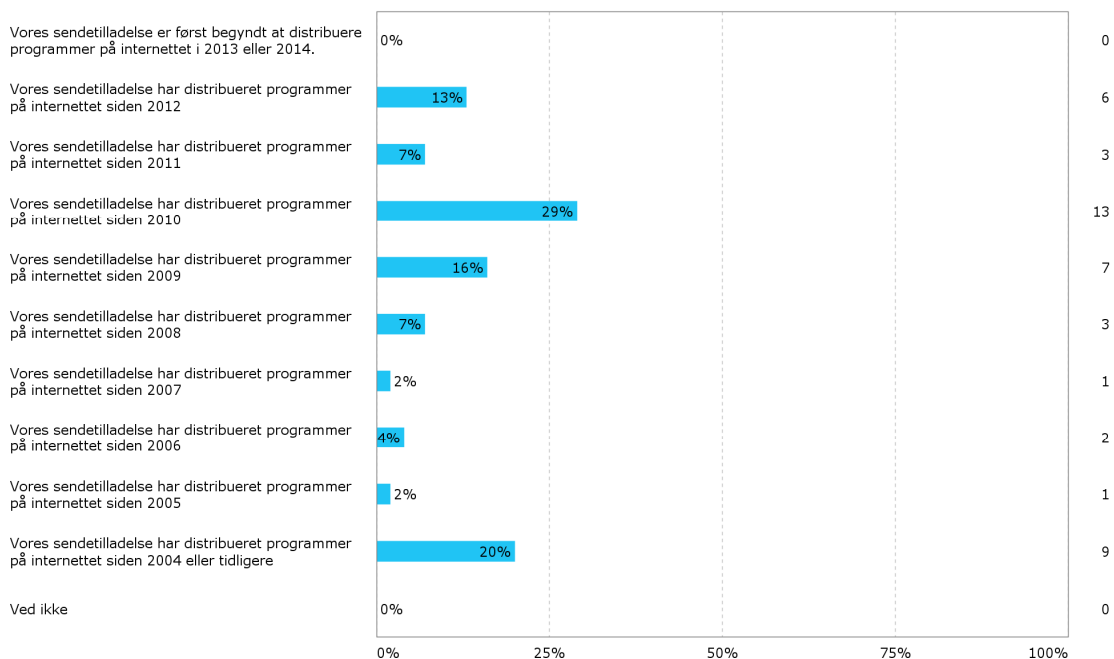
Samlet set står lokal-tv stærkest repræsenteret på Internettet.

"Hvor længe har jeres sendetilladelse distribueret sine programmer på Internettet?"

Radio



TV

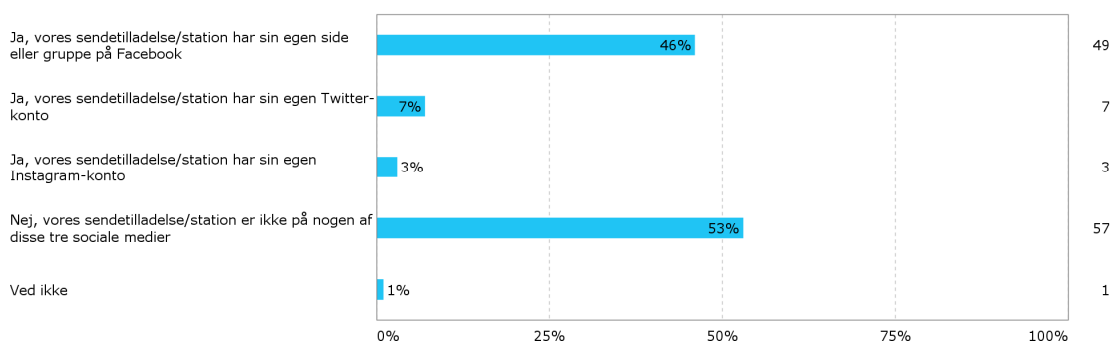


Når de sendetilladelser, der distribuerer via Internettet, bliver spurgt hvor længe de har gjort dette, viser det sig tilsvarende, at lokal-tv har været tidligere i gang med at sende via Internettet med den største tilvækst året efter at alt æterbåret tv i Danmark blev sendt digitalt. For lokalradio er langt de fleste først begyndt at distribuere via Internettet i løbet af perioden 2011-2014.

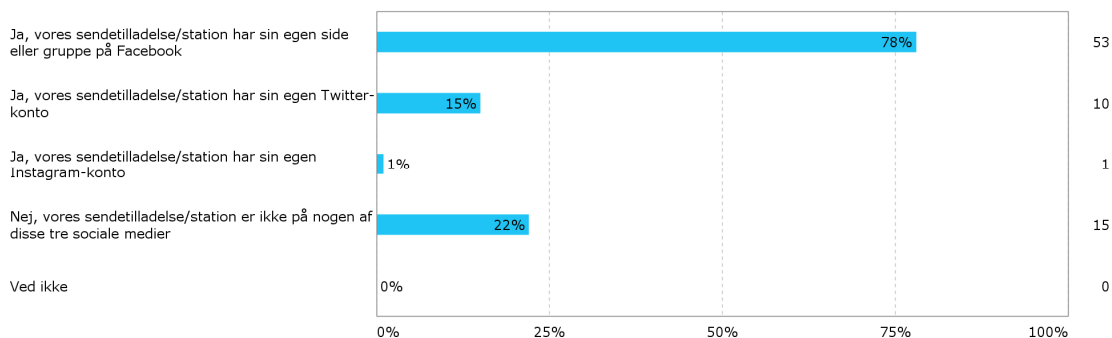
"Er jeres sendetilladelse/station repræsenteret på nogle af de store, sociale medier?"

(Der kan sættes flere kryds.)"

Radio



TV

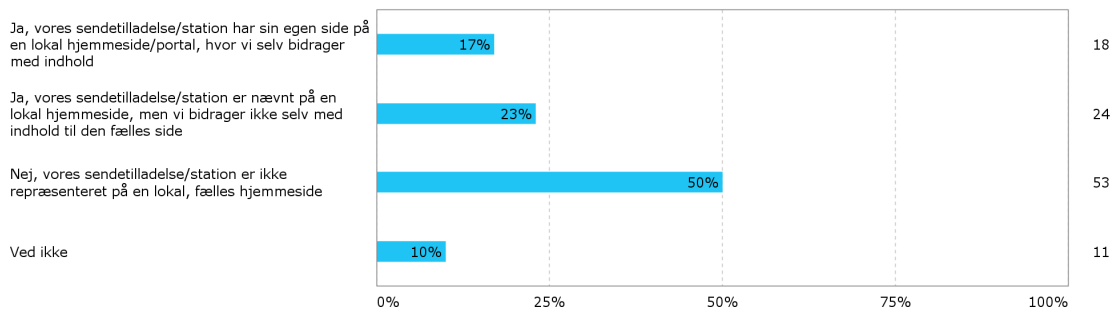


Mens tre fjerdedele af alle sendetilladelser for lokal-tv er til stede på Facebook er det kun knap halvdelen for radioernes vedkommende. Twitter, som endnu ikke er slået stærkt igennem i Danmark, benyttes af 15% af tv-sendetilladelserne og 7% af radiotilladelserne. Instagram ligger helt i bund på begge lokalmedier og benyttes stort set ikke. Samlet er det mere end halvdelen af sendetilladelserne til lokalradio, der ikke er på nogen af disse sociale medier, mens det tilsvarende gælder godt en femtedel af tv-tilladelserne.

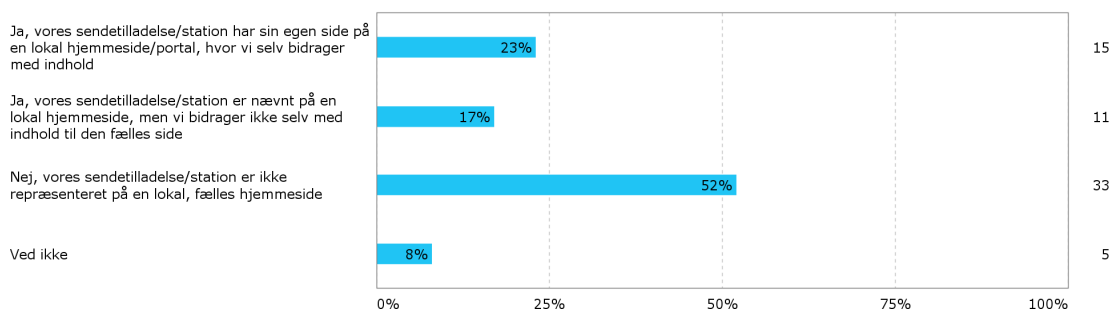
Umiddelbart kan der ikke i materialet fra spørgeskemaundersøgelsen findes forklaringer på denne forskel, bortset fra den allerede nævnte; at tv-stationerne generelt orienterer sig mere mod Internettet end radiostationerne. Men en sandsynlig forklaring, som kan spores i de kvalitative interviews, er, at lokalradioerne ressourcemæssigt (mht. økonomi og lønnede medarbejdere) er mere trængte, end det er tilfældet for tv-sendetilladelserne. Radioerne koncentrerer sig om det, som opfattes som kerneydelsen, nemlig at udfylde sendefloden på FM med så gode programmer som muligt.

***”Er jeres sendetilladelse/station repræsenteret på en lokal internetportal?
(Det kan være en lokal hjemmeside som f.eks. kommunen, borgerforeningen eller andre står bag.)”***

Radio



TV



For begge typer lokalmedier gælder, at ca. 40% ud over en evt. egen hjemmeside gør sig synlige i lokalområdet på lokale hjemmesider/portaler (fx en forenings-baseret by- eller landsbyportal eller en kommunal portal). Det sker enten i form af en side om stationen på lokal-portalen, hvor stationen selv står for indholdet, eller ved at der linkes til stationens egen hjemmeside.

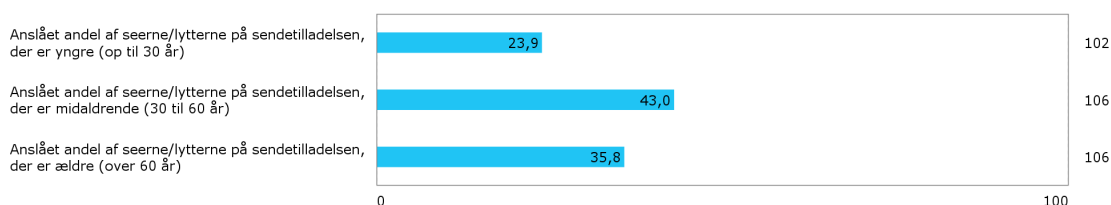
Men godt havdelen af sendetilladelserne udnytter ikke denne mulighed. Ganske få lokalradioer nævner dog den hjemmeside, som organisationen SAML er ved at etablere for samtlige tilknyttede lokalradiostationer, og som indtil videre kun linker til stationernes egne hjemmesider.

3.6. Viden om lyttere og seere

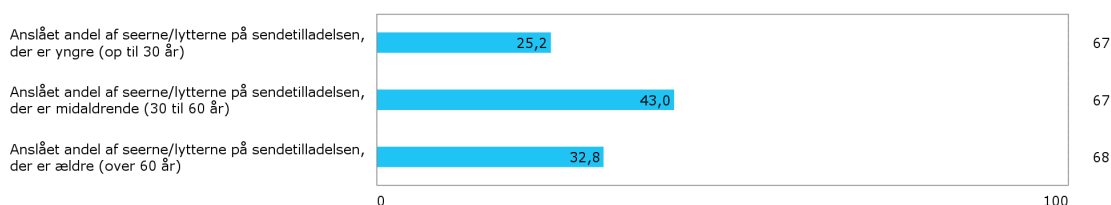
Bortset fra seermålinger, foretaget af TNS Gallup i det storkøbenhavnske område (Kanal København og Kanal Hovedstaden) findes der endnu ikke systematisk indsamlede og statistisk pålidelige lytter- og seermålinger for lokalradio og -tv. Derfor har vi fundet det relevant for denne undersøgelse at få uddybet, hvordan sendetilladelserne holder sig i kontakt med deres publikum, og hvilken viden de måtte have om omfanget af lytning og sening – og om alderssammensætningen – og hvorpå de bygger disse antagelser. Det viste sig gennem de afholdte brugermøder og i de kvalitative interviews, at det er en udbredt opfattelse, at kernepublikummet

fortrinsvis består af ældre mennesker uden den store erfaring med Internet, og hvis lytning og sening finder sted på den almindelige FM-radio og stuefjernsynet.

Radio – gennemsnitstal for anslået lytterprofil (alder)



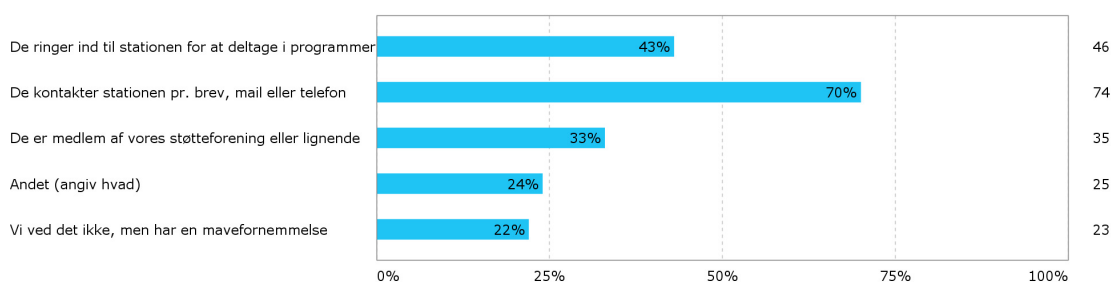
TV – gennemsnitstal for anslået seerprofil (alder)



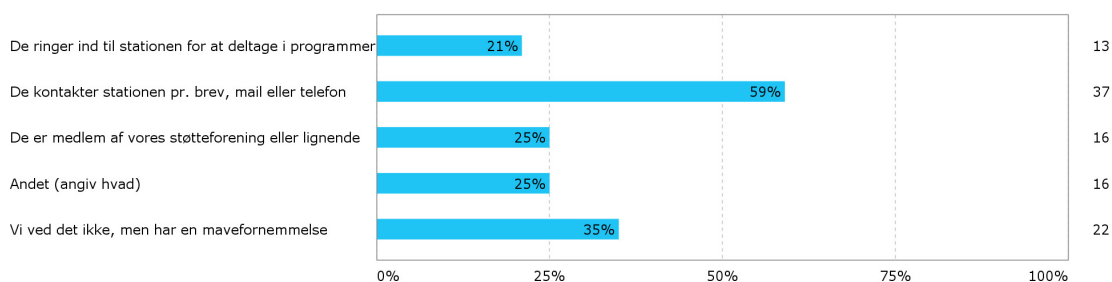
Det er i sig selv slående, at tallene for radio er næsten identiske med tv. Samtidig er det, på baggrund af de ovennævnte tilbagemeldinger fra brugermøder og kvalitative interviews, bemærkelsesværdigt, at både radio- og tv-sendetilladelserne i spørgeskemaundersøgelsen samstemmende anslår, at ca. en fjerdedel af deres lyttere/seere er under 30 år, og at 43% er mellem 30 og 60 år, mens ca. en tredjedel hører til gruppen 60+. Disse vurderinger, der baserer sig på et gennemsnit af tilbagemeldingerne fra den samlede skare af sendetilladelse, står således i kontrast til det, man i anden sammenhæng som regel hører, nemlig at den *overvejende del* af lytterne og seerne til de lokale medier er 'ældre' – og derfor heller ikke storforbrugere af Internettet. Diskrepansen er slående, men vi er ikke i stand til på det foreliggende grundlag at konkludere, hvor 'sandheden om lytterne/seerne' præcist ligger. Snarere understreger resultaterne blot behovet for de lytter-/seertal for lokale medier, der i kraft af det seneste medieforlig er på vej til at blive gennemført.

"Hvorfra stammer jeres viden om jeres lyttere/seere?" (Sæt evt. flere kryds)"

Radio



TV



For begge mediers vedkommende spiller mavefølelsen en væsentlig rolle, når de vurderer sammensætningen af deres publikum. Men derudover kan man af besvarelsene for lokalradio udlede, at lytterkontakt gennem telefonen spiller en vigtig rolle, mens det ikke gælder i samme omfang for lokal-tv. Radioen er for mange et medie, som ledsager lytteren gennem hverdagens gøremål – og når udsendelserne er direkte er det kendetegnende for lokalradioernes programformater, at den daglige hverdags samtale mellem studieværter og lyttere spiller en vigtig rolle, jfr. Jauert og Prehns rapport: *Mangfoldighed og kvalitet*. Kulturministeriet 2002. Tilgængelig på Kulturstyrelsens hjemmeside:

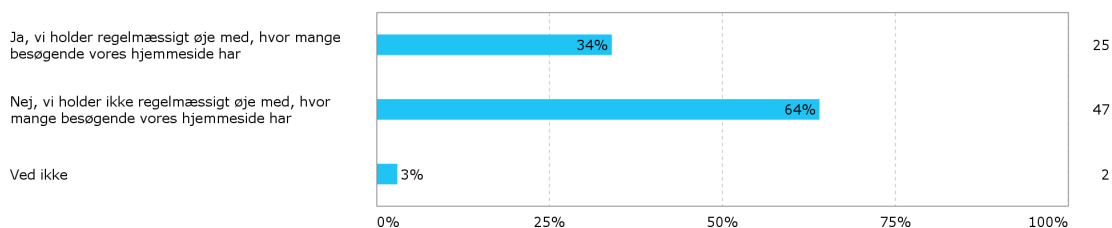
http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/medier/radio/Tilskud/Mangfoldighed.pdf

Men de dominerende kontaktformer er henvendelser pr brev, e-mail og telefon. Medlemskredsen i støtteforeningen er også en væsentlig indikator for forankringen i lokalsamfundet.

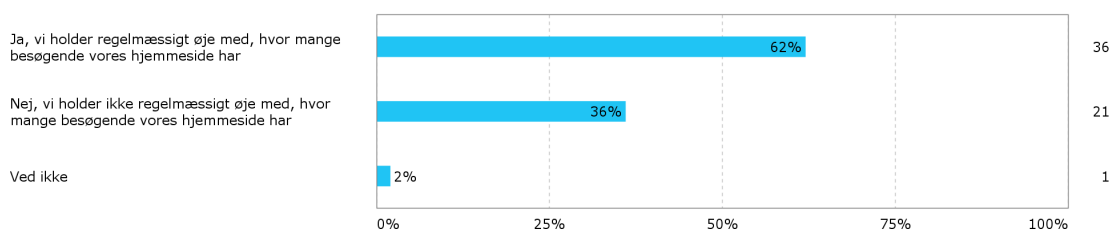
Under kategorien "Andet" finder man svar som: "når vi er ude og lave reportager i nærområdet"; "møder lyttere på gaden"; "Kontakt gennem Facebook siger rigtig meget om vores lytters alder og sociale status".

"Holder I regelmæssigt øje med, hvilket antal besøgende jeres hjemmeside har?"

Radio

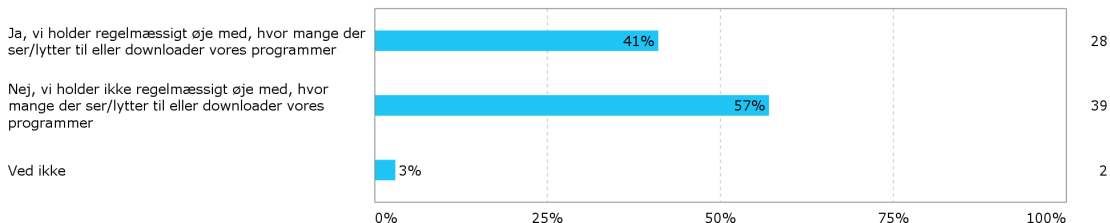


TV

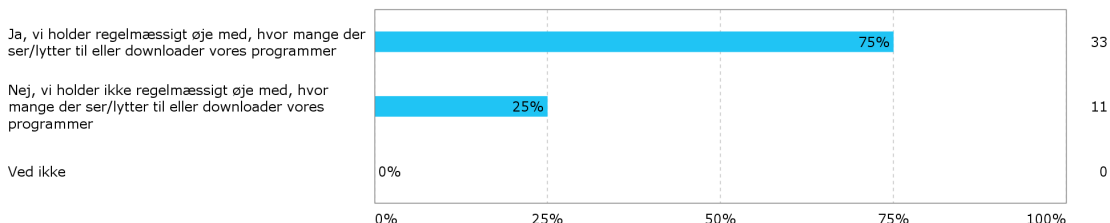


"Holder I løbende øje med, hvor mange der ser/lytter til eller downloader jeres programmer fra internettet?"

Radio



TV



Lokal-tv-stationerne er markant mere interesseret i at følge seernes konsultation af hjemmesider og antal downloads af programmer end lokalradioerne er. Om dette skyldes radioernes fokusering på kerneydelsen (programleverancer på FM) og dermed mindre engagement ift. Internettet, manglende økonomiske ressourcer eller medarbejdere, eller blot et generelt lavere ambitionsniveau mht. tilstedeværelse på nettet kan ikke afgøres ud spørgeskemaundersøgelsen. Men sammenlignet med de øvrige spørgsmål, som knytter sig til viden om publikums anvendelse af stationernes udsendelser, viser der sig en klar tendens til, at aktivitet og tilstedeværelse på Internettet vægtes i højere grad af lokal-tv end af lokalradio.

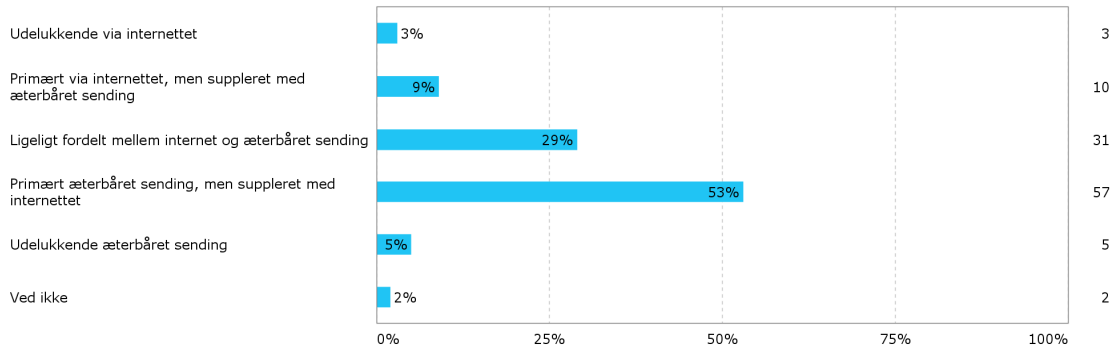
3.7. Holdninger til fremtidens lokalradio og -tv.

Fremtidsperspektivet for undersøgelsen er de kommende fem år. Et af Mediaaftalens centrale emner er den mulige overgang i 2019 fra analog (FM) til digital distribution (DAB; DAB+) af radio, såfremt det i 2018 konstateres, at 50% af lytningen foregår digitalt, dvs. enten via DAB eller Internettet. Vi stillede derfor i undersøgelsen en række spørgsmål om holdningerne til forskellige distributionsmuligheder:

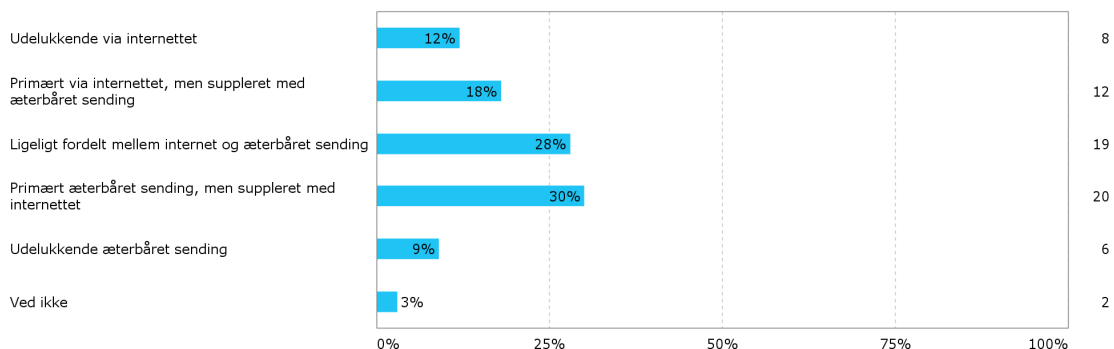
- udelukkende via Internettet
- primært via Internettet, men suppleret med æterbåret sending
- primært æterbåret sending, men suppleret med Internettet
- udelukkende æterbåret sending

"Hvordan bør distributionen af lokalradio/-tv foregå om fem år?"

Radio



TV



Som det fremgår af svarene, er der størst tilslutning til kombinationsløsningen: "primært æterbåret sending, men suppleret med Internettet" blandt lokalradioerne. Hos lokal-tv stationerne er der en ligelig fordeling mellem primært æterbåret og primært internetdistribution, men kun meget få ønsker at fastholde en situation med udelukkende FM distribution af lokalradio og MUX 1 distribution af lokal-tv i 2019.

Vi bad deltagerne at uddybe besvarelsen i et åbent kommentarfelt. En del peger på mediespecifikke forhold ved radioen, som gør, at den bedste egner sig til æterbåret distribution:

"Mange lytter til radio, når de kører i bil – og lytter til radio når de vasker op, stryger eller laver andet stille husligt eller kontorarbejde. I hvert fald til opvask ønsker jeg ikke PC".

"Man kan ikke spille live bingo via Internettet pga. forskellig forsinkelse hos hver enkelt modtager af signalet".

"Jeg lytter selv mest til radio, når jeg kører bil. Radio er endnu ikke gearet til at gå fuldstændig online. Da det er en lokal radio, skal den være nem at få fat i for alle og ikke drukne i en million forskellige online radioer."

Mange fremhæver den mangelfulde mobil- og internetdækning, specielt i landområder:

"Vi leverer radio i et udkantsområde, hvor internet er ustabil i landdistrikterne."

"Vi har et forfærdeligt mobilnetværk og nogle mindst ligeså forfærdelige priser på mobilinternet. En stor del af radiolytningen finder sted under transport – og med mindre der sker noget revolutionerende, er det den visse død at droppe æter-lokalradioer."

Den formodede aldersprofil blandt publikum fremhæves ofte.

"Vi har en del ældre lyttere, som ikke bruger Internet".

"For hovedparten af de lyttere vi har, vil en computer eller tablet være ren russisk. Ældre mennesker i Vestjylland lytter til radio."

Vi bad også deltagerne om at nævne de fordele, der findes ved distribution via Internettet. Flere var meget afvisende:

"Ingen – det er den mest tåbelige ide længe inden for dansk radio, som vel kun er drevet af, at de kommercielle stationer gerne vil af med den ikke-kommercielle radio. For selv at få flere frekvenser."

Blandt de positive kommentarer var der mange, som fremhævede den demand mulighed, de lavere sendekomkostninger ved Internettet ift. FM-sendere og master samt muligheden for at få fat i flere yngre lyttere – og yngre frivillige medarbejdere.

3.8. Vurdering af konsekvenser ved Internetdistribution

Med henblik på at kunne tegne et mere generelt dækkende billede af stationernes forestillinger om fremtiden, stillede vi en række spørgsmål – igen i et femårs perspektiv – om vurderingen af forskellige dimensioner af konsekvenserne ved overgang til distribution udelukkende via Internettet.

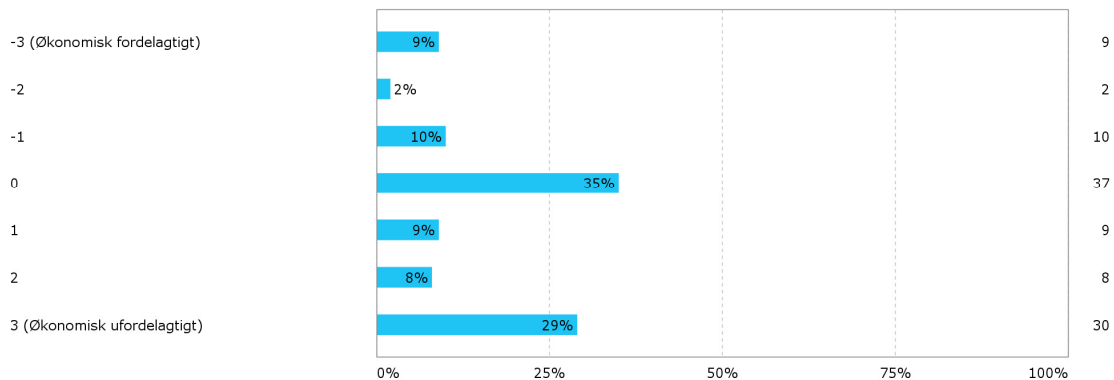
De følgende spørgsmål blev stillet som antonyme ordpar, hvor respondenterne så angav, hvor på spektret vedkommende lå – eksempelvis om vedkommende i større eller mindre grad hældte mod, at internetdistribution ville være økonomisk fordelagtigt, om vedkommende var neutral, eller om vedkommende i en eller anden grad hældte mod økonomisk ufordelagtigt.

Resultaterne i det følgende vil som udgangspunkt blive afrapporteret aggregeret, således at eksempelvis alle tilkendegivelser, der hælder mod "økonomisk fordelagtigt" samles og sættes over for alle, der hælder mod "økonomisk ufordelagtigt".

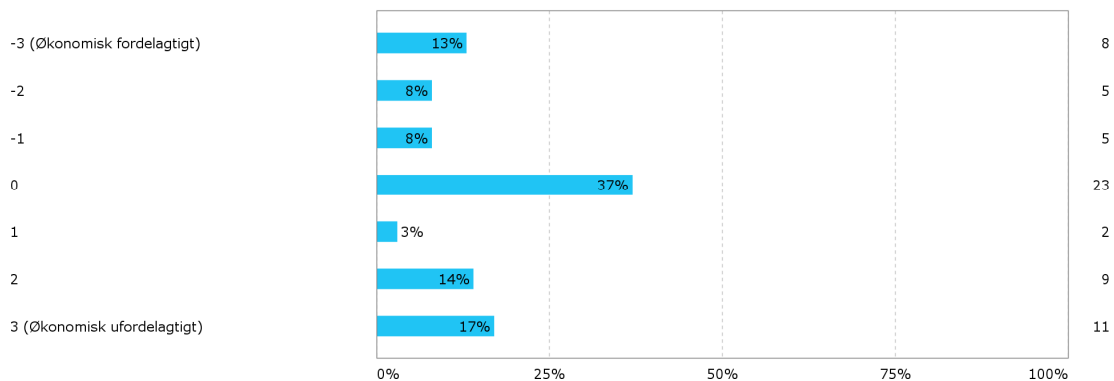
***"Forestil dig, at om 5 år er al distribution af lokalradio/-tv flyttet til internettet.
Angiv nedenfor, hvilke konsekvenser du forventer, det vil have."***

Økonomiske konsekvenser:

Radio



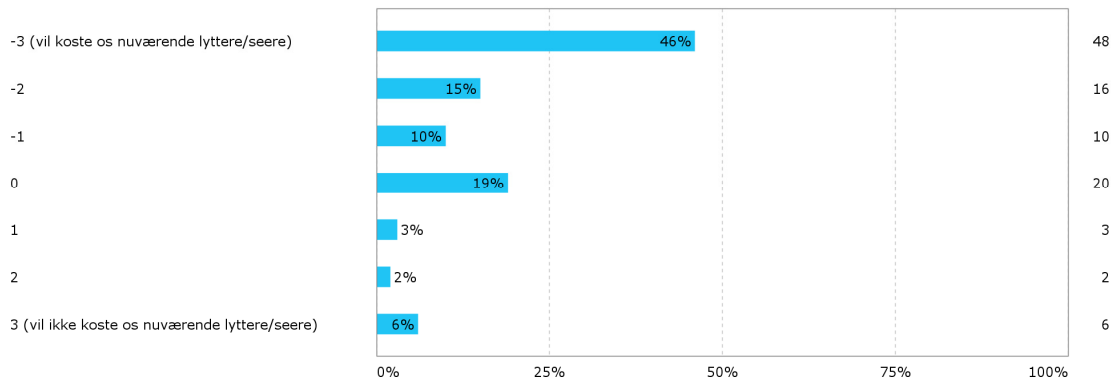
TV



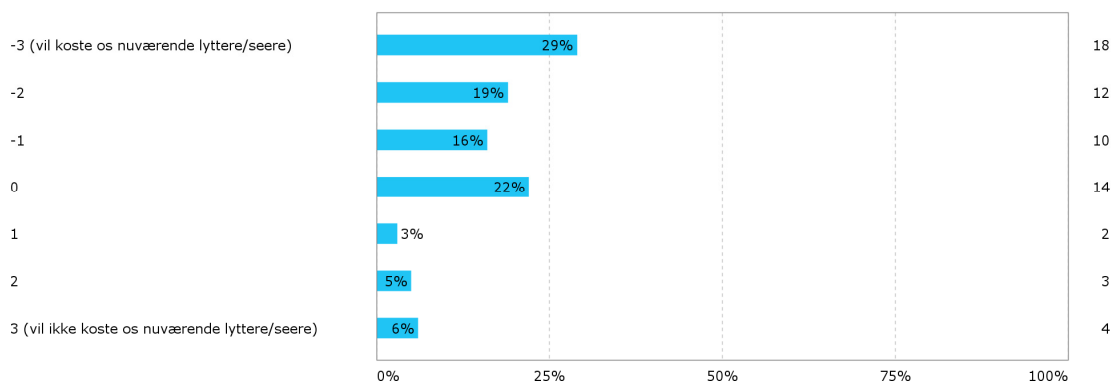
Der er ikke store forskelle i svarene for radio og tv. Godt en tredjedel i begge lejre vurderer, at et skift ikke vil ændre på stationernes økonomi. Men på radiosiden finder vi en stærkere formodning om, at skiftet overvejende vil have negative konsekvenser (i alt 46%), mens i alt 21% formoder, at det vil vise sig økonomisk fordelagtigt. På tv-siden har 34% negative og 29% positive forventninger.

Lyttere og seere – tab eller gevinst?

Radio

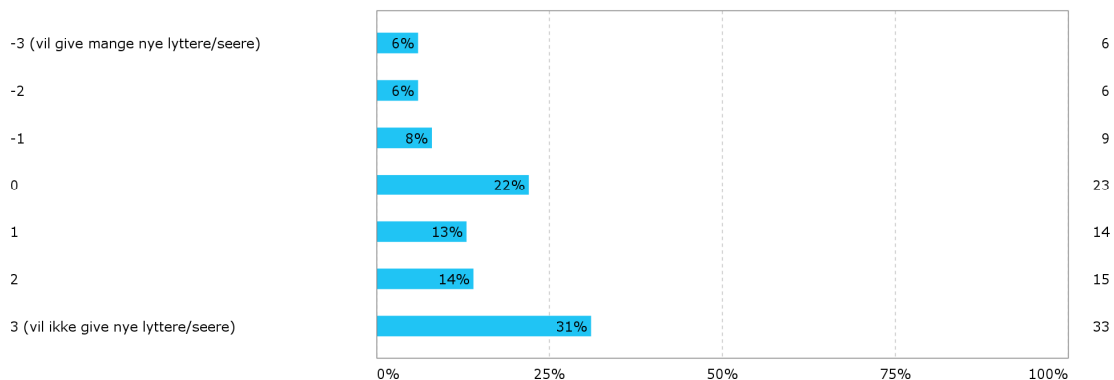


TV

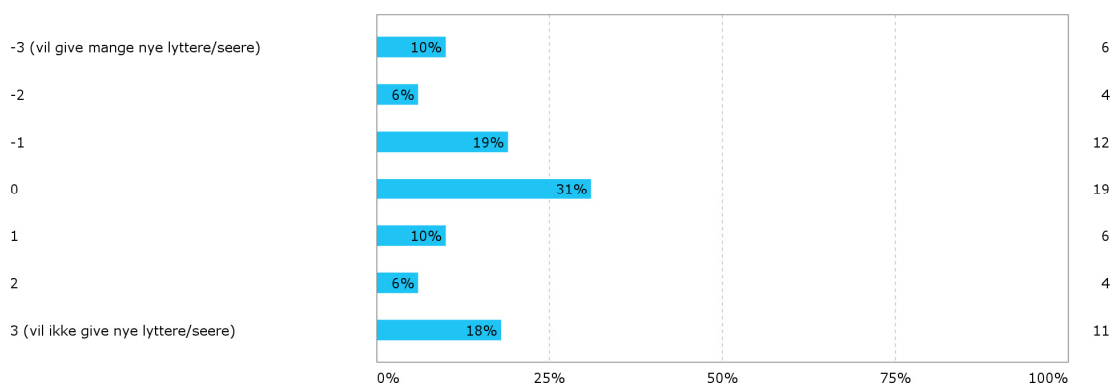


Blandt radioerne forventer størstedelen (i alt 71%) et tab af lyttere og kun i alt 11% vurderer, at skiftet (næsten) ikke vil koste lyttere. Knap så pessimistiske er tv-stationerne, om end i alt 64% dog i en eller anden grad forventer et mærkbart tab af seere, mens i alt 14% vurderer, at det ikke vil koste markant. (Bemærk igen, at tallene afrapporteres akkumuleret.)

Radio



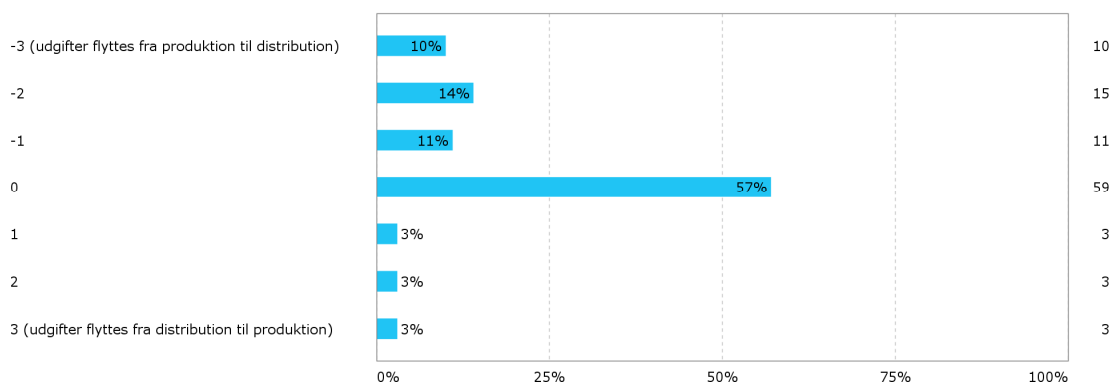
TV



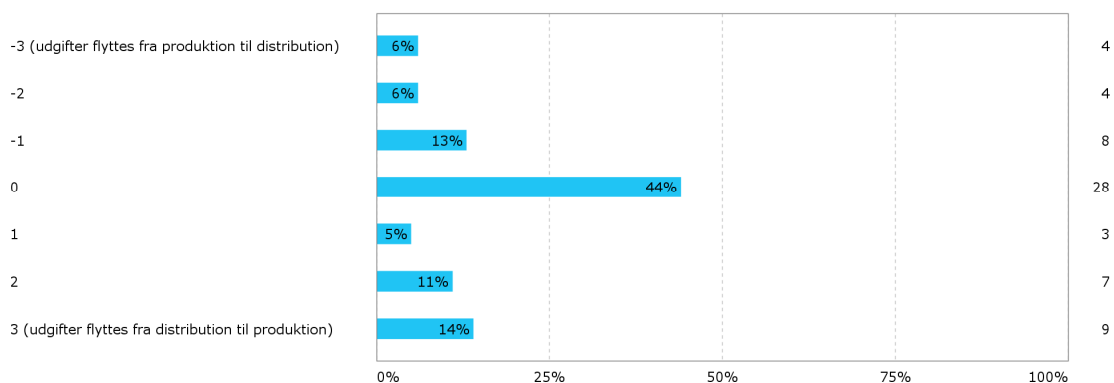
Samtidig er tv-stationerne også mest optimistiske ift. muligheden for at tiltrække nye seere ved overgang til distribution på Internettet. Samlet fordeler tv-stationerne sig således, at ca. en tredjedel tror på muligheden for at tiltrække nye seere, en tredjedel forholder sig neutralt, mens en tredjedel tvivler på muligheden. Blandt radiostationerne er det kun hver femte, der ser muligheder for at tiltrække nye lyttere, mens knap 60% har vanskeligt ved at se disse.

Fordeling af udgifter mellem produktion og distribution

Radio



TV



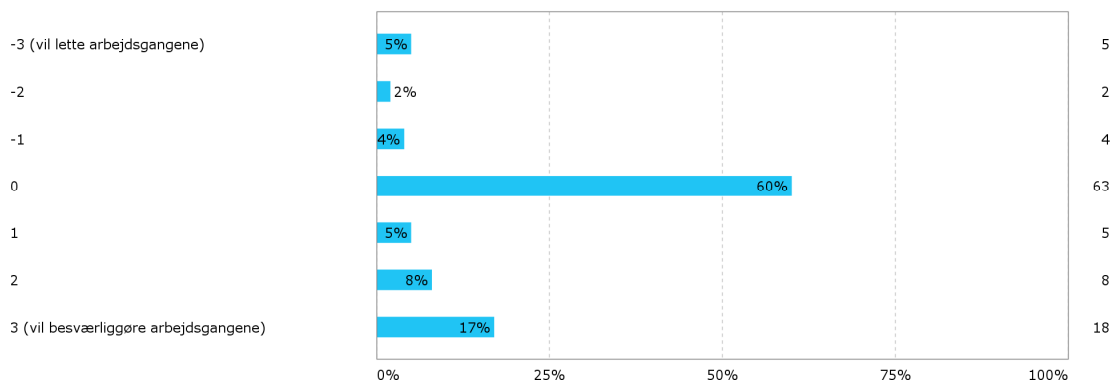
57% af sendetilladelseerne til radio forventer ingen ændringer i forhold til den nuværende situation (eller ved ikke, hvad de skal svare, at de forventer), mens det for tv drejer sig om 44%.

Blandt radioerne forventer i alt 35% en forskydning af omkostninger mod distribution, mens i alt 9% forventer en flytning fra distribution til produktion. Dette kan tyde på, at radioerne ikke har et særligt indgående kendskab til omkostninger ved internetdistribution i forhold til omkostningerne ved æterbåren transmission.

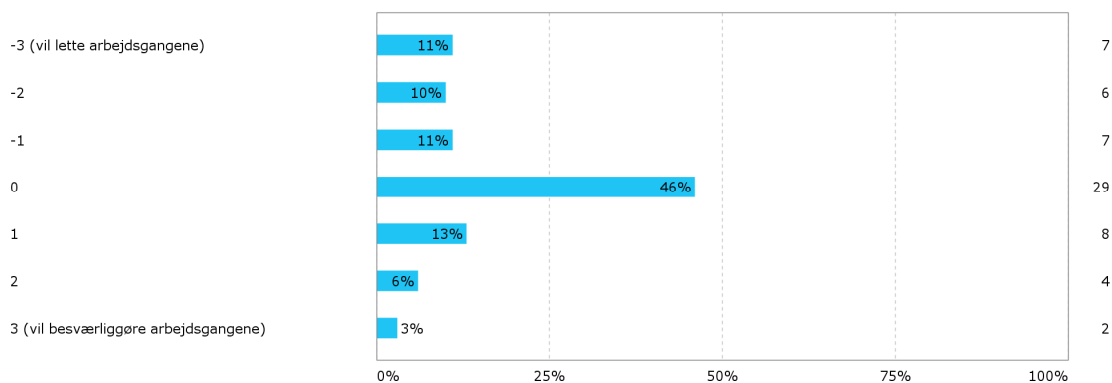
Blandt sendetilladelseerne til tv forventer 44% ingen ændringer, i alt 25% forventer forskydning af udgifter mod distribution, mens i alt 30% forventer flere midler brugt på produktion. (Akkumulerede tal).

Ændring af arbejdsgange

Radio



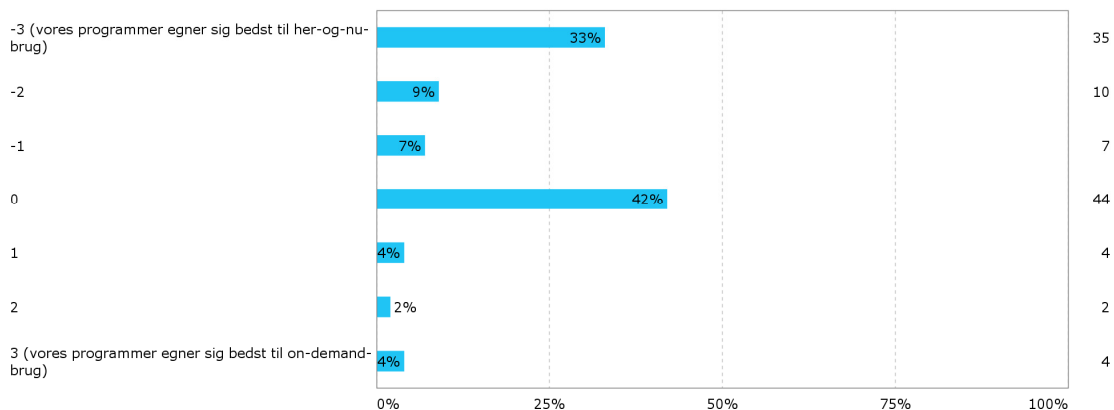
TV



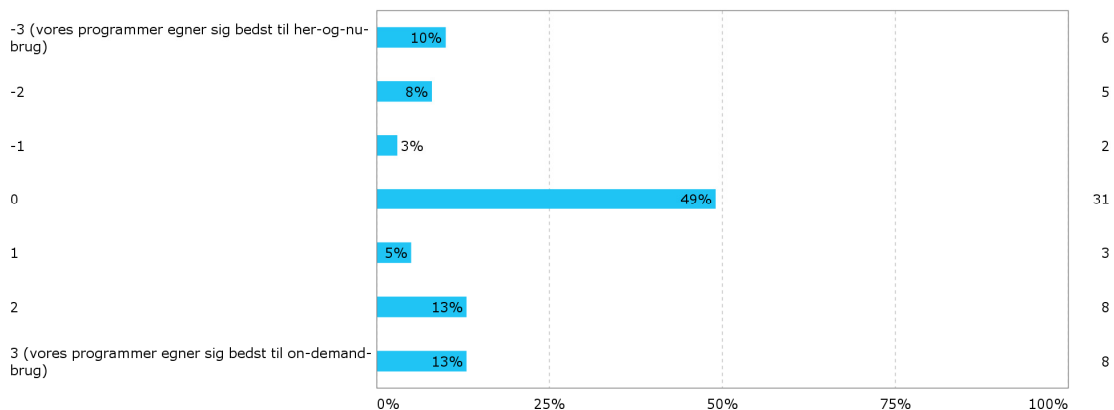
Ganske markant er forskellen mellem radio og tv, når det angår vurderingen af, hvordan internetdistribution vil påvirke arbejdsgangene på stationen. Igen udviser radioerne en større skepsis mht vurdering af fordele. I alt 30% af svarene tilkendegiver, at omlægningen vil besværliggøre arbejdsgangene, mens det tilsvarende for tv er 22%. Kun i alt 11% af svarene fra radio-tilladelseerne indikerer en lettelse af arbejdsgangene, mens det tilsvarende for tv er 32%.

Påvirkning af programindhold og -opbygning.

Radio



TV

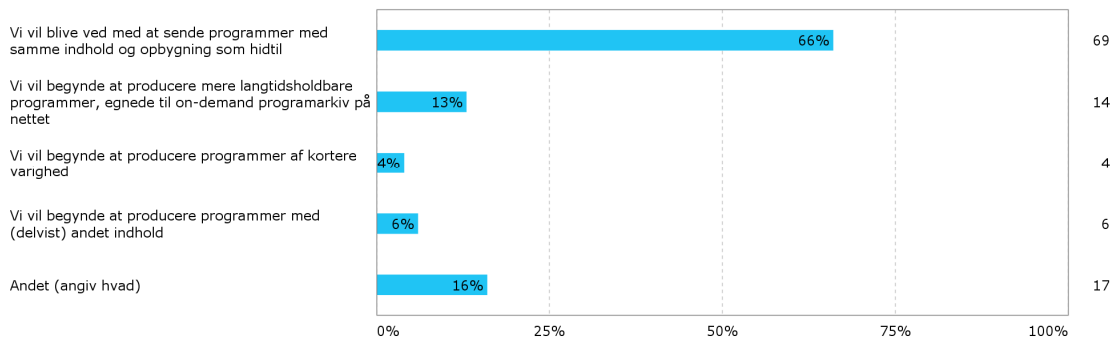


På dette område viser der sig igen markante forskelle i vurderingerne mellem radio og tv. Radioerne opfatter deres programmer som direkte og her-og-nu, som 'live'. I alt 49% af svarene hælder mod dette, mens kun 10% angiver on demand muligheden som mest egnet. For tv er de tilsvarende besvarelser 21% for her-og-nu, 31% for on demand. Lokalradioerne opfatter med andre ord i høj grad deres programmer inden for en traditionel broadcast-ramme med vægt på her-og-nu oplevelsen, mens lokal-tv producenterne ikke deler dette syn på egne programmer. Erkendelsen af, at lokal-tv ikke kan måle sig med det, som landsdækkende flow-tv kan tilbyde, er helt tydelig og afspejler dermed en erkendelse af, at lokal-tv i højere grad fremover skal satse på on demand funktionen og kortere formater. Det kommer til udtryk i svarene på det næste spørgsmål, som mere detaljeret går ind på stationernes holdninger til hvilke fremtidige programformater, der skal sættes på.

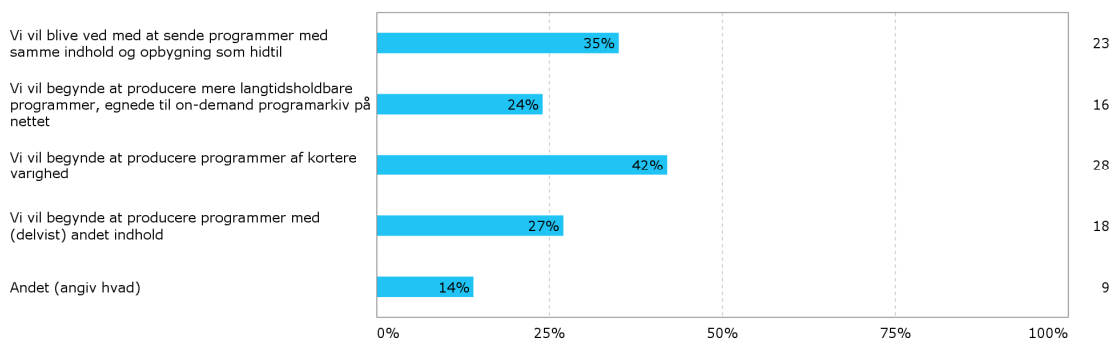
Forandringer eller fastholdelse af de nuværende formater?

***"Hvordan vil en evt. overgang til ren internetdistribution påvirke indholdet og opbygningen af programmerne sendt på sendetilladelsen?
(Sæt evt. flere kryds)"***

Radio



TV



Også når det kommer til åbenhed overfor at lægge programproduktionen om, hvis distributionen ender med at overgå til ren internetdistribution, ses en forskel mellem radio og tv. To tredjedele af radioerne vil fortsætte med at producere som hidtil (66%), mens det tilsvarende gælder ca. en tredjedel (35%) af tv-stationerne. Radioerne er i væsentligt mindre omfang end tv-stationerne parate til at producere programmer, som er langtidsholdbare, dvs. ikke bundet til det dagsaktuelle. 13% af radioerne erklærer sig klar til dette, mens det gælder 24% af tv-stationerne.

Særligt markant er forskellen, når det angår skifte til at producere programmer af kortere varighed eller med (delvist) andet indhold. Kun 4% af radioerne er indstillede på at producere kortere programmer og 6% på at producere med et andet indhold. For tv gælder, at hele 42% er klar til at omstille sig til kortere programformater og 27% vil begynde at producere med et (delvist) andet indhold.

Der ses altså en langt større forandringvillighed hvad angår programindhold og -længde hos tv end hos radio.

I kommentarfeltet for besvarelserne fra lokalradioerne dominerer udsagn, der udtrykker skepsis og bekymring. Flere mener, at det bliver lokalradioens død: "vi

lukker”, men andre peger på musikafgifterne som en økonomisk hæmsko forøget engagement på Internettet:

”At vi for nuværende ikke har on-demand programarkiv beror bl.a. på den økonomiske side over for Koda og Gramex.”

Men der lyder også ganske få optimistiske toner:

”Ved at komme på Internettet vil vi åbne op for så mange nye muligheder som ganske enkelt ikke er til stede på FM-frekvensen i dag.”

Mange ønsker at anskue fremtiden ikke som et enten-eller, men et både og: FM- og internetdistribution.

”Fordelen ved lokal radio er den lokale tilknytning og de levende udsendelser sendt af frivillige og ulønnede medarbejdere. Et skifte til internetradio kan gå ud over begge dele. Derfor anbefales det at fastholde FM-båndet med æterbårne udsendelser og give støtte til udvikling af internetradio også.”

Svarene fra lokal-tv rummer generelt en større optimisme. Man ser nye muligheder og er bevidste om, at et gennemslag via internetdistribution kræver ændrede programformater. En udvikling, der allerede er i gang på de tv-stationer, der streamer deres udsendelser på fx en YouTube-kanal eller tilbyder download fra hjemmesiden:

”Vi antager, at vi i en overgangsperiode nødvendigvis må producere samme program i to udgaver. Tilpasset hhv. traditionelt tv og mobile platforme, eftersom vi fortsat vil producere til begge målgrupper. Allerede nu producerer vi enkelte programmer i både korte og lange versioner.”

Andre påpeger de store forskelle mellem radiolytning og tv-sening og dermed konsekvenserne for programlængde og -struktur. Hvor zappe-kulturen dominerer tv-seningen og dermed har indflydelse på den korte tid, et tv-program kan fange og fastholde opmærksomheden, er der for radioens vedkommende tale om, at opmærksomheden kan slås til og fra, da lytningen i højere grad foregår som akkompagnement til andre gøremål.

Forventede udgifter ved overgang til ren internetdistribution.

”Hvilke fremtidige udgifter vil jeres sendetilladelse skulle forvente til henholdsvis etablering/udvikling og løbende drift af hjemmeside eller anden distributionsplatform, hvis stationen skal overgå helt til distribution via internettet?”

Radio



TV



Umiddelbart er der et betydeligt misforhold mellem på den ene side de anslåede fremtidige udgifter til etablering, udvikling og drift af ny eller nuværende hjemmeside eller anden distributionsplatform, og på den anden side de erfaringer, som vores informanter beskrev i de kvalitative interview. De kvalitative interview, som dog ikke må anses for repræsentative for det samlede antal sendetilladelser, viste, at erfaringerne var et langt lavere udgiftsniveau til etablering og drift. Ofte er det en eller ganske få ulønnede medarbejdere, som har etableret og vedligeholder hjemmesiden og evt. distributionsplatformen for ganske få tusind kr. på årsbasis. For ganske få af lokal-tv stationerne viste de kvalitative interview, at udgifterne i den sektor er noget større, da man betjener sig af mere avanceret produktions- og transmissionsudstyr.

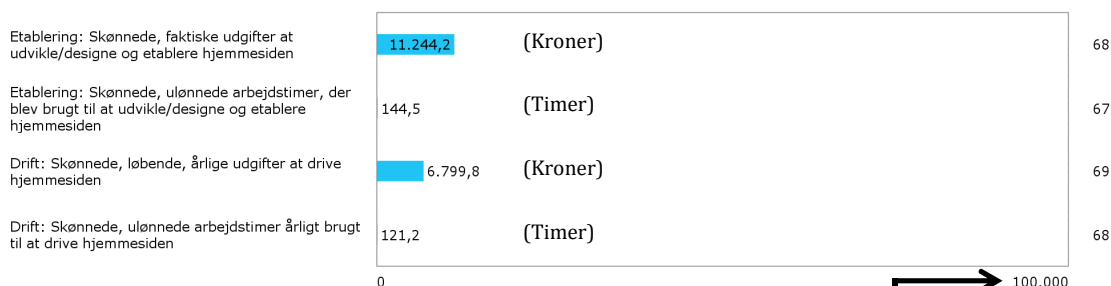
Svarene i spørgeskemaet, der jo angår de *anslåede* udgifter, afspejler sandsynligvis, at en større del af stationerne, især lokalradioerne, har meget begrænsede erfaringer med at udvikle og drive hjemmesider, bl.a. med on demand-funktioner, og derfor forventer ret store udgifter til en mere professionelt anlagt hjemmeside og distributionsplatform. Svarene for lokal-tv indikerer tilsvarende en mere erfaringsbaseret vurdering af udgifterne, både til etablering/udvikling og drift af hjemmeside og distributionsplatform.

Af de tilknyttede kommentarer i det åbne svarfelt fremgår det, at både radio- og tv-stationerne forventer, at en udelukkende internetbaseret distribution ikke kan etableres og drives uden professionel/uddannet og lønnet personale.

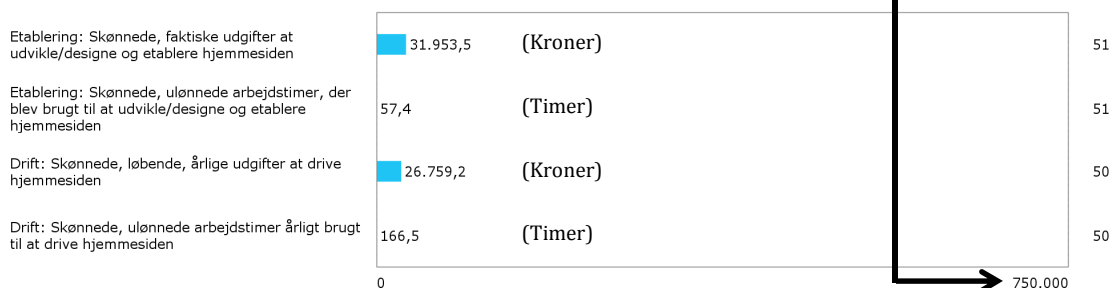
Med henblik på at indhente et mere detaljeret skøn over fordelingen af udgifterne, bad vi de enkelte tilladelseshavere om at specificere fordelingen af omkostningerne ved etablering og drift af de eksisterende hjemmesider og distributionsportaler, og de bekræfter klart de udgiftsniveauer, som blev omtalt i de kvalitative interviews.

Erfaringsbaserede omkostninger til etablering og drift af hjemmeside

Radio

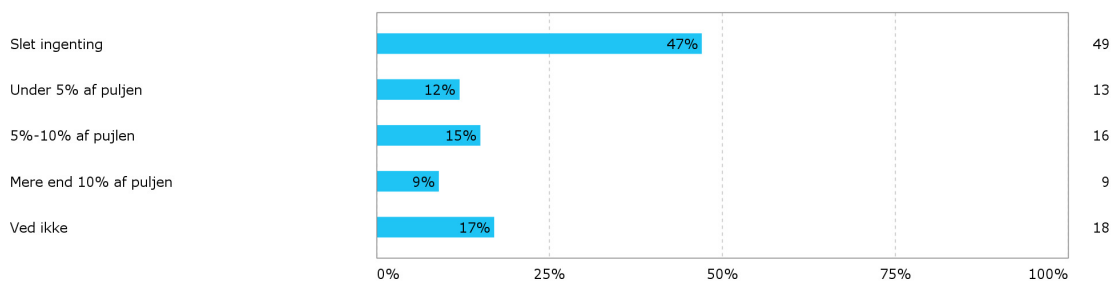


TV

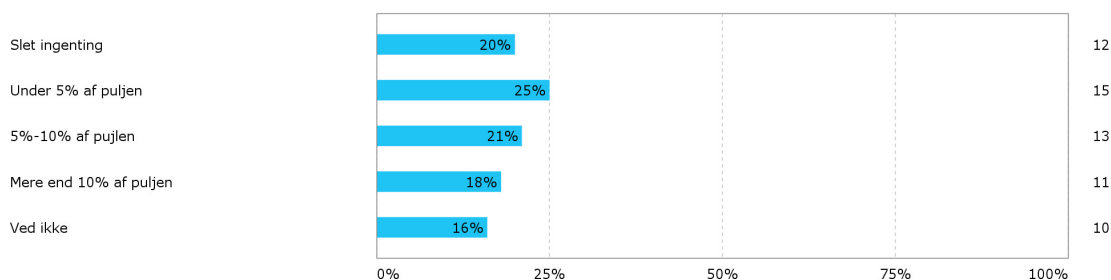


"Den nuværende pulje til lokalradio og -tv er på ca. 50 mio. kr. årligt. Hvor stor en andel af den samlede pulje til lokalradio og -tv vil du mene, der bør reserveres til eventuelle forsøgsordninger?"

Radio



TV



Knap halvdelen af radioerne afviser brug af tilskudsmidler til forsøgsordninger med internetdistribution. Det kan tolkes som en indikation af den generelt

skeptiske holdning i hele spørgeskemaundersøgelsen fra lokalradiosiden ift. en overgang til ren internetdistribution. Men måske er det også udtryk for, at lokalradioerne i højere grad end lokal-tv stationerne føler sig klemte på økonomien og derfor nødig vil udsættes for en indskrænkning af de i forvejen beskedne støttemidler, som vil kunne reducere muligheden for at levere kerneydelsen: lokale radioudsendelser fra og til lokalområdet.

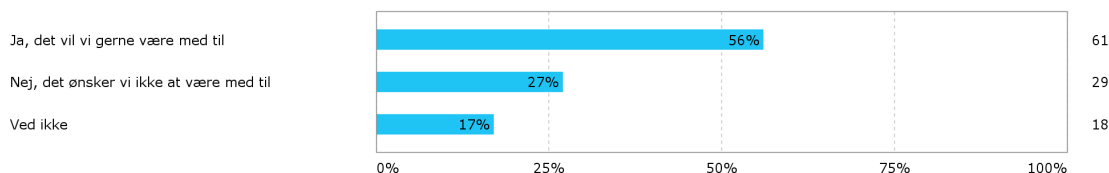
Blandt tv-stationerne er det kun 20% som helt afviser tanken om at bruge tilskudsmidler til forsøgsordninger. En fjerdedel vil anvende under 5% af den og godt en femtedel vil reservere mellem 5% og 10% af puljen. Hele 18% er villige til at bruge mere end 10% af puljen, mens det blandt radioerne gælder 9%.

Udover at lokal-tv generelt synes at være længere fremme end lokalradio ift. tilstedeværelse på Internettet, kan den mere positive indstilling til anvendelse af støttemidler til forsøgsformål også tolkes som et udslag af det større konkurrence-moment, som findes på tv-området. Flere stationer giver udtryk for, at de er direkte oppe imod andre typer tv (landsdækkende og regionalt) – og en komplementær tilstedeværelse på digital, æterbåret tv og Internettet vil samlet øge eksponeringen og dermed bidrage til, at lokal-tv under den nyligt ændrede lovgivning vi have bedre muligheder for at leve op til de udmeldte normtal for seeropslutning og lokal forankring.

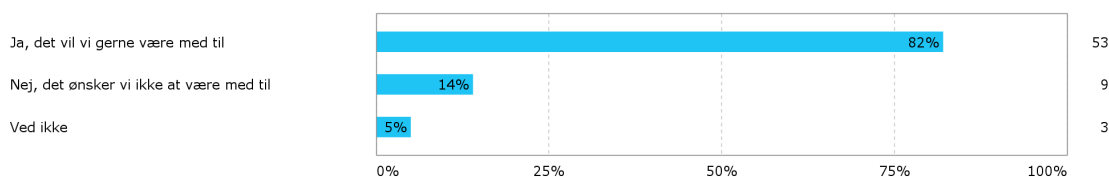
Til gengæld holder hverken radio eller tv sig tilbage, når de skal markere deres interesse for at deltage i en forsøgsordning. Det kan måske skyldes, at der i spørgsmålsformuleringen nævnes "økonomisk støtte fra Kulturstyrelsen". Dette kan tolkes – og er muligvis blevet det – som 'nye midler', som ikke skal tages fra den eksisterende støttepulje.

"Er jeres sendetilladelse interesseret i at deltage i en forsøgsordning, hvor I med økonomisk støtte fra Kulturstyrelsen etablerer/driver en hjemmeside med streaming-, on-demand og download/podcast, og hvor der i en længere periode (2-3 år) både registreres trafik og lytter-/seeradfærd på hjemmesiden?"

Radio



TV



Over 80% af tv-stationerne vil gerne være med i en forsøgsordning. Radioerne er lidt mere tilbageholdende, men 56% angiver interesse, mens 17% ikke er afklarede. For tv er det kun 5%.

Disse forskelle afspejles også i kommentarerne til spørgsmålet. Således et svar fra en lokalradio:

"Jeg tror ikke, der er brug for nogle forsøgsordninger. Internetradio fungerer. Man kunne "forsøge" at inkludere over en længere periode for langsomt, men sikkert at få vænnet folk til det uden at "efterlade" nogen."

Musikafgifterne nævnes igen af mange som den væsentligste hindring for et større lokalradioengagement på Internettet:

"Skulle det være internetforsøg kræver det fuld tilladelse fra KODA/Gramex til at lade udsendelser køre uden begrænsninger."

Endelig peges der også på alternative løsninger til internetdistribution, hvis al radiospredning i Danmark digitaliseres i 2019:

"Vi ser langt hellere en overgang til anden digital æterbåren radio. Her vil DAB+ være en ideel løsning, både grundet muligheden for at oprette multiplexer med mange radioer på samme frekvens, og fordi samme overgang til digital radio er i gang i mange andre lande. Vi er allerede med i en sådan forsøgsordning i xx-by, men oprettelse af flere af denne slags vil være ønskværdig."

Blandt svarene fra lokal-tv er der flere konkrete forslag til målrettede forsøg:

"En forsøgsordning til udvikling af en web tv-station. Vi ville være meget interesseret i at sætte os ned og analysere hvor Internet-tv er nu og hvor det er på vej hen. Ønsket er at undgå at skulle opfinde den dybe tallerken og samtidigt have mulighed for at udvikle nogle nye idéer, der kan skaffe os en unik placering på et meget stort marked."

"En samlet webside, som produceres af Kulturstyrelsen/iværksat af samme og tester afspilningsmekanismen, upload af programmer, scheduling, vedligeholdelse af platformen, et overordnet organ til styring af platformen."

3.9. Opsamling på spørgeskemaundersøgelsen

Spørgeskemaundersøgelsen har på langt de fleste områder, vi har forsøgt at afdække, bekræftet de forventninger og udfordringer, som lokalradio og -tv-stationerne har i forhold til en hel eller delvis overgang til internetdistribution – og som er grundigt beskrevet i afsnit 2 i denne rapport. Hermed har vi på et repræsentativt grundlag fået bekræftet de centrale vurderinger og holdninger

blandt lokalradio- og -tv-stationerne, som blev belyst i dybden i de kvalitative interview.

Spørgeskemaundersøgelsen viste ét gennemgående træk vedrørende spørgsmålet om overgang fra FM/Mux 1-distribution til distribution udelukkende på Internettet, nemlig at lokal-tv-stationerne som helhed er mere erfarne og generelt mere positivt indstillede på at fortsætte udviklingen og eksperimenterne med engagement på Internettet, mens de deler modstanden mod ren internetdistribution med lokalradioerne.

Den væsentligste hæmsko for en mere udbredt anvendelse af internetdistribution af lokalradioudsendelser er KODA/Gramex-afgifterne, som vil give radiostationerne væsentlige merudgifter, med mindre man individuelt kan forhandle sig til gunstige særaftaler, som det er tilfældet for visse stationer. En anden betydningsfuld faktor for lokalradioernes tøven er risikoen for at reducere den lokale forankring. "Vi drukner på Internettet" lyder det fra flere stationer. En tredje er lytterprofilen. Selvom der ikke foreligger dækkende og pålidelige lytterundersøgelser er det den dominerende opfattelse blandt stationerne, at deres lyttere er 'ældre' og er karakteriseret ved begrænset eller manglende interneterfaring – i hvert fald hvad angår radiolytning på Internettet. Radio er for den centrale målgruppe ensbetydende med radioapparatet og FM-båndet, ikke med computeren/smart-telefonen eller tablet'en og Internettet. Men samtidig antager begge lokalmedier ifølge spørgeskemaundersøgelsen, at en fjerdedel af de formodede lyttere og seere befinder sig i aldersgruppen under 30 år, og lidt over 40% er mellem 30 og 60 år. Så enten er begrebet 'ældre' noget upræcist, eller også spiller andre demografiske faktorer en større rolle, når stationerne skal karakterisere deres publikum.

Desuden kan man pege på de særlige mediespecifikke forskelle mellem radio og tv som baggrund for de påviste forskelle holdningerne til internetdistribution. Radiostationerne antager, at det særlige kendetegn ved deres udsendelser udover det lokalt forankrede (fx programtemaer, sprog, musikvalg, medvirkende) er den direkte kontakt mellem seere og studieværter/medvirkende, primært gennem telefonen, men også i de senere år gennem især Facebook. Tv-stationerne viser gennem svarene, at de er meget bevidste om deres nichestatus blandt de dominerende landsdækkende og regionale tv-kanaler. Underlagt 'zappe-kulturen' er det vigtigt for dem at være til stede på flere platforme og i formater, som kan tiltrække seerne. Derfor ser lokal-tv stationerne en fordel ved at lægge korte programformater ud på fx YouTube med henvisninger til de længere udgaver af samme program, som kan tilgås fx på stationens egen hjemmeside i form af streaming eller download. Men også for lokal-tv -stationerne er det vigtigt fortsat at være på æterbåret tv, hvor seerne kan finde dem – eller støde ind i dem.

Endelig er der dækningsproblemet. Med FM-båndet og Mux1 dækkes lokal-områderne komplet, mens dette ikke er tilfældet med bredbåndsforbindelserne og mobilnettet. Mange stationer, specielt i landområderne, nævner dette som det væsentligste problem og mener ikke, at en total overgang til internetdistribution

bør iværksættes før den nødvendige udbygning af bredbåndsnettet er gennemført.

Men på trods af en overvejende skepsis er der for lokalradiostationerne også fordele ved tilstedeværelse på Internettet. Man "når længere ud" og lytterne kan høre udsendelser på tidspunkter og under omstændigheder, som bedre passer ind i deres hverdag.

Ved brugermøderne påpegede flere lokalstationernes generationsproblem – både blandt stationernes medarbejdere og deres lyttere og seere. Tilstedeværelse på Internettet og mobile platforme blev nævnt som oplagte nye mødesteder. Måske særligt i lokale samspil mellem stationerne og børne-/ungdomsgrupper på skoler, fritidsinstitutioner, klubber osv.? Flere pegede på, at initiativer i denne retning kunne indgå i en forsøgsordning.

Hvor flertallet af lokal-tv-stationer ser gode muligheder i at arbejde med flere programformater på de forskellige platforme og på den måde sikre programmerne en længere levetid og dermed en bedre anvendelse, er lokalradioerne mere skeptiske. Flertallet ønsker ikke at producere nye programformater eller flere udgaver af det samme program, primært fordi det kræver mange ressourcer fx at klippe musikken ud. I det hele taget spiller presset økonomi og begrænsede personaleressourcer en meget væsentlig rolle for lokalstationerne – og måske især for lokalradioerne.

Om økonomien hersker der stor usikkerhed. Det gælder især de omkostninger, som stationerne anslår, vil være nødvendige for at etablere hjemmesider/portaler, som skal til for at klare en overgang til internetdistribution – uden at der mistes lyttere og seere. Mange stationer synes at betragte de eksisterende hjemmesider/portaler som udtryk for det absolut minimale, tilvejebragt gennem frivillig indsats og til lave omkostninger, både hvad angår etablering og drift. Men de har også øje for de muligheder, som ligger i at udvide samarbejdet om internetengagementet, fx via den portal som lokalradioforeningen SAML er ved at opbygge med støtte fra Kulturstyrelsen.

Tilsvarende er der også nye muligheder i at være til stede på de kommunale portaler, som er dukket op i det seneste tiår. Disse rummer ikke blot muligheder for forskellige former for digital borgerbetjening, men også for etablering af borgernære dialogfora, fx borgerpaneler, som forvaltninger og byråd kan konsultere. I denne sammenhæng kunne der skabes en tættere sammenhæng mellem lokalstationerne og aktiviteterne på by-portalerne, kommunale eller foreningsdrevne, på en sådan måde, at stationernes redaktionelle afhængighed ikke anfægtes. (Mere om dette: se Jauert m. fl.: *Baggrundsrapport til Kulturstyrelsen* (februar 2013) vedr. *Forslag til ny ikke-kommerciel radio og -tv-ordning*.)

Interessen for at indgå i forsøgsordninger er ikke entydigt positiv, specielt ikke når det økonomiske aspekt inddrages. Igen er det især lokalradioerne, som er skeptiske over for perspektiverne i forsøg med distribution på Internettet, men interessen stiger markant, særligt blandt lokalradioerne, hvis det bliver muligt at

arrangere forsøgene på en sådan måde, at der ikke røres (væsentligt) ved den eksisterende støtteordning, dvs. ved særlig yderligere offentlig støtte gennem Kulturstyrelsen.

Undersøgelsen viser klart, at der blandt de lokale stationer ikke er opbakning til udelukkende internetbaseret distribution af lokalradio og -tv på nuværende tidspunkt eller inden for de nærmeste år. I det mindste skal en række centrale forhold på forhånd være afklaret, især spørgsmålet om ensartet bredbåndsdækning af hele landet og udgiftsniveauet for musikafgifterne. Men der er samlet set en markant tilslutning til en parallel udbygning af sammenhængen mellem æterbåret og internetdistribueret lokalradio og -tv, så begge platformes potentialer udnyttes bedst muligt. Dog med den æterbårne platform som den primære. En opretholdelse af status quo er der ikke stor tilslutning til, viser undersøgelsen. En forstærket satsning på tilstedeværelse på Internettet vil man blandt stationerne i denne gruppe overlade til den enkelte station at afgøre.

4. Scenarier

De tre scenarier, som vi beskriver i det følgende forholder sig til de præmisser, som Mediaaftalen 2012-2014 beskriver:

- *FM-båndet lukkes ved udgangen af 2019, såfremt det medio 2018 kan konstateres, at minimum 50 pct. af radiolytningen, herunder radiolytningen i biler, sker på digitale platforme.*
- *Det overlades dog – jf. dog nedenfor om udredningsarbejdet vedr. ikke-kommercielt lokalradio og -tv – til de ikke-kommercielle lokalradioer selv at beslutte, hvordan de ønsker at blive distribueret efter dette tidspunkt (FM eller digitalt).*

Det fremgår af denne passus, at de ikke-kommercielle lokalradio- og -tv-stationer ikke tvangsmæssigt tænkes overflyttet til digitale platforme (DAB+ og Internettet) i 2019. Men aftaleparterne ønsker dog, med henblik på at kunne foretage yderligere overvejelser, at få belyst:

- *... om ikke-kommercielt lokal radio og -tv på sigt skal distribueres ved hjælp af radiofrekvenser, eller om distributionen ikke mere hensigtsmæssigt kan finde sted via Internettet.*

Hvis forudsætningerne for lukningen af FM-båndet ikke foreligger medio 2018, er det ensbetydende med, at landsdækkende radio fortsat vil distribueres æterbåret (FM og DAB+), og at ikke-kommerciel lokalradio vil kunne fortsætte med at blive distribueret på FM-båndet, hvis de ønsker det. Men der foreligger ikke på nuværende tidspunkt et klart formuleret grundlag for, om de ved en udbygning af det digitale sendenet (DAB+) også vil blive tilbudt digital sendeplads.

I de følgende scenarier tages der ikke stilling til, om præmisserne for nedlæggelsen af det nuværende landsdækkende FM-sendenet vil være til stede medio 2018, men det er på dette grundlag, at en stor del af undersøgelsen er foretaget. Vi har skønnet, at kun ved denne fremgangsmåde vil det være muligt i tilstrækkelig grad at få belyst muligheder og fordele, ulemper og udfordringer ved overgang til internetdistribution, både for lokalradio og lokal-tv. Derfor er det centrale spørgsmål vedrørende fremtiden formuleret således:

”Forestil dig, at om 5 år er al distribution af lokalradio og -tv flyttet til Internettet. Angiv nedenfor hvilke konsekvenser du forventer, det vil have”

Det ligger ikke inden for denne undersøgelses rammer i et bredere medieudviklingsperspektiv at analysere eller vurdere hensigtsmæssigheden af at overflytte al ikke-kommercielt lokalradio og -tv til Internettet, herunder forhold vedrørende teknologi og økonomi. Scenarierne bygger alene på de to interviewundersøgelser, som der er redegjort for i denne rapport, og den

afspejler således aktørernes, dvs. tilladelseshavernes viden og erfaringer med den nuværende tilstand på området, suppleret med deres synspunkter og holdninger til en fremtidig distribution alene på Internettet, evt. i en kombination med de nuværende distributionsplatforme – dvs. FM-båndet og for lokal-tv Mux 1.

Vi præsenterer i det følgende de tre scenarier for lokalradio og -tv, som vil være mulige om fem år, dvs. i 2019:

Scenarie 1: Status quo-scenariet

Scenarie 2: Internetscenariet

Scenarie 3: Kombinationsscenariet

Alle tre scenarier vil omfatte både ligheder og forskelle mellem de to lokale medietyper. De vil desuden beskrive muligheder og fordele samt ulemper og udfordringer vedrørende stationernes økonomi, programproduktion og forholdet til lokalsamfundet og lyttere/seere.

4.1. Scenarie 1: Status quo-scenariet

Forudsætninger

Lokalradio skal fortsat distribueres på FM-nettet og lokal-tv på Mux 1, men i den udstrækning de enkelte stationer finder det hensigtsmæssigt, skal de have mulighed for også at anvende Internettet som distributionsplatform. Dette skal dog ske for egne midler og der skal ikke af den samlede støttepulje afsættes særlige midler til forsøgsvirksomhed.

Lokalradio

Muligheder og fordele:

- Den lokale forankring bliver bevaret. Stationerne risikerer ikke at blive væk i 'superspace', men vil være tilgængelig for alle i lokalsamfundet uanset computer- og internetfærdigheder.
- De nuværende frivillige medarbejdere og deres erfaring vil fortsat kunne udnyttes, da motivationen for dem er at producere radioudsendelser til lokalsamfundet.
- Den lokale forankring er primært baseret på de ældre lyttere – og derfor skal FM-distributionen fastholdes i en længere årrække fremover.
- Man kender i øjeblikket de økonomiske rammer for lokalradiostationens virksomhed – og da økonomien er stram vil det være risikabelt at være alt for offensiv på Internettet, da det er svært at overskue omkostningerne ved en sådan satsning.
- Fortsat tilstedeværelse på FM-båndet sikrer, at det demokratiske formål med lokalradio og -tv bliver opretholdt.

Udfordringer og ulemper:

- Det vil være vanskeligt at komme i kontakt med yngre lyttergrupper, hvis man kun benytter FM-båndet og ikke supplerer med on demand-tilbud på Internettet.
- Et erkendt og påtrængende generationsproblem vil vanskeligt kunne løses, hvis ikke lokalradioen bliver i stand til at tilbyde de unge potentielle frivillige medarbejdere tekniske og formidlingsmæssige rammer, der er i samklang med de mediemuligheder, som børn og unge benytter sig af i dag. Dvs. Internet, mobiltelefon, tablets – og sociale medier som fx Facebook, Twitter og Instagram.
- En nødvendig forudsætning for at forbedre den tilstedeværelse mange lokalradio-stationer har på Internettet i dag (oftest i form en informativ hjemmeside med oplysninger om programmer og sendetider) med on demand-tilbud er, at der kan indgås en samlet acceptabel aftale for alle lokalradioer med KODA/Gramex om musikafgifter.
- Ved i så høj grad at satse på at betjene de nuværende lyttergrupper kan det vise sig vanskeligt at leve op til et evt. kommende lovkrav, som det der nu er gældende for lokal-tv, nemlig et nærmere fastsat mindstemål for lytningens omfang.

Lokal-tv

Muligheder og fordele:

- Den lokale forankring bliver bevaret. Stationerne risikerer ikke at blive væk i 'superspace', men vil være tilgængelig for alle i lokalsamfundet uanset computer- og internetfærdigheder. Især vil det på længere sigt være en fordel at være i kanalfælleskab med TV 2 regionerne.
- MUX 1 som distributionsplatform giver mulighed for at komme i kontakt med seere, som er særligt interesserede i lokalt stof. Tv-seningen i dag er i stigende grad præget af 'zapning' – og kan man producere egnede programformater, vil det være muligt at skaffe sig en bedre seerkontakt, og dermed leve op til lovgivningens krav om seertilslutning af en vis størrelse.

Udfordringer og ulemper:

- For at tiltrække nye seere og dermed sikre sit eksistensgrundlag på længere sigt er det nødvendigt at være mere markant til stede på Internettet – og via den æterbårne tv-kanal gøre seerne opmærksom på de ekstra muligheder, som stationen tilbyder på Internettet – fx on demand-tjenester.
- Konkurrencen fra nye kanaltilbud og net-tjenester gør det vanskeligt at skabe opmærksomhed alene på tv.
- Et fleksibelt programudbud med korte eller forkortede/redigerede programtilbud på Internettet vil kunne tiltrække nye seere – men det er dyrt og det vil for de

mindste tv-stationer være vanskeligt at finde midler til at opnå den tilstrækkelige synlighed.

4.2. Scenarie 2: Internetscenariet

Forudsætninger

Lokalradio og -tv skal alene distribueres på Internettet. Der gives økonomisk støtte af et tilsvarende omfang som i 2014. I en overgangsperiode på fem år frem til 2019, hvor FM-nettet enten nedlægges eller overgår til anden anvendelse, vil der af den samlede støttepulje årligt blive afsat et beløb (procentandel af den nuværende puljestørrelse) til forsøg med programproduktion af lokalradio og -tv, som er særligt egnet til Internettet. Samtidig etableres der muligheder for at de lokale stationer kan blive tilknyttet kommunale eller lokalt foreningsdrevne internetportaler på nærmere bestemte vilkår, som sikrer redaktionel uafhængighed. Men de kan også vælge selv at etablere sig på Internettet, uafhængigt af de kommunale portaler.

Lokalradio

Muligheder og fordele:

- Netdistributionen giver øget tilgængelighed. Man vil udvide sit sendeområde og dermed kunne komme i kontakt med personer, som stammer fra lokalområdet og som er interesseret i en fortsat kontakt med hjemegnen. Borgere på ferie eller på midlertidigt ophold andre steder vil også kunne bevare kontakten på denne måde.
- Man vil i princippet kunne lytte til udsendelserne overalt, hvor man kan opnå netforbindelse og på mange forskellige måder: smart phone, tablet, bærbar computer.
- Muligheder for at lytte når det passer en – via streaming/download.
- Bedre interaktive muligheder og dermed bedre kontakt med lytterne.
- Man behøver ikke kun at lægge vægt på radiolyd, men kan også på nettet kombinere med fx billeder, video og skrift – og man kan linke til andre relevante kilder eller baggrundstof – fx fra lokale arkiver eller museer.
- Man vil kunne tiltrække flere unge lyttere og måske inddrage dem i produktionen.
- I forhold til de nuværende distributionsomkostninger vil det sandsynligvis være mindre omkostningskrævende at anvende Internettet, dog afhængigt af ambitionsniveauet.

Udfordringer og ulemper:

- Med mindre der er etableret tilstrækkelig bredbåndsdækning overalt i landet, vil især landområderne risikere at være uden lokalradio.

- Radiolytning finder i dag sted så mange steder (fx i biler) og under forskellige omstændigheder i hjemmet og på arbejde, som ikke vil kunne erstattes af Internet-radio.
- Med mindre der etableres aftaler med KODA/Gramex på niveau med de eksisterende for FM-distribution vil det være økonomisk meget krævende for lokalradioerne at anvende afgiftsbelagt musik.
- Lokalradioerne vil miste en stor del af de ældre lyttere – måske især i landområderne.
- Hvis der sættes ind med massive oplysningskampagner og lokal IT-uddannelse og instruktion, vil man *måske* kunne beholde nogle af de ældre lyttere, som er stærk motiveret for at følge med i det lokale stof.

Lokal-tv:

Muligheder og fordele:

- Netdistributionen giver øget tilgængelighed. Man vil udvide sit sendeområde og dermed kunne komme i kontakt med personer, som stammer fra lokalområdet og som er interesseret i en fortsat kontakt med hjemegnen. Borgere på ferie eller på midlertidigt ophold andre steder vil også kunne bevare kontakten.
- Man vil i princippet kunne se til udsendelserne overalt, hvor man kan opnå netforbindelse og på mange forskellige måder: smart phone, tablet, bærbar computer.
- Muligheder for at se programmerne når det passer en – via streaming/download.
- Bedre interaktive muligheder og dermed bedre kontakt med seerne. Man vil også gennem de sociale både kunne gøre opmærksom på bestemte programmer og invitere seerne til at deltage, fx via kommentarer eller chat, eller på anden vis give respons på udsendelserne.
- Man behøver ikke kun at lægge vægt på billeder, men kan også på nettet kombinere med fx audio, video og skrift – og man kan linke til andre relevante kilder eller baggrundsstof – fx fra lokale arkiver eller museer.
- Man vil kunne tiltrække flere unge seere og inddrage dem i produktionen.
- I forhold til de nuværende distributionsomkostninger vil det sandsynligvis være mindre omkostningskrævende at anvende Internettet, dog afhængigt af ambitionsniveauet.

Udfordringer og ulemper:

- Med mindre der er etableret tilstrækkelig bredbåndsdækning overalt i landet, vil især landområderne risikere at være uden lokal-tv.

- Lokal-tv kan risikere at miste mange, måske hovedparten af sine seere, når man ikke på de æterbårne kanaler kan støde på lokal-tv, når man tager på kanalarundfart (zapper). Man skal selv opsøge stationen på nettet – og dermed have en meget stærk motivation
- Hvis der sættes ind med massive oplysningskampagner og lokal IT-uddannelse og instruktion, vil man *måske* kunne beholde nogle af de ældre seere, som er stærk motiveret for at følge med i det lokale stof.

4.3. Scenarie 3: Kombinationsscenarioet

Forudsætninger

Lokalradio og -tv skal fortsat findes på de eksisterende distributionsplatforme, men under indtryk af den generelle medieudvikling skal der i de kommende år foretages en mere målrettet indsats for at bringe stationerne i tættere kontakt med nye og yngre befolkningsgrupper, som i stigende grad anvender Internettet som den primære indgang til mediebrug, det være sig både trykte og elektroniske medier. Det skal desuden tilstræbes, at det sker på en måde, så de eksisterende lyttere og seere ikke udelukkes fra adgang til udsendelserne. En mindre del af de eksisterende støttemidler, fx 5-10 % reserveres til særligt tilrettelagte forsøg. Det kan være afprøvning af mulighederne for at indgå i de kommunale eller foreningsdrevne byportaler, øget samarbejde mellem folkeskole og evt. ungdomsuddannelser om produktion af udsendelser til de lokale stationer, hvor perspektiver for disse og lignende initiativer er på lokalt plan at afprøve de tværmediale muligheder, som findes i øvrige dele af mediesektoren og tilpasse dem de særlige forhold, som eksisterer i de pågældende lokalsamfund.

Lokalradio

Muligheder og fordele:

- Generationsskifte i bred forstand: Kombinationen af FM og Internet giver mulighed for at udvikle lokalradioen på mange områder – teknisk, programmæssigt og ikke mindst i forhold til at inddrage nye, yngre frivillige medarbejdere – og måske ad den vej komme i kontakt med nye lyttergrupper.
- Streaming og download/podcasting: Internetdistribution giver mulighed for at udvikle nye programformater som specielt egner sig til brug, som ikke kræver, at man er til stede ved modtageapparatet, når udsendelser sendes. På den måde kan man skaffe sig en plads i det samlede medielandskab, som præges af stigende udbud og segmentering.
- Ved at beholde pladsen på FM behøver man ikke lade de ældre kernelyttere i stikken, når man samtidig afprøver nye muligheder på Internettet. Allerede nu spiller andre kontaktformer end telefonen en væsentlig rolle for interaktionen mellem lyttere og lokalradiostation, ikke mindst Facebook, som også en del ældre medborgere har taget til sig.

- Målrettede forsøg med nye program- og distributionsformer og tilknytning til lokale portaler vil kunne forny lokalradioerne og dermed skabe bedre muligheder for lokal forankring.
- Gennem forsøgene med øget udbud gennem Internettet vil lokalradioerne gennem et mere bredspektret programudbud kunne tiltrække flere lyttere.

Udfordringer og ulemper:

- Kombinationen af de to platforme kræver sandsynligvis flere ressourcer mandskabsmæssigt og økonomisk, men det er usikkert i hvilken størrelsesorden.
- En forudsætning for et mere omfattende engagement på Internettet er en tilfredsstillende løsning på spørgsmålet om musikafgiftens størrelse.
- Det kræver uddannelse og træning af den eksisterende medarbejderstab at medvirke til at etablere og drive velfungerende hjemmesider, der rummer muligheder for on demand-tjenester og øget interaktion med lytterne.
- Det kræver omfattende oplysning og information over længere tid ad andre kanaler henvendt til lokalsamfundet at gøre opmærksom på de nye muligheder for at tilgå lokalradio via Internettet. En sådan informationsindsats kunne eventuelt ske i et samarbejde med eksisterende lokale internetportaler, den lokale presse og de lokale foreninger.
- Hvis bredbåndsforbindelserne – incl. det mobile bredbånd – ikke yder den tilstrækkelige dækning, vil det afskære fra en optimal udnyttelse af Internettet til lokalradioformål.

Lokal-tv

Muligheder og fordele:

- Generationsskifte i bred forstand: Kombinationen af MUX 1 og Internet giver mulighed for at udvikle lokal-tv på mange områder – teknisk, programmæssigt og ikke mindst i forhold til at inddrage nye, yngre frivillige medarbejdere – og måske ad den vej komme i kontakt med nye seergrupper. En yderligere fordel for lokal-tv er, at mange stationer allerede har gjort sig nyttige erfaringer med at redigere produktionerne, så de bliver tilpasset de to platforme, fx kortere formater til distribution på Internettet.
- Streaming og download/podcasting: Internetdistribution giver mulighed for at udvikle nye programformater som specielt egner sig til brug, som ikke kræver, at man er til stede ved modtageapparatet, når de sendes. På den måde kan man skaffe sig en plads i det samlede medielandskab, som præges af stigende udbud og segmentering.

- Tilstedeværelsen på Mux 1 giver mulighed for eksponering for de seere med interesse for lokalt stof, som jævnligt er på kanalrundfart – og kan muligvis guide dem videre til stationens hjemmeside med on demand-tilbud.
- Målrettede forsøg med nye program- og distributionsformer og tilknytning til lokale portaler vil kunne forny lokal-tv stationerne og dermed skabe bedre muligheder for lokal forankring.
- Gennem forsøgene med øget udbud gennem Internettet vil lokal-tv stationerne gennem et mere bredspektret programudbud kunne tiltrække flere seere.
- En forsøgsordning med HbbTV kombineret med et web-tv bibliotek kunne afdække mulighederne for nye (måske mindre ressourcekrævende) måder at distribuere lokal-tv på via Internettet.

Udfordringer og ulemper:

- Kombinationen af de to platforme kræver sandsynligvis flere ressourcer mandskabsmæssigt og økonomisk, men det er usikkert i hvilken størrelsesorden.
- Det kræver uddannelse og træning af den eksisterende medarbejderstab at medvirke til at etablere og drive velfungerende hjemmesider, der rummer muligheder for on demand-tjenester og øget interaktion med seerne.
- Det kræver omfattende oplysning og information over længere tid ad andre kanaler henvendt til lokalsamfundet at gøre opmærksom på de nye muligheder for at tilgå lokal-tv via Internettet. En sådan informationsindsats kunne eventuelt ske i et samarbejde med eksisterende lokale internetportaler, den lokale presse og de lokale foreninger.
- Hvis bredbåndsforbindelserne – inkl. det mobile bredbånd – ikke yder den tilstrækkelige dækning, vil det afskære fra en optimal udnyttelse af Internettet til lokal-tv formål.