

TV 2015

Det blev allerede i sidste års rapportering om mediernes udvikling i Danmark slået fast, at medierne, mediebruget og mediebranchen generelt er under forandring i disse år. Mediekategorierne ændrer sig og går i en eller anden forstand lidt i

opløsning i
eller tv-lign
lineært flov
Seningen af
er der tale
med 173 d
niveau set i
forskellige a
fald på hel
traditionelt
ikke officie
amingtjenes
tredjedel a
programme
mindst en
mellem 75 d
om ugen el
end det tra
man formo
nok ikke er
løbende sti

stigning i
familiernes besiddelse af andre apparater, der kan ses audiovisuelt indhold på. Selvom det stadig er en forholdsvis lille andel, der ikke har noget tv-apparat (6,3 % af husstandene), er det en udvikling, der kunne se ud til at tage til i hastighed. Husstande uden tv-apparat er især et hovedstadsfænomen og ses især i le



ddet af tv
sening af
eneste år.
. Generelt
t tv ligger
lativt højt
nan ser på
r været et
et gælder
tidspunkt
på stre-
t godt en
er og tv-
el gør det
ersgruppe
st en gang
platforme
et set kan
edtages –
å været en
t, men en

audiovisuelt

Indholdsfortegnelse

1. Introduktion.....	2
2. Hovedresultater.....	3
3. Konklusion	5
4. Tv-husstande og tv-sening i Danmark	6
4.1 Tv-husstande i Danmark.....	6
4.2 Ikke-tv-husstande i Danmark.....	8
4.3 Antal tv-kanaler, der kan modtages i de danske husstande	13
4.4 Danskernes tv-sening: Seertid for traditionelt tv, streaming og tv på internettet	14
4.5 De mest sete kanaler – Toplisten 2014	21
5. Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark	23
5.1 Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af danskernes tv-sening	23
5.2 Daglig og ugentlig reach for public service-tv og ikke-public service-tv.....	29
6. De regionale TV 2-stationer.....	31
6.1 Indledning.....	31
6.2 De regionale TV 2-stationer i TV 2's sendeflade - seertal	31
6.3 De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler.....	42
7. Ikkekommercielt lokal-tv	46
7.1 Indledning - baggrund	46
7.2 Reach for ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1	47
8. Metode	50
9. Brug af data og resultater.....	52
10. Figurfortegnelse.....	53
11. Tabelfortegnelse.....	54

1. Introduktion

Kapitlet om tv er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater:**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker med kort ledsagende tekst.
- **Konklusion**
- **Tv-husstande og tv-sening i Danmark:**
Hvor mange tv-apparater har de danske husstande, og hvad kendetegner de husstande, der ikke har noget tv-apparat. Hvor mange kanaler kan husstandene modtage, hvor lang tid ser vi traditionelt tv, hvor ofte streamer vi og ser tv på internettet og hvad er de mest sete kanaler.
- **Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark:**
Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af tv-seningen, udvikling over tid og i forskellige målgrupper. Public-service-share fordelt på kanaler og public service-share i nordiske lande.
- **De regionale TV 2-stationer:**
Sening af de regionale TV 2-stationer i TV 2's sendeflade. Andel af seningen i alt og fordelt på målgrupper. Sening af de regionale TV 2-stationers 24-timerskanaler.
- **Ikkekommercielt lokal-tv:**
Sening per kvartal af ikkekommercielt lokal-tv.
- **Metode**
- **Brug af resultater**

Kapitlet om tv er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-seningen i Danmark – Gallup/TV-Meter (inklusive Annual Survey-resultater). Dertil kommer tal fra Danmarks Statistiks registre. Der henvises til metodeafsnittet i slutningen af dette kapitel for en nærmere beskrivelse af metoderne.

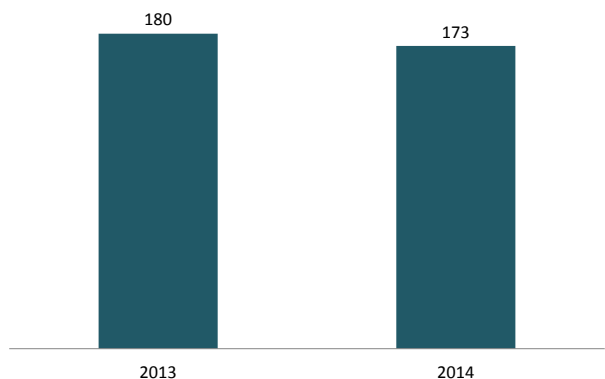
Gallup/TV-Meter har frem til december 2013 alene målt den traditionelle sening af lineært (flow-)tv i Danmark. Dette betyder, at kapitlet om tv, der omfatter årene 1992-2014, som udgangspunkt ikke indeholder resultater for sening af tv på andre platforme og hos nye on-demand-udbydere og streamingtjenester som f.eks. YouTube, Netflix og HBO Nordic. Fra og med 1. december 2013 er måling af tv-sening på computere (PC og MAC) inkluderet i målingen men kan ikke vises separat. Sening på computere indgår dog kun i nogen grad i målingerne, da der kun inkluderes sening op til cirka en uge efter udsendelsen i tv.

2. Hovedresultater

Daglig sening af traditionelt tv

Den gennemsnitlige daglige tv-sening af traditionelt flow-tv er faldet fra 180 til 173 minutter om dagen fra 2013 til 2014.

Gennemsnitlig daglig tv-sening af traditionelt tv i minutter 2013-2014 - Alle

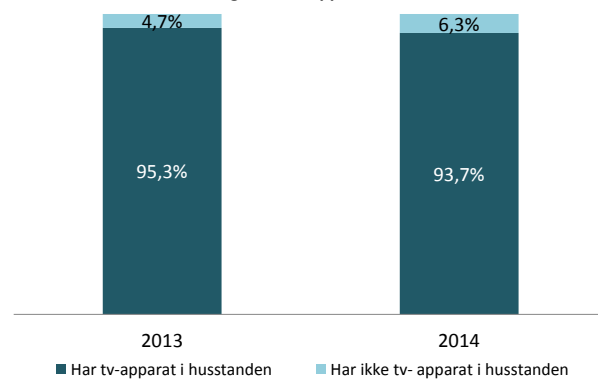


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

Tv-apparater i husstanden

Andelen af danske husstande, der ikke har noget tv-apparat, er steget fra 4,7 % 6,3 % fra 2013-2014.

Andel husstande i % med og uden tv-apparat 2013-2014

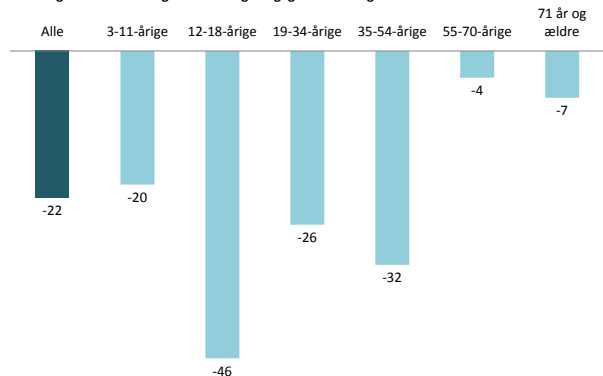


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter – Annual Survey uge 31-48/2013 og uge 32-48/2014

Ændring i dagligt tv-forbrug 2012-2014

Fra 2012 til 2014 er det daglige tidsforbrug på traditionel tv-sening faldet med 46 minutter hos de 12-18-årige mod 22 minutter i befolkningen generelt.

Ændring i minutter i det gennemsnitlige daglige tidsforbrug 2012-2014

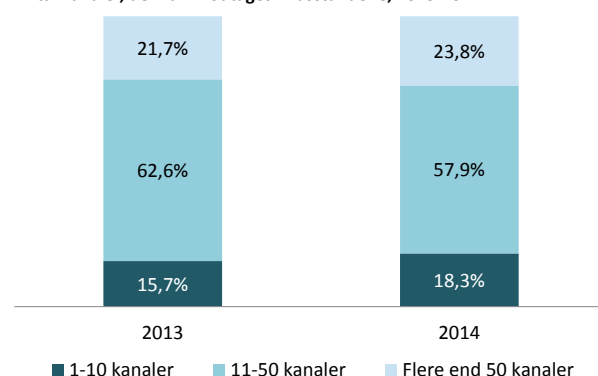


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

Antal tv-kanaler, der kan modtages

Andelen af danske tv-husstande, der kan modtage 1-10 kanaler, er steget fra 21,7 % til 23,8 %. Andelen, der kan modtage 11-50 kanaler, er faldet fra 62,6 % til 57,9 %. Andelen der kan modtage over 50 kanaler er steget fra 15,7 % til 23,8 %.

Antal kanaler, der kan modtages i husstandene, 2013-2014

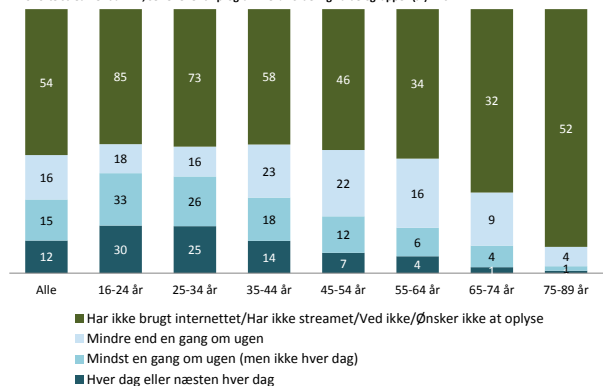


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter – Annual Survey uge 31-48/2013 og uge 32-48/2014

Streaming af film, serier, tv-programmer

Kun 12 % af befolkningen streamer film, serier eller tv-programmer dagligt/næsten dagligt. Blandt de 16-24-årige er det 30 % og blandt de 25-34-årige er det 25 %.

Hvor ofte streamer du film, serier eller tv-programmer? Fordeling i aldersgrupper (%) - 2014

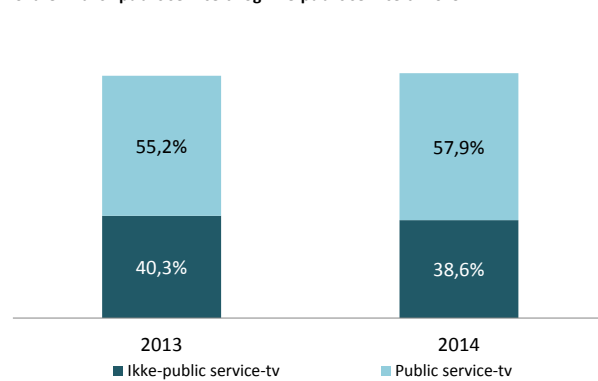


Kilde: Danmarks Statistik – it-anvendelsen i befolkningen

Share public service og ikke-public service-tv

Public service-tv's andel af den traditionelle tv-sening er steget fra 55,2 % til 57,9 %. Ikke-public-service-tv's andel er faldet fra 40,3 % til 38,6 %.

Share - Dansk public service-tv og ikke-public service-tv 2013-14

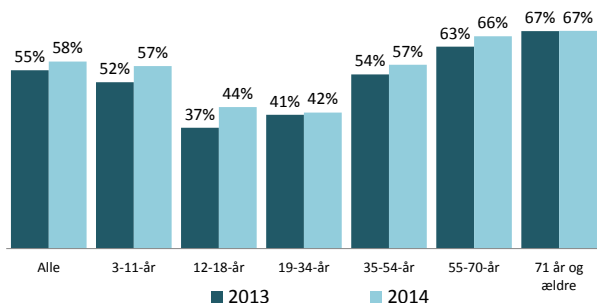


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

Share (%) public service-tv og alder

Stigningen er størst i aldersgrupperne 12-18 år (fra 37 % til 44 %) og 3-11 år (52 % til 57 %).

Public service-tv: Share (%) og alder 2013-2014

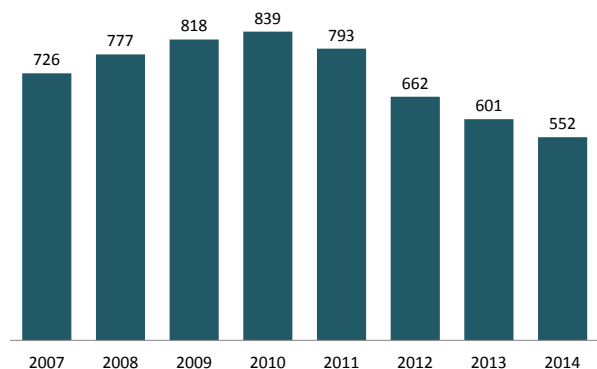


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

De regionale TV 2-stationer i TV 2-sendefluden: Seertal i 1.000 for 19.30-udsendelsen

Faldende seertal for de regionale TV 2-stationers 19.30-udsendelse i TV 2's sendeflade siden 2010.

Seertal i 1.000 (Rtg): 19.30-udsendelsen - 2007-2014

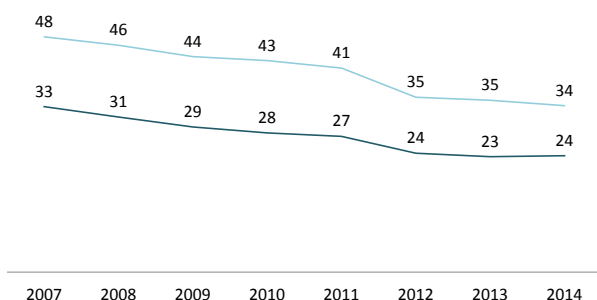


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

Andel af seningen (share i %) – TV 2 (hovedkanalen) og de regionale TV 2-stationers 19.30-udsendelse i vindue på TV 2

Udviklingen i share for de regionale TV 2-stationers 19.30-udsendelse (især) og generelt i vinduerne i TV 2's sendeflade følger udviklingen i share for TV 2's hovedkanal.

Share (%) TV 2 og de regionale TV 2-stationer kl. 19.30

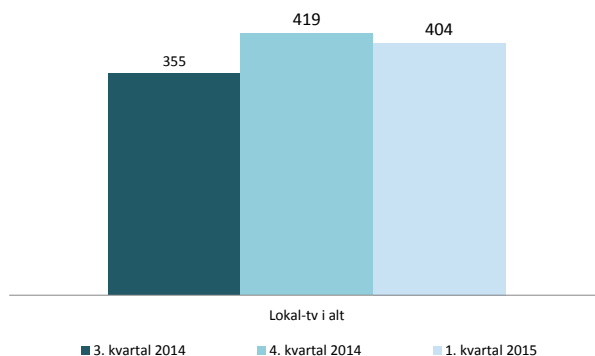


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

Ikkekommerciel lokal-tv – seere

I 1. kvartal 2015 var der samlet set 404.000 personer, der havde set mindst fem sammenhængende minutter ikkekommerciel lokal-tv.

Lokal-tv: Antal personer i 1.000, der per kvartal har set min. 5 sammenh. minutter lokal-tv (Reach(000)) - 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter

3. Konklusion

Det blev allerede i sidste års rapportering om mediernes udvikling i Danmark slået fast, at medierne, mediebrugen og mediebranchen generelt er under forandring i disse år. Mediekategorierne ændrer sig og går i en eller anden forstand lidt i opløsning i disse år. Tv-mediet er naturligvis ingen undtagelse fra det.

Udbuddet af tv eller tv-lignende indhold, der er tilgængeligt på andre måder end ved sening af lineært flow-tv på det traditionelle tv-apparat, er steget kraftigt de seneste år. Seningen af det traditionelle tv er da også faldet i takt med denne udvikling. Generelt er der tale om en glidende udvikling, og den daglige sening af traditionelt tv ligger med 173 daglige minutters traditionel tv-sening i 2014 fortsat på et relativt højt niveau set i historisk perspektiv. Udviklingen er dog meget forskellig, når man ser på forskellige aldersgrupper. Set over den toårige periode 2012-2014 har der været et fald på hele 46 minutter for de 12-18-åriges daglige tv-sening, når det gælder traditionelt tv, og på 32 minutter for de 35-54-årige.

Der er på nuværende tidspunkt ikke officielle brancheanerkendte målinger i forhold til tid brugt på streamingtjenester og tv-sening via internettet. Der er dog tal der viser, at godt en tredjedel af både de 16-24-årige og 25-34-årige streamer film, serier og tv-programmer dagligt eller næsten dagligt og yderligere godt en tredjedel gør det mindst en gang om ugen (men ikke dagligt). Selv for den ældste aldersgruppe mellem 75 og 89 år er det samlet set knap en fjerdedel, der streamer mindst en gang om ugen eller dagligt/næsten dagligt. Så forbruget flytter over på andre platforme end det traditionelle tv, vi kender blot endnu ikke det reelle omfang. Samlet set kan man formode, at seningen af audiovisuelt indhold – når alle platforme medtages – nok ikke er faldende men måske endda stigende.

De seneste år har der også været en løbende stigning i andelen af husstande, der ikke har noget tv-apparat, men en stigning i familiernes besiddelser af andre apparater, der kan ses audiovisuelt indhold på. Selvom det stadig er en forholdsvis lille andel, der ikke har noget tv-apparat (6,3 % af husstandene), er det en udvikling, der kunne se ud til at tage til i hastighed. Husstande uden tv-apparat er især et hovedstadsfænomen og ses især i lejligheder i etageejendomme og 1-personers husstande.

Public service-tv udgør stadig den største andel af danskernes tv-sening – en andel der efter en årrække med en faldende andel er steget fra 2013-2014. I løbet af en uge er public service-kanalerne i kontakt med en meget stor del af befolkningen.

De regionale TV 2-stationer er i år med i Rapportering om mediernes udvikling i Danmark for første gang. Stationerne havde i 2014 samlet set over en halv million daglige seere til hovedudsendelsen kl. 19.30 i vinduet i TV 2's sendeflade eller en share (andel af seningen) på 33,6 %. Seertal og share har dog været faldende siden 2010, hvor der var mere end 800.000 daglige seere af 19.30-udsendelsen og en share på 42,7 %. De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler, der påbegyndte udsendelser i 2012, havde i 2014 et seertal på lidt over 22.000 for 19.30-udsendelsen.

Også ikkekommercielt lokal-tv er med i rapporteringen for første gang i år. Der blev i februar 2014 indført en ny ordning for ikkekommercielt lokal-tv, der betød, at disse tv-kanaler har fået målt deres sening via de officielle, brancheanerkendte målinger i Gallup/TV-meter siden 1. juli 2014. Tallene for seningen af disse stationer opgøres akkumuleret på kvartalsbasis. I 1. kvartal 2015 var der således samlet set 404.000 personer, der havde set mindst 5 sammenhængende minutters lokal-tv.

4. Tv-husstande og tv-sening i Danmark

Kapitlet om tv er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-seningen i Danmark – Gallup/TV-Meter (inklusive Annual Survey-resultater). Dertil kommer tal fra Danmarks Statistiks registre.

Gallup/TV-Meter har frem til december 2013 alene målt den traditionelle sening af lineært (flow-)tv i Danmark. Dette betyder, at kapitlet om tv, der omfatter årene 1992-2014, som udgangspunkt ikke indeholder resultater for sening af tv på andre platforme og hos nye on demand-udbydere og streamingtjenester som f.eks. YouTube, Netflix og HBO Nordic. Fra og med 1. december 2013 er måling af tv-sening på computere (PC og MAC) inkluderet i målingen men kan ikke vises separat. Sening på computere indgår dog kun i nogen grad i målingerne, da der kun inkluderes sening op til cirka en uge efter udsendelsen i tv.

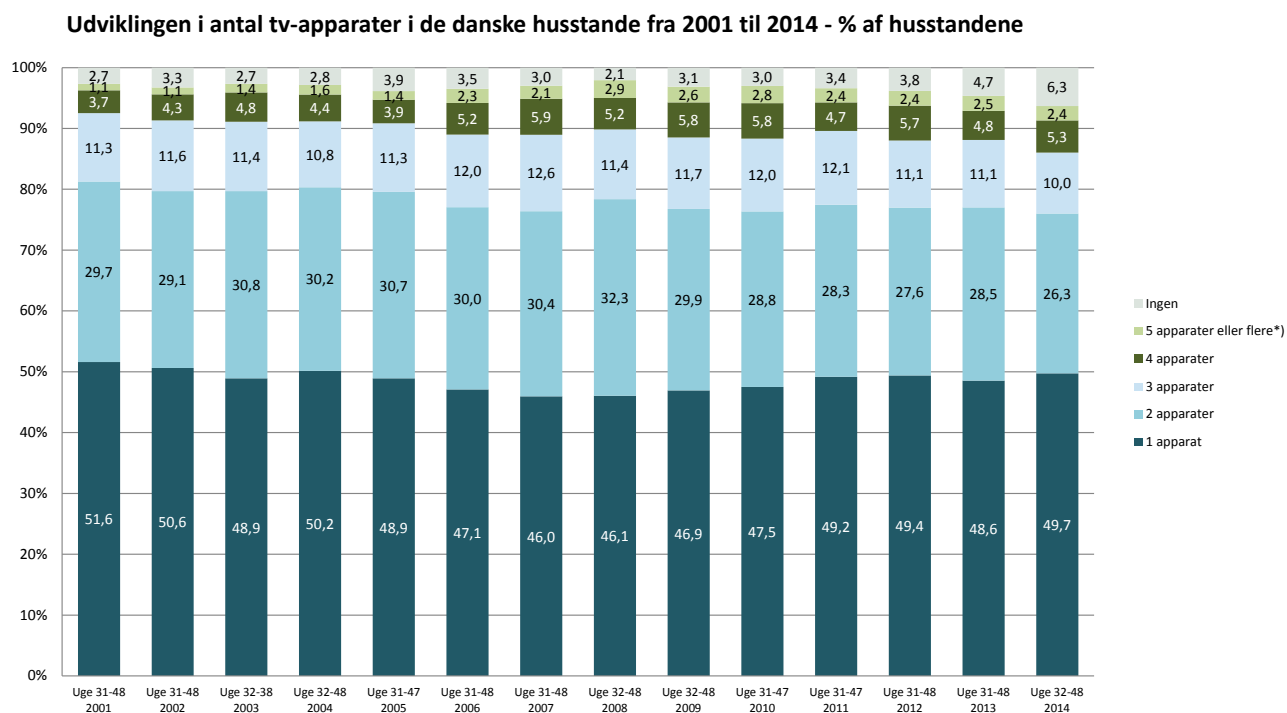
4.1 Tv-husstande i Danmark

Der er fra slutningen af 2013 til slutningen af 2014 sket en svag stigning i andelen af husstande, der kun har ét tv-apparat (fra 48,6 % til 49,7 %). Derudover er der sket en stigning i andelen af husstande, der slet ikke har noget tv-apparat (fra 4,7 % til 6,3 %). Andelen af husstande, der ikke har noget tv-apparat i husstanden, er fortsat lav, men andelen har, som det ses af figur 1 neden for, været i stort set konstant stigning siden 2008 – en udvikling der for alvor har taget fart de seneste par år.

Figur 1: Antal tv-apparater i de danske husstande i 2001-2014 – fordeling af husstandene i %

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

Kulturstyrelsen



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey/Husstandsbaser
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NBI Lille stikprøve

Hvordan udviklingen for antallet af tv-apparater i de danske husstande har været siden 2001 kan også ses af tabel 1 neden for, hvor tallene er blevet indekseret, med 2001 sat som indeks 100. Her kan det ses, at husstande uden tv-apparater er steget fra indeks 78 i 2008 til indeks 237 i 2014.

Tabel 1: Indekserede tal – udviklingen i antal tv-apparater i de danske husstande 2001-2014. 2001 Basisår – Indeks 100.

	1 apparat	2 apparater	3 apparater	4 apparater	5 apparater eller flere*)	Ingen
Uge 31-48 2001	100	100	100	100	100	100
Uge 31-48 2002	98	98	103	115	104	123
Uge 32-38 2003	95	104	101	129	131	100
Uge 32-48 2004	97	102	96	119	146	107
Uge 31-47 2005	95	103	100	104	131	145
Uge 31-48 2006	91	101	106	139	216	131
Uge 31-48 2007	89	103	112	159	199	111
Uge 32-48 2008	89	109	102	139	271	78
Uge 32-48 2009	91	101	104	155	239	118
Uge 31-47 2010	92	97	107	156	264	113
Uge 31-47 2011	95	95	108	126	218	127
Uge 31-48 2012	96	93	98	153	225	144
Uge 31-48 2013	94	96	98	128	228	175
Uge 32-48 2014	96	89	89	142	220	237

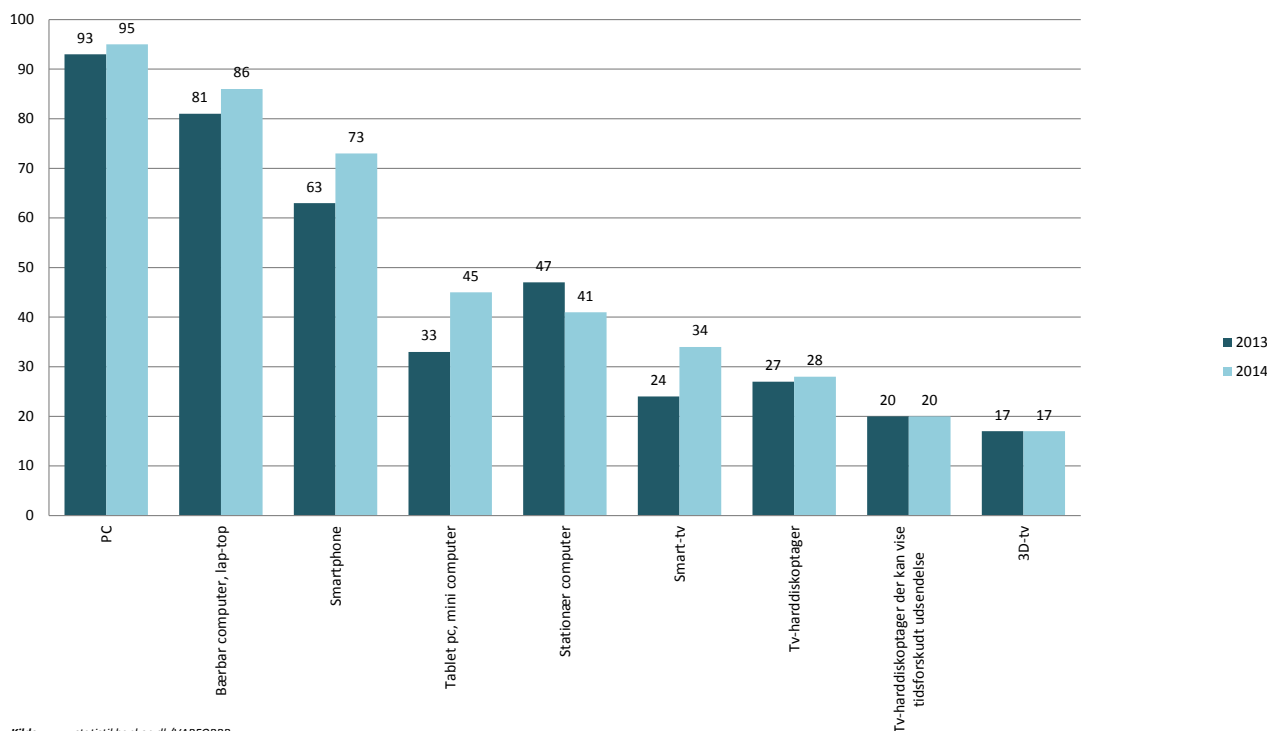
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter – Annual Survey/Husstandsbaser, *) Lille stikprøve
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Ser man som i figur 2 neden for imidlertid på familiernes besiddelse af andre apparater end det traditionelle tv-apparat, der kan ses tv på (Danmarks Statistiks opgørelse af Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart og tid, VARFORBR) har der fra 2013 til 2014 været relativt store stigninger for især smartphone (steget fra 63 % til 73 % af husstandene), tablet pc, mini computer (fra 33 % til 45 %), men også fremgang for PC (fra 93 % til 95 %) og bærbar computer, lap-top (fra 81 % til 86 %).

Der er derudover sket en stigning fra 24 % til 34 % i andelen af husstande, der har smart-tv.

Figur 2: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart og tid (% af familierne), 2013-2014
 Apparater, der kan ses tv/video på/ved hjælp af.

Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart og tid (% af fam.) 2013-2014



Kilde: www.statistikbanken.dk/VARFORBR
 Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Danske familier

4.2 Ikke-tv-husstande i Danmark

I lyset af udviklingen med en stigning i andelen af danske husstande, der ikke har noget tv-apparat, og en stigning i andelen af danske familiers besiddelse af andre typer af apparater, der kan ses tv på, kan det være interessant at se på, om husstandene uden tv-apparater har nogle karakteristika, der adskiller dem fra de øvrige husstande. Som det fremgår neden for, adskiller de husstande, der ikke har et tv-apparat i husstanden, sig på flere områder ganske meget fra de danske husstande generelt.

Tabel 2: Husstande uden tv-apparat i husstanden sammenlignet med de danske husstande generelt

	Andel (%) af de husstande, der ikke har noget tv-apparat, som....	Andel (%) af de danske husstande generelt, som...
Bor i hovedstaden	45 %	31 %
Bor i etageejendom/beboelsesejendom (lejlighed)	66 %	38 %
Bor i hus, villa eller parcelhus	20 %	47 %
Bor i værelse	5 %	1 %
Bor i leje- eller tjenestebolig	66 %	40 %
Bor i ejerbolig	21 %	53 %
Bor i 1-personshusstande	58 %	39 %
Har en årlig husstandsindkomst under 199.999 kr.	37 %	21 %
Har en årlig husstandsindkomst på over 500.000 kr.	14 %	29 %
Er i livscyklusfasen "Unge enlige eller par uden børn (Liv 1)"	46 %	12 %
Er i livscyklusfasen "Enlige eller par uden børn (Liv 3)"	23 %	19 %
Er i livscyklusfasen "Ældre (Liv 4)"	12 %	40 %
Har adgang til internet hjemme	77 %	89 %
Har computer	79 %	88 %
Har mobiltelefon med bredbånd	68 %	70 %
Har en iPad eller anden form for tablet	35 %	50 %

Kilde: TNS Gallup/TV-Meter – Annual Survey uge 32-48 2014/Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Tallene viser, at streaming i nogen udstrækning er et hovedstadsfænomen. Der kan også ligge i tallene, at der er en andel af de danske husstande, der vitterlig ikke ser tv hverken via det traditionelle tv-apparat eller via internet eller mobil.

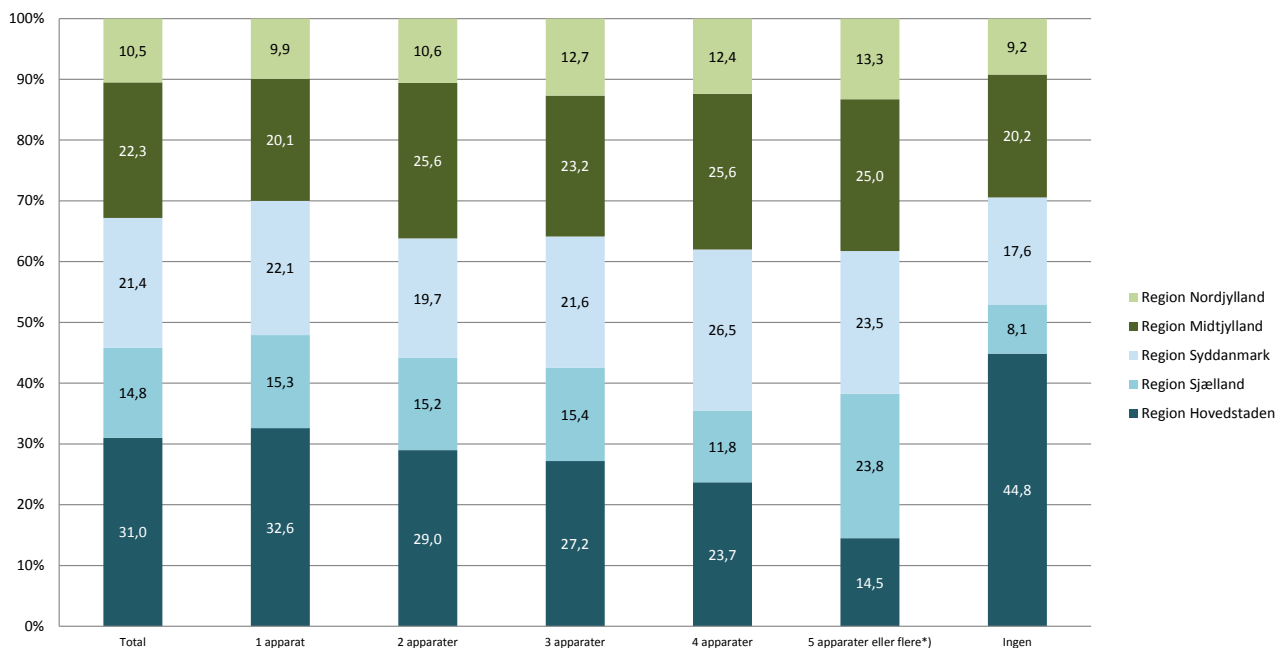
Figurerne 3.1 til 3.7 viser, hvordan husstande med forskelligt antal tv-apparater i husstanden eller ingen tv i husstanden ser ud i forhold til parametre som geografi, boligtype, ejerform af boligen, husstandsindkomst, husstandsstørrelse, livscyklus og adgang til internet hjemme. Af figurerne kan det tydeligt ses, at husstande uden tv-apparat adskiller sig – på visse områder ganske meget – fra husstande, der har 1 eller flere tv-apparater i hjemmet.

Figur 3.1: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på regioner

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

KULTURSTYRELSEN

Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på regioner

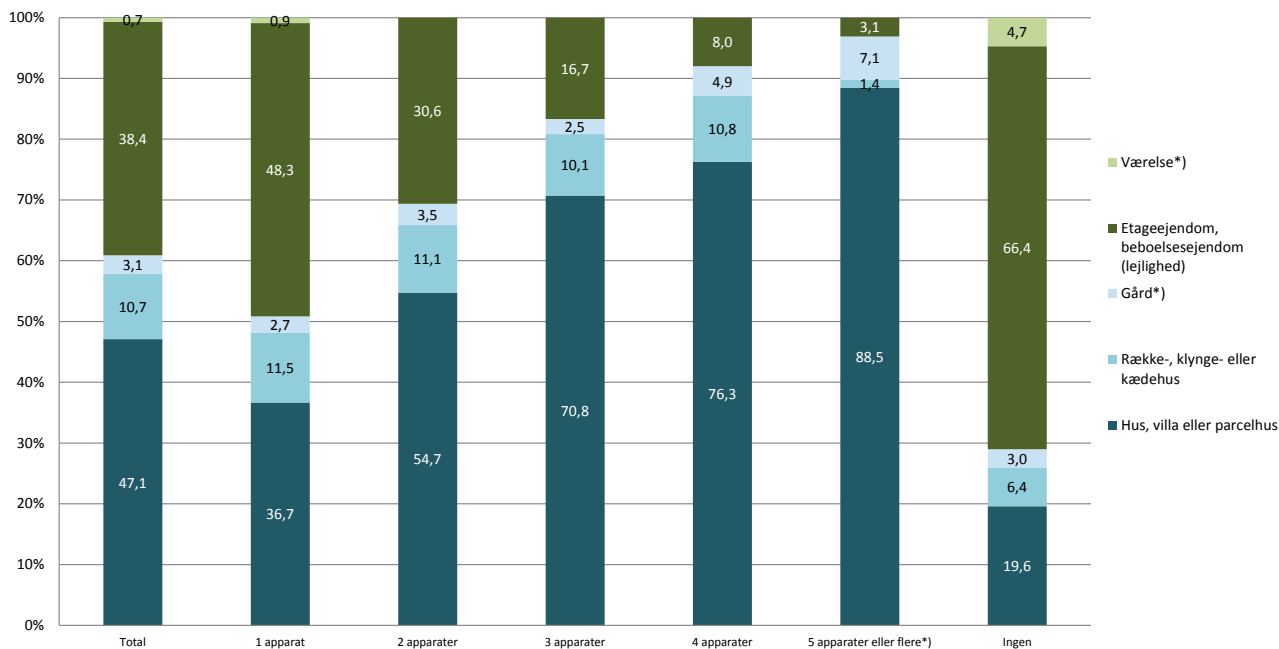


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.2: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på boligtyper

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater fordelt på boligtyper

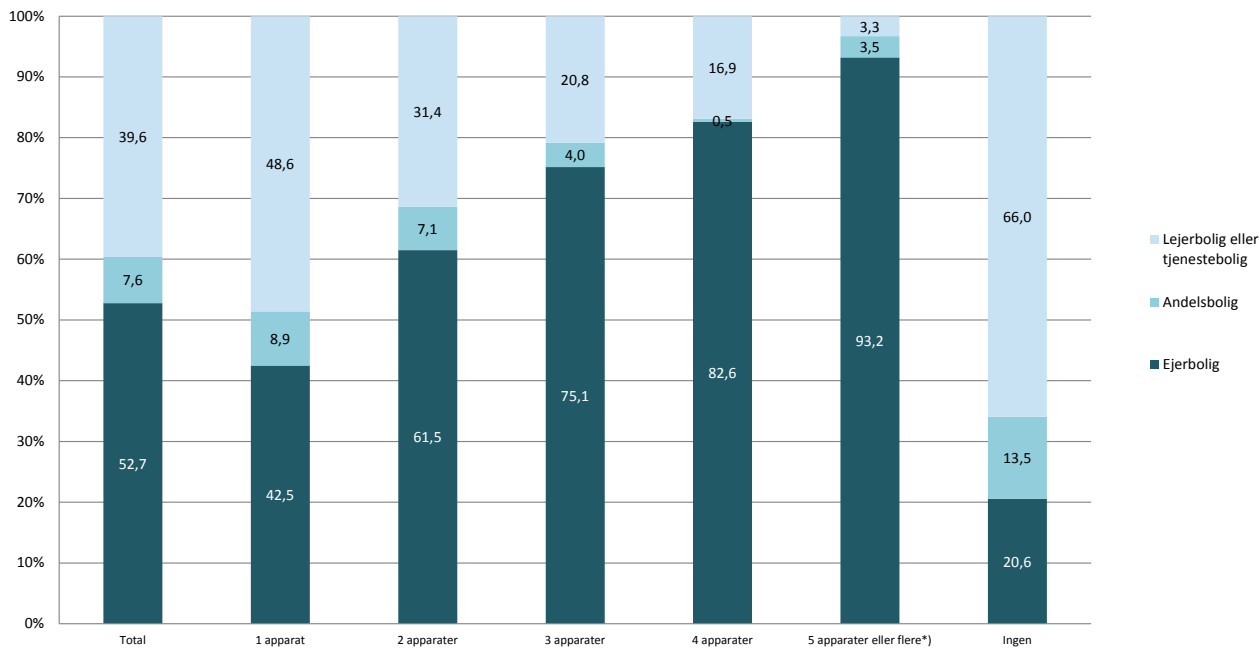


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.3: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt efter ejerform af bolig

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater fordelt efter ejerform af bolig

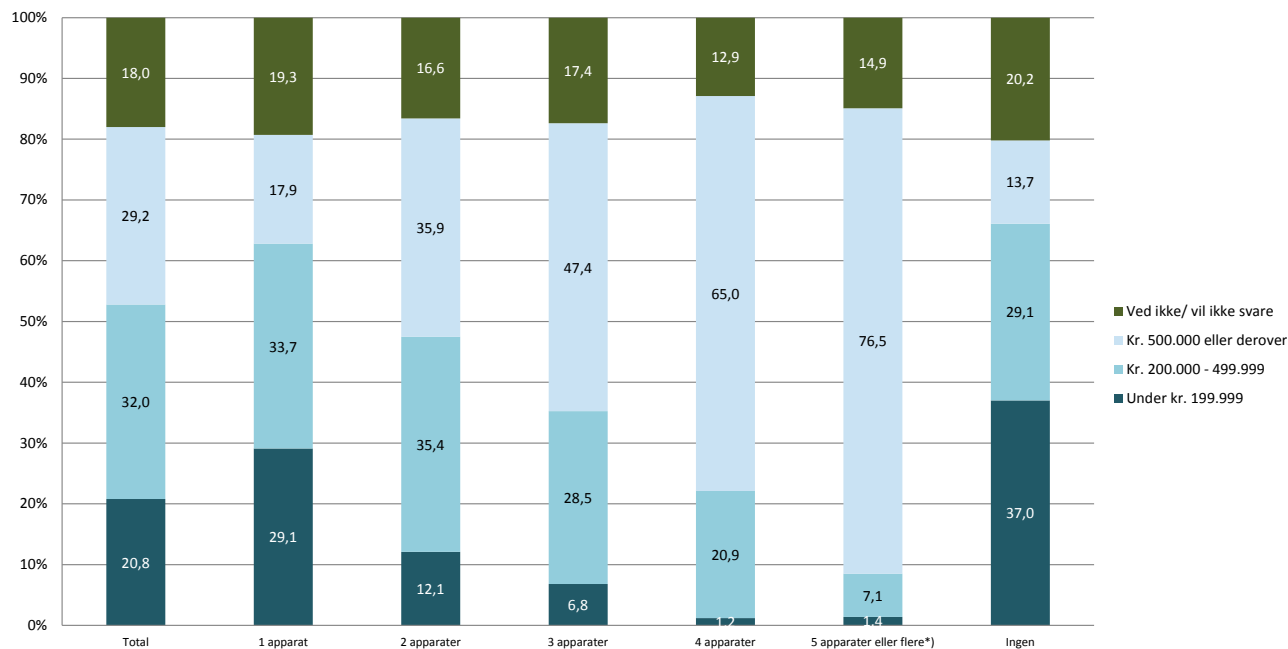


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.4: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt efter husstandsindkomst

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater fordelt på husstandsindkomst

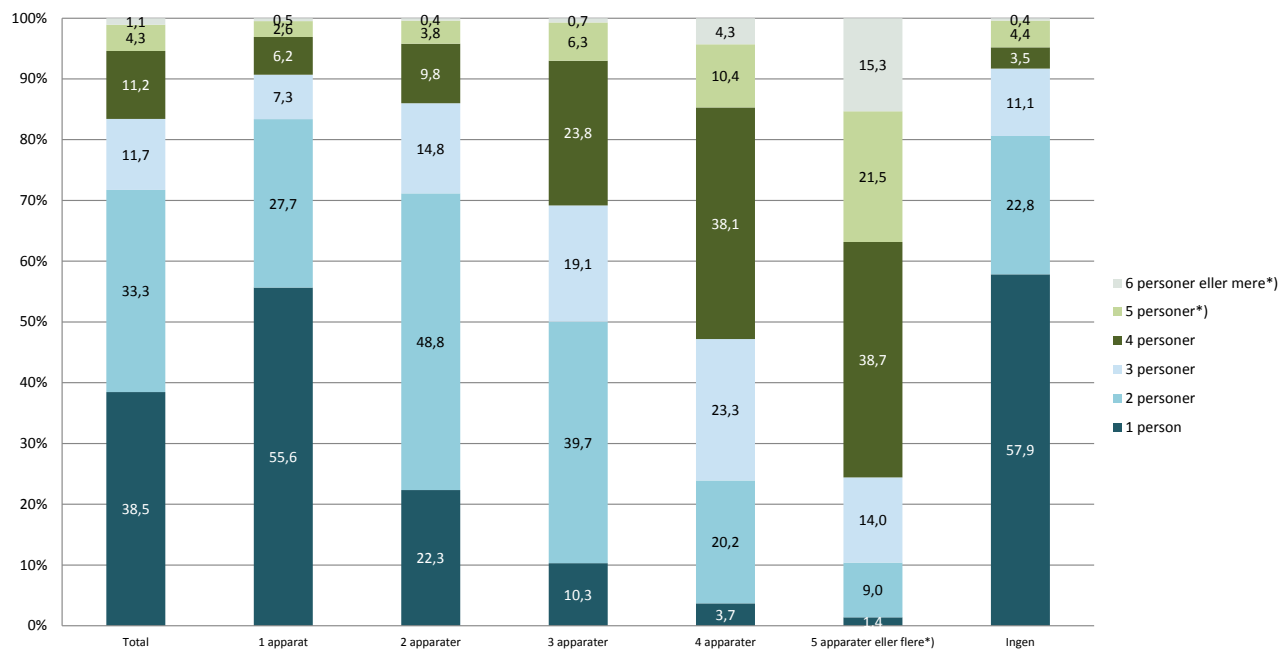


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.5: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på husstandsstørrelse

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater fordelt på husstandsstørrelse

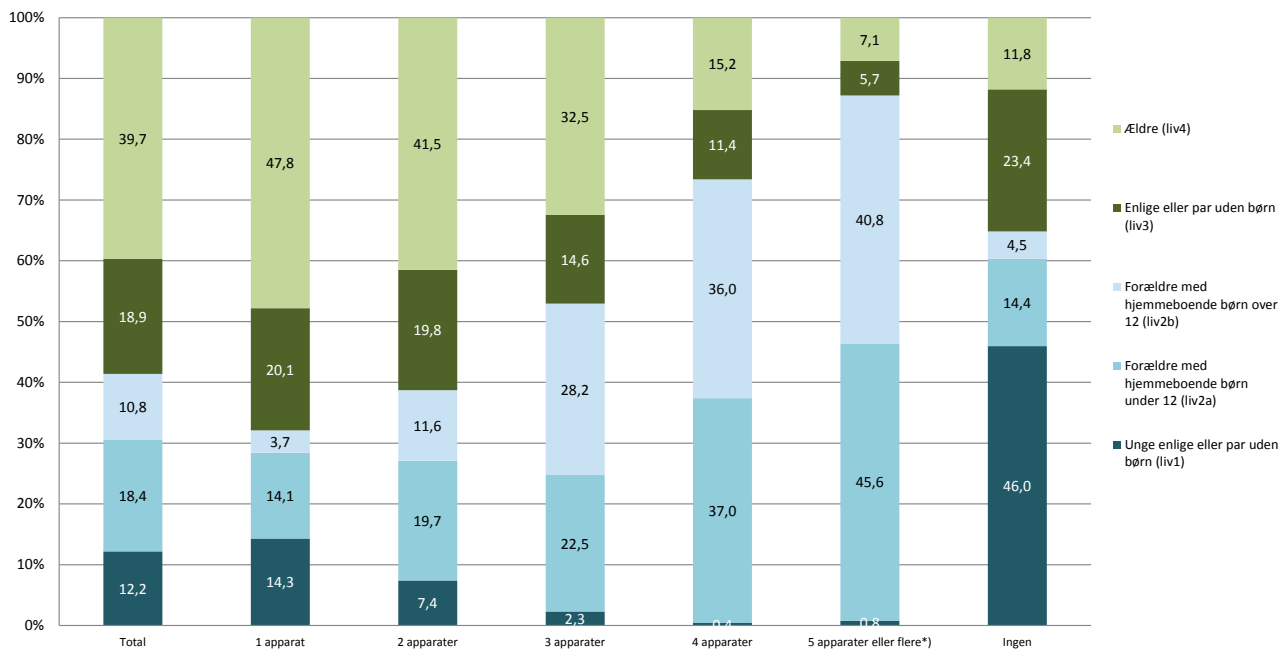


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.6: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på livscyklus

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater fordelt på livscyklus

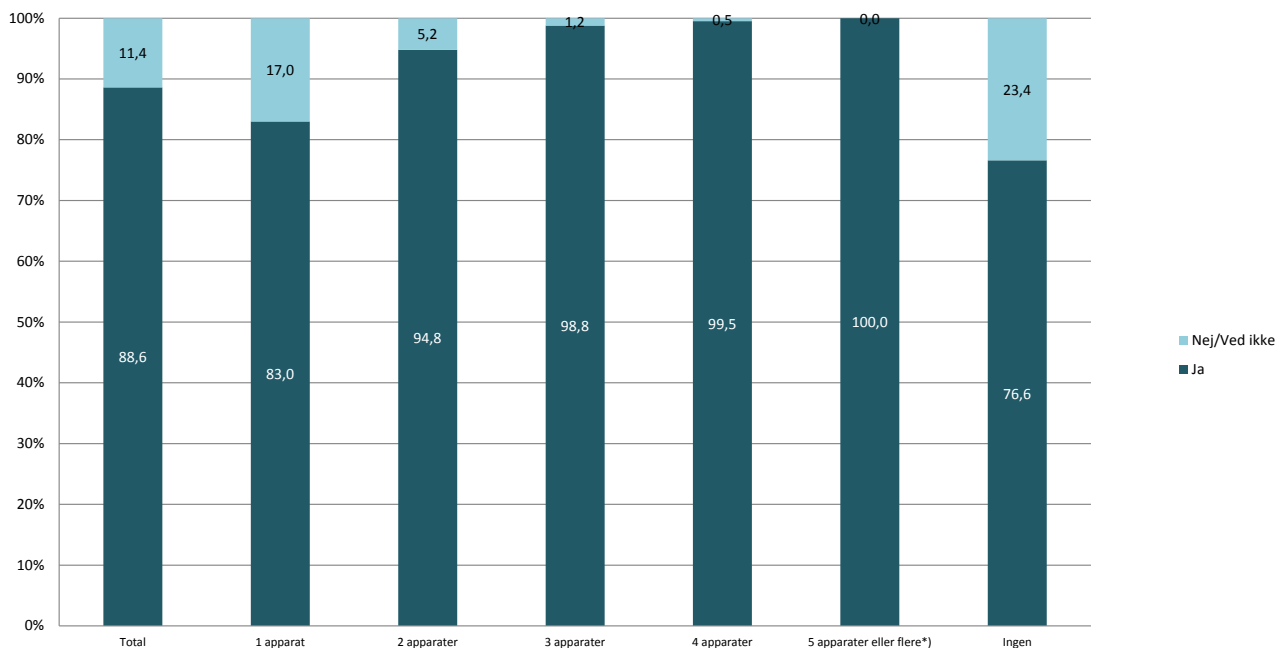


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Figur 3.7: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater der har adgang til internet

Andel af husstande i % med [antal] tv-apparater der har adgang til internet hjemme



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

4.3 Antal tv-kanaler, der kan modtages i de danske husstande

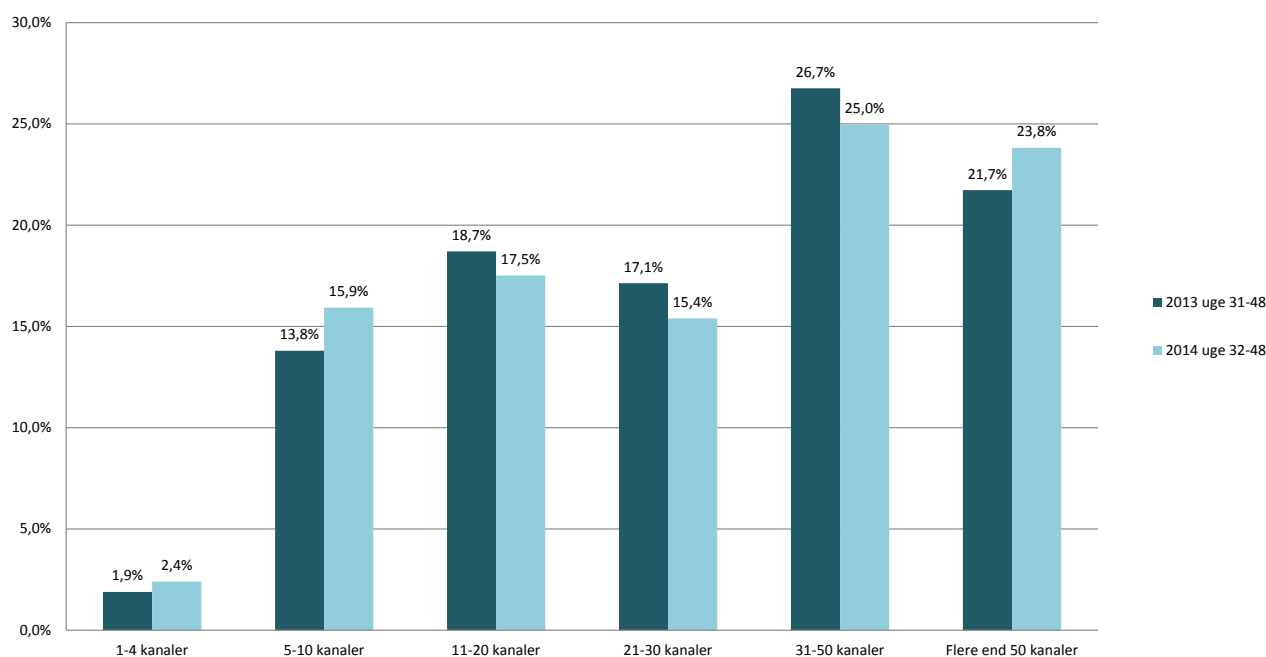
En stor del af de danske husstande kunne også i 2014 modtage et ganske betragteligt antal tv-kanaler. Faktisk er der fra 2013 til 2014 sket en mindre stigning i andelen af husstande, der kan modtage mere end 50 kanaler (fra 21,7 % i 2013 til 23,8 % (en stigning fra 540.000 til 585.000 husstande) i 2014). Der er dog også sket en stigning i andelen af husstande, der kan tage 10 kanaler eller mindre (fra 15,7 % i 2013 til 18,3 % (fra 390.000 til 450.000 husstande) i 2014). Derimod er der sket et fald i andelen af husstande, der kan tage mellem 11 og 50 kanaler (fra samlet set 62,6 % i 2013 til 57,9 % (fra 1.556.000 til 1.421.000 husstande) i 2014), så tendensen i retning af mindre kabelpakker og "cable-shaving" i de danske husstande kan for en dels vedkommende genfindes.

Figur 4: Antal kanaler, der kan modtages i husstanden 2013-2014 – fordeling af husstandene i %

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

Kultur
STYRELSEN

Antal tv-kanaler, der kan modtages i husstanden 2013-2014 - fordeling af tv-husstande i %

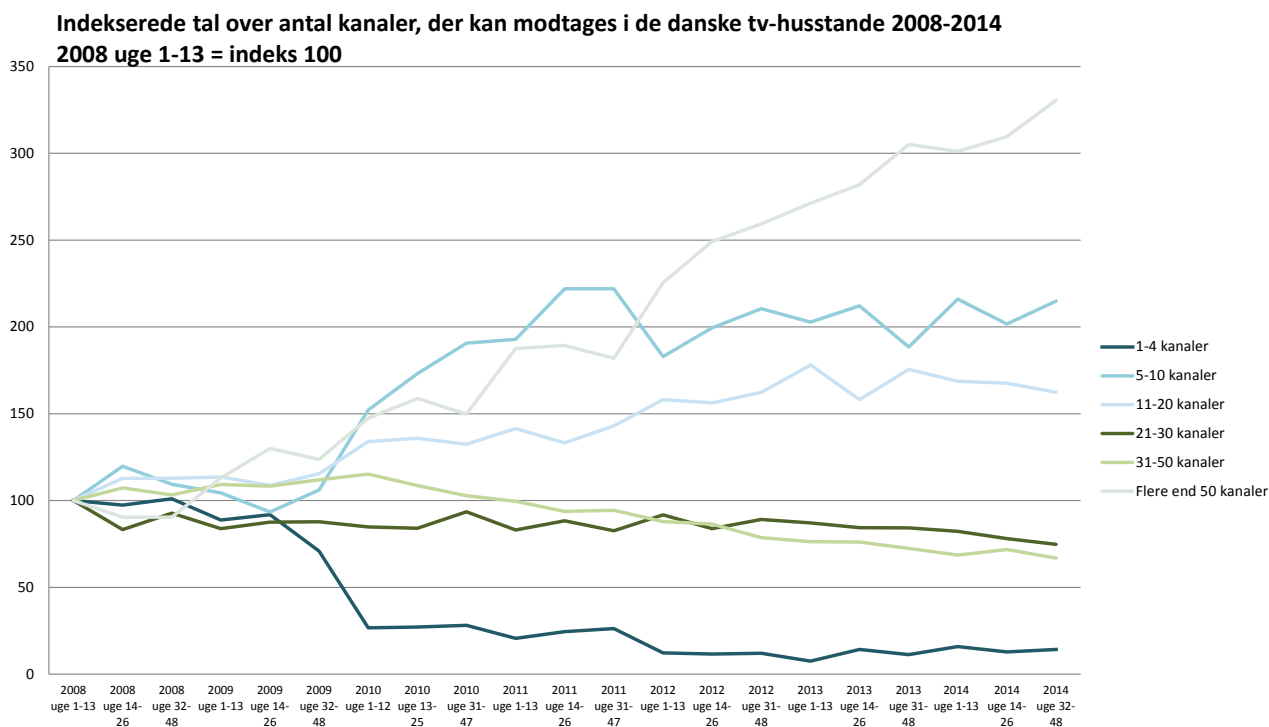


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey Uge 32-48 2014/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tv-husstande

Ses på udviklingen fra starten af 2008 til slutningen af 2014 er der sket mere end en tredobling i antallet af husstande, der kan modtage mere end 50 kanaler, mens der omvendt er sket et fald på næsten 90 % i antallet af husstande, der kan modtage mellem 1 og 4 tv-kanaler. I figur 5 neden for er resultaterne for antallet af tv-kanaler, der kan ses i husstanden, indekseret med uge 1-13 2008 sat til indeks 100. Her kan man se, hvor markant udviklingen har været for en række af kanal-pakkestørrelserne – og fortsat er for de allerstørste pakker på mere end 50 kanaler.

Figur 5: Indekserede tal over antal kanaler, der kan modtages i de danske husstande i perioden 2008-2014
2008 uge 1-13 = Indeks 100



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey/Husstandsbase
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tv-husstande

Der henvises til afsnittet "Branche og forbrug" for en samlet gennemgang af husstandenes forbrug på medierelaterede poster og udviklingen heri.

Med hensyn til tv-sening på andre platforme henvises til afsnittet "Netbrug og enheder", hvor tv-sening på internettet behandles.

4.4 Danskernes tv-sening: Seertid for traditionelt tv, streaming og tv på internettet

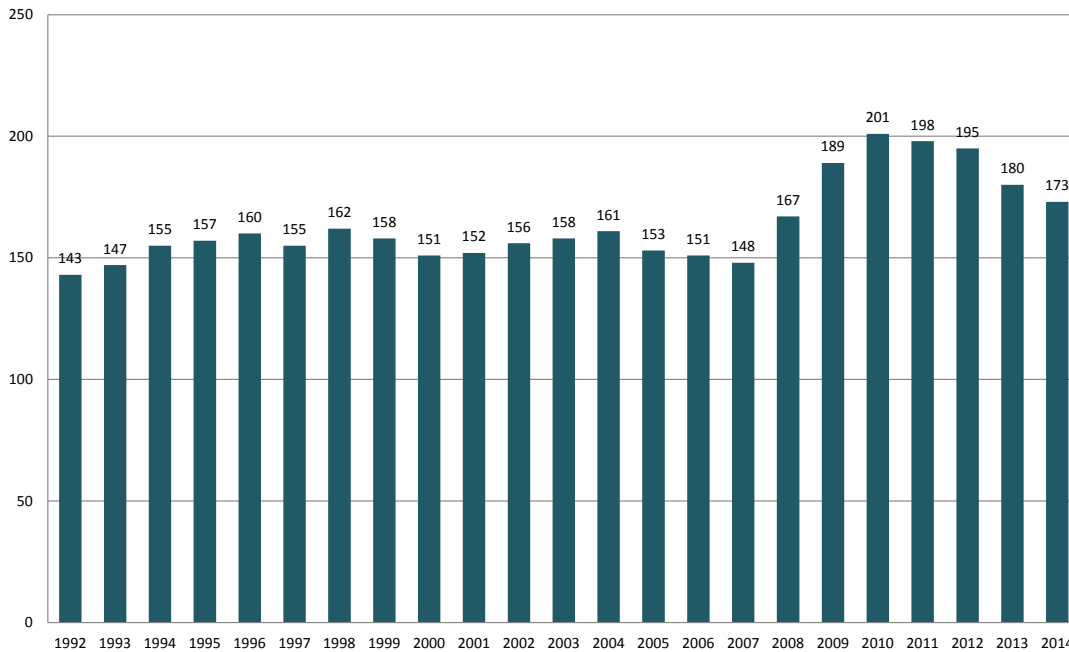
I 2014 så danskerne i gennemsnit traditionelt fjernsyn 2 timer og 53 minutter dagligt. Dette er et fald på syv minutter i forhold til 2013 og lige knap en halv time (28 minutter) i forhold til 2010, som er det år, hvor der siden 1992 er set mest tv (3 timer og 21 minutter om dagen). Der er dog fortsat tale om et meget højt niveau af tv-sening, og vi skal tilbage til 2008 for at finde lavere niveauer af sening (167 minutter dagligt).

Ligesom i rapporteringen for 2013 er det ikke muligt at udtale sig kategorisk om, hvorvidt der er tale om et reelt fald i tv-seningen, eller om tv-seningen er skiftet over til andre platforme og har andre former. Man kan naturligvis have formodninger om, at seningen flytter over på andre platforme, især for de yngre aldersgrupper, men forbruget på disse andre platforme er endnu ikke dokumenteret på samme måde som den traditionelle tv-sening er, og vi kan derfor ikke udtale os kategorisk om det. Dette afsnit vedrører hovedsageligt den sening, der bliver målt i Gallup/TV-Meter, og her er registreret et fald. Først fra 1. december 2013 er sening på PC og MAC i en vis udstrækning inkluderet i målingen, mens sening på tablets og smart phones endnu ikke er inkluderet.

Der er dog neden for i dette kapitel samt i kapitlet om "Internetbrug og enheder" også oplysninger om, hvor ofte husstandene se tv på internettet, og hvor stor en andel af befolkningen, der benytter streamingtjenester.

Figur 6: Gennemsnitlig daglig sening af traditionelt tv i minutter fra 1992-2014 - Alle

Gennemsnitlig daglig sening af traditionelt tv i minutter 1992-2014 - Alle



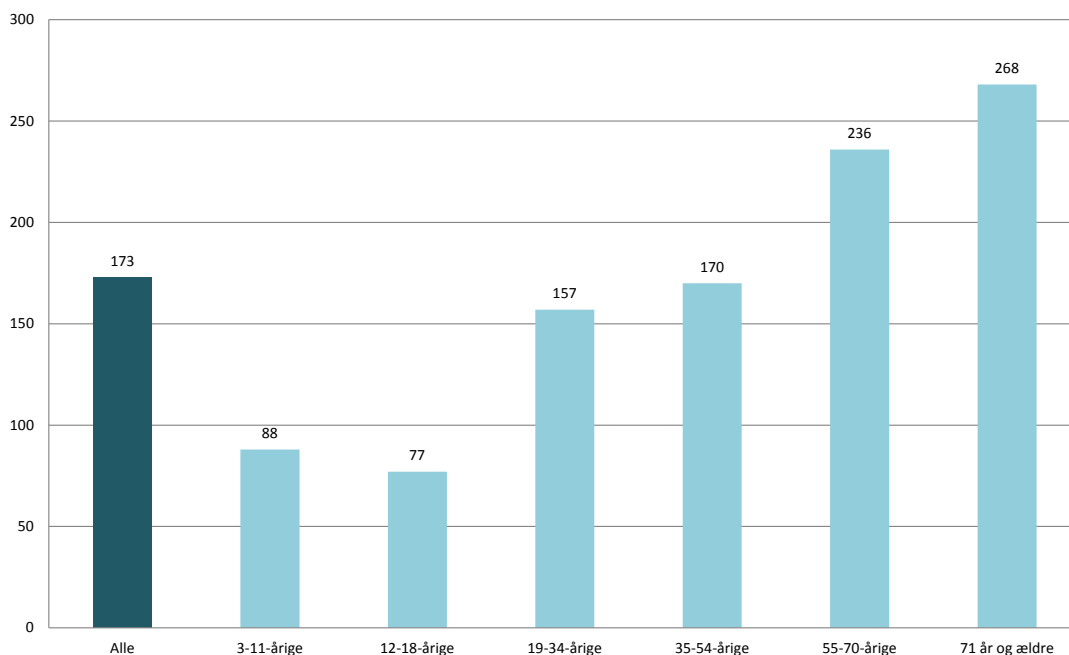
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Der er en tydelig sammenhæng mellem tid brugt på traditionel tv-sening og alder. Jo ældre man er, jo længere tid ser man traditionelt tv dagligt. De 3-11 årige så i 2014 i gennemsnit 88 minutter traditionelt tv om dagen, mens danskere i alderen 71 år og ældre så 268 minutter traditionelt tv om dagen. Den aldersgruppe, der ser allermindst traditionelt tv er de 12-18-årige, der i 2014 i gennemsnit så fjernsyn 77 minutter om dagen.

Figur 7: Gennemsnitlig daglig sening af traditionelt tv i minutter i 2014 og alder

Tv-sening: Gennemsnitligt dagligt tidsforbrug på traditionelt tv i minutter 2014 og alder



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Tv som begreb er under forandring i disse år. De seneste år har budt på en kraftig stigning i udbuddet af tv eller tv-lignende indhold, der distribueres on demand via internettet til modtagelse på andre platforme end det traditionelle tv-apparat: pc, tablets, smart phones og smart tv's med funktioner hentet fra de mobile enheder – internetadgang og apps.

Som en del af udviklingen ses distributører, der nu også tilbyder indhold, der ikke er en del af den traditionelle flow-tv-flade men skal tilgås on demand via internettet. Man kan måske sige, at distributørerne i en vis forstand skifter fra at være en platform til at være et medie – eller fra at være distributører til at være indholdsproducenter.

Også de traditionelle tv-foretagender ændrer rolle og tilbyder nu ikke kun lineært flow-tv på det traditionelle tv men viser det samme indhold livestreamet via internettet. De har også streamingtjenester til tidsforskudt on-demand sening via internettet af allerede udsendte programmer, ligesom det i nogle tilfælde er muligt at se indhold, der enten ikke har været vist endnu på det traditionelle flow-tv eller slet ikke skal vises dér. Tv-stationerne har hjemmesider med et omfattende og varieret indhold af både nyheder, underholdning, undervisning osv.

Flere tv-programmer har egne hjemmesider og debattråde på Facebook, Twitterprofiler, debatfora på hjemmesider o. lign., så der løbende kan være dialog og samspil med seerne – også live under tv-udsendelserne.

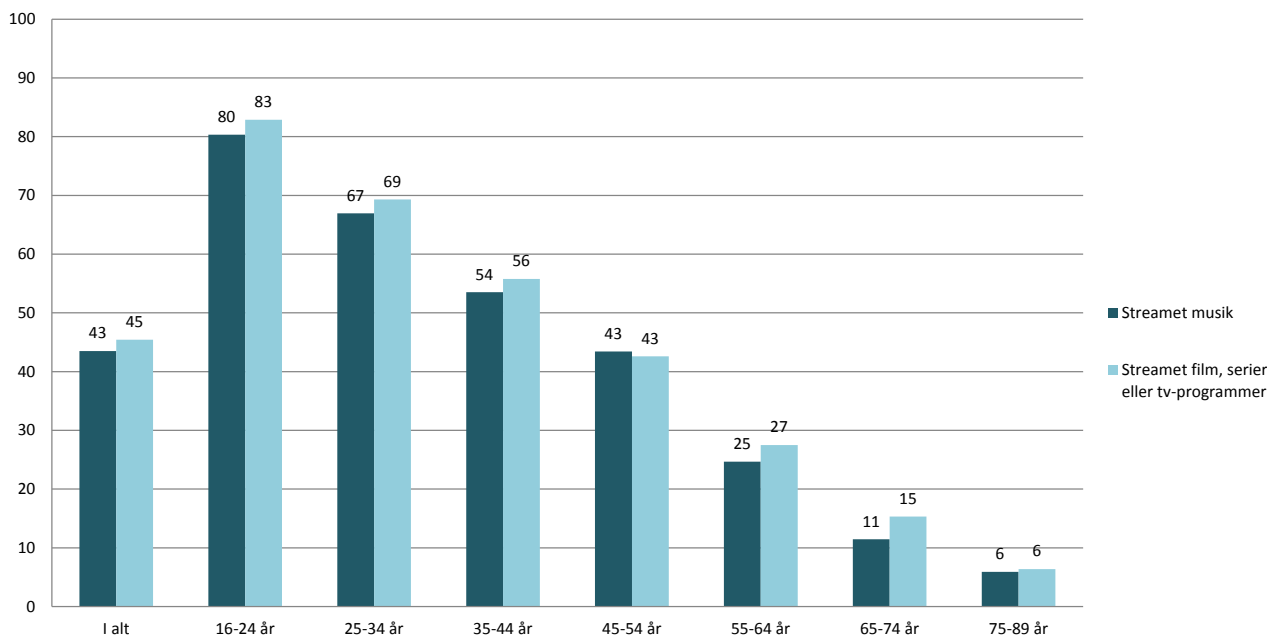
I stedet for kun at se på de forskellige aldersgruppers tid brugt på sening af traditionel tv, som i figur 7 oven for, kan man også se på de forskellige aldersgruppers brug af streamingtjenester, og på, hvor ofte de streamer film, serier og tv-programmer. Dette er gjort i figur 8 og 9 neden for (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen). I figur 8 og 9 er aldersfordelingen fuldstændig "modsat" figur 7 (**bemærk** dog at aldersgruppen i TNS Gallup/Meter er 3 år og derover, mens de i Danmarks Statistiks undersøgelse er 16-

89 år. Derudover viser figur 7 *antal minutters* daglig sening i aldersgrupperne, mens figur 8 og 9 viser henholdsvis *andel i %* der har brugt streamingtjenester, og *hvor ofte* de streamer men altså intet siger om *tid* brugt på streamingtjenester).

Som det fremgår af figur 8, har 45 % af befolkningen (16-89-årige) benyttet streamingtjenester i 2014, men der er store aldersmæssige forskelle. Blandt de 16-24-årige er det 83 %, der benytter streamingtjenester, men andelen falder støt med stigende alder og hos de 75-89-årige er den nede på 6 %.

Figur 8: Andel af befolkningen (%), der benytter streamingtjenester – fordelt på alder, 2014

Brug af streamingtjenester - fordelt på alder. 2014



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2014
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning 16-89 år
N = 5.457

Ser man på, hvor ofte de forskellige aldersgrupper streamer film, serier eller tv-programmer er billedet det samme: De yngste aldersgrupper streamer oftest.

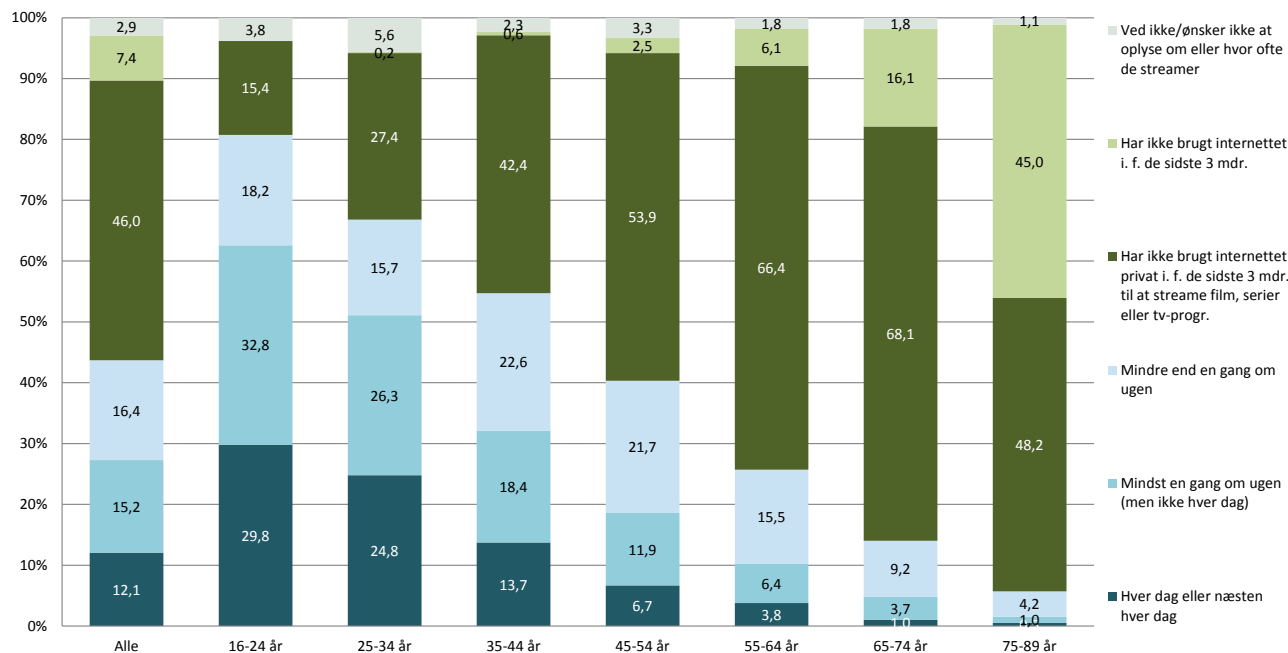
Tallene i nedenstående figur 9 er baseret på spørgsmål om, hvorvidt man har brugt internettet de sidste tre måneder, om man har streamet film, serier eller tv-programmer privat de sidste tre måneder og hvor ofte man streamer, hvis man inden for de sidste tre måneder har streamet. 12 % af befolkningen streamer dagligt eller næsten dagligt, mens 46 % ikke har streamet. Dertil kommer 10,3 %, der enten slet ikke har brugt internettet de sidste tre måneder, eller ikke vil oplyse om og hvor ofte de streamer.

Det er værd at bemærke, at selv i de to yngste aldersgrupper (16-24 år og 25-34 år) er der en vis andel, der slet ikke har streamet inden for de sidste 3 måneder, og at det for de yngste ikke er mere end knap en tredjedel (knap 30 %), og af de 25-34-årige er en fjerdedel – 25 % – der gør det dagligt eller næsten dagligt. Den resterende andel gør det sjældnere end dagligt (eller har ikke ønsket at oplyse eller ikke ved om eller hvor ofte de streamer). I den ældste aldersgruppe – de 75-89-årige – er det samlet set knap 6 %, der streamer mindst ugentligt.

Ser man alene på de, der positivt har svaret, at de har streamet inden for de sidste 3 måneder er det 36 % af både de 16-24-årige og 25-34-årige, der streamer dagligt eller næsten dagligt.

Figur 9: Hvor ofte streamer du film, serier og tv-programmer? Fordeling i aldersgrupper (%), 2014

Hvor ofte streamer du film, serier eller tv-programmer? Fordeling i aldersgrupper (%) - 2014



Kilde: Danmarks Statistik/It-anvendelsen i befolkningen
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

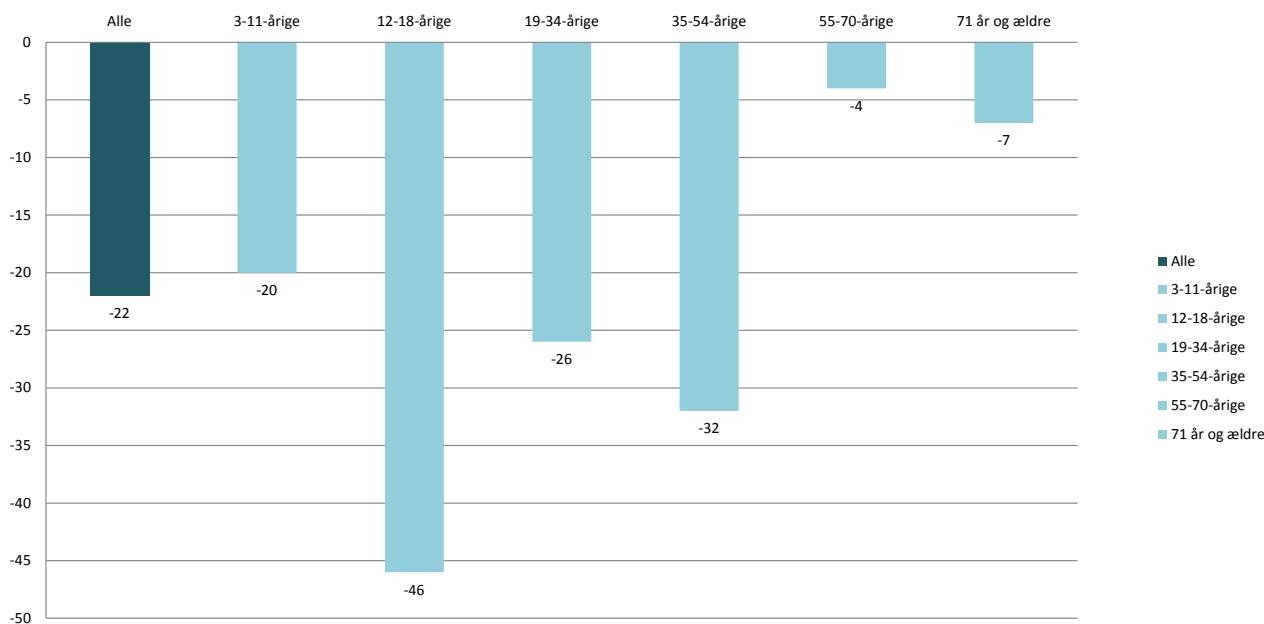
Univers: Den danske befolkning i alderen 16-89 år

Som en illustration af den udvikling, tv-mediet undergår i disse år, kan man, som det er gjort i figur 10 neden for, se på udviklingen i det gennemsnitlige daglige tidsforbrug på traditionel tv-sening i forskellige aldersgrupper. I figur 10 er set på udviklingen fra 2012-2014.

Blandt de 12-18-årige er der de seneste to år sket en ganske dramatisk ændring i den daglige sening af traditionelt tv: Et fald på 46 minutter i den daglige sening. Til sammenligning er faldet i befolkningen samlet set på 22 minutter i samme 2-årige periode, 4 minutter hos de 55-70-årige og 7 minutter hos den ældste aldersgruppe, der fortsat har langt det største daglige forbrug af traditionelt tv.

Figur 10: Ændring i minutter i det gennemsnitlige daglige tidsforbrug på traditionelt tv – 2012-2014 og alder

Tv-sening: Ændring i minutter i det gennemsnitlige daglige tidsforbrug 2012-2014 og alder



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

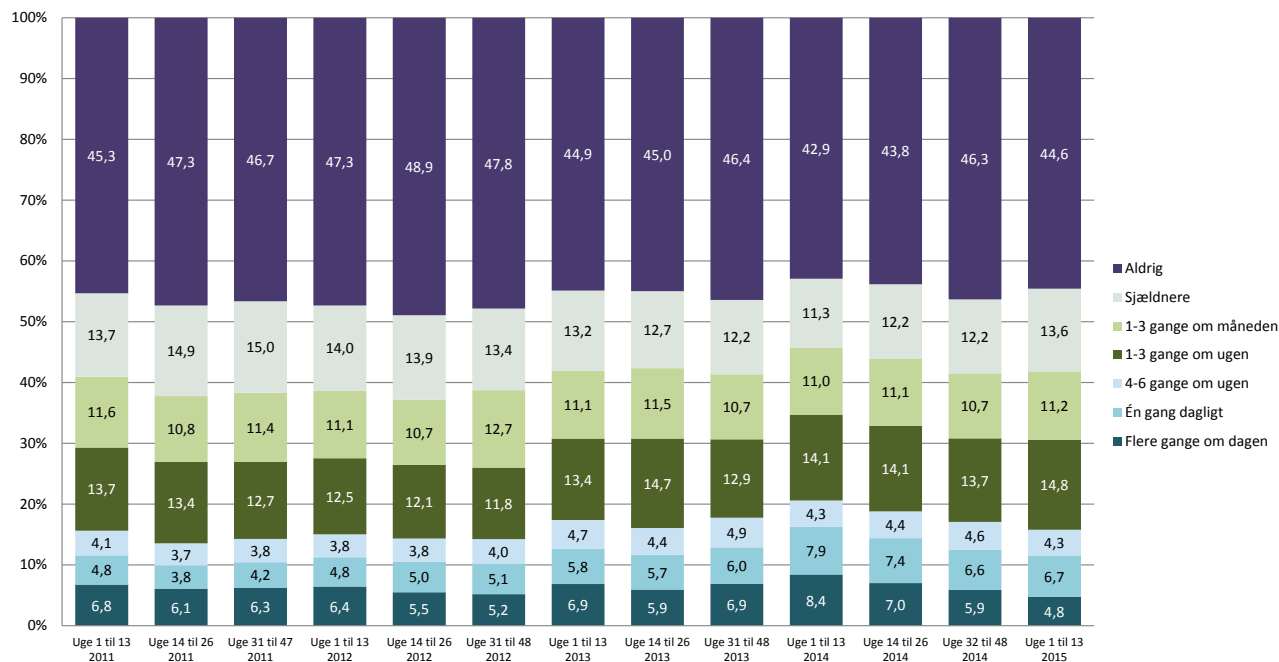
Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Det skiftende tv-landskab og de mange nye mobile enheder har givetvis indflydelse på tv-forbruget. Som det fremgår oven for, er der umiddelbart sket et fald i den traditionelle (flow) tv-sening, der måles i Gallup/TV-Meter. En del af denne sening er formentlig blevet afløst af on demand sening på andre platforme, der dog endnu kun måles i meget begrænset omfang i de officielle målinger. Figur 8 og 9, der viste brugen af streamingtjenester, giver dog en idé om udviklingen.

Der spørges i Gallup/TV-Meter – Annual Survey, hvor ofte husstanden ser tv på internettet. Med tv menes i denne sammenhæng ”programmer eller dele af programmer, som også kunne have været set på et almindeligt TV”. Svarene på dette fremgår af figur 11 neden for. Udviklingen ser umiddelbart ud til at bevæge sig i en anden retning end man måske umiddelbart ville forvente, idet den daglige brug ser ud til at falde – især sening flere gange dagligt har udvist faldende tendens de seneste kvartaler. I uge 1-13 2014 så 8,4 % af husstandene tv på internettet flere gange dagligt og 7,9 % så én gang dagligt. I de tilsvarende uger i 2015 er disse tal faldet til henholdsvis 4,8 % og 6,7 %. En af årsagerne til udviklingen kan måske være, at der netop spørges til ”programmer eller dele af programmer, som også kunne have været set på et almindeligt TV” og ikke spørges til streamingtjenester.

Figur 11: Hvor ofte ser husstanden tv på internettet – andel af internet husstande i %

Hvor ofte ser husstanden tv på internettet - andel af internethusstande i % 2011-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter - Annual Survey/Husstandsbaser
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Målgruppe: Husstande med adgang til internettet hjemme
Med TV menes programmer eller dele af programmer, som også kunne have været set på et almindeligt TV

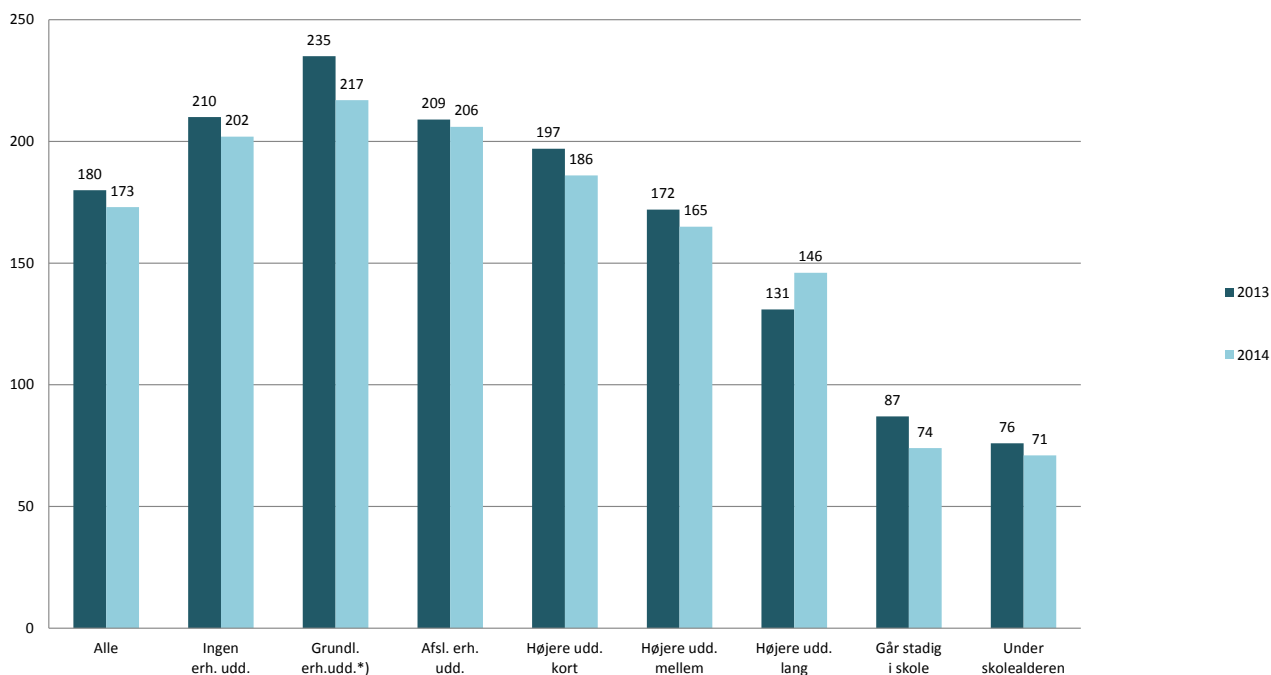
Et overblik over udbuddet af digitale tjenester i Danmark kan fås på <http://www.sharewithcare.dk/digitale-tjenester/>

Også uddannelsesniveau ser ud til at have indflydelse på, hvor meget traditionelt tv danskerne ser dagligt, hvilket fremgår af figur 12 neden for. Generelt set ser det ud til, at jo længere uddannelse des lavere dagligt tidsforbrug på tv-sening. Lavest er tidsforbruget dog hos skoleelever og børn under skolealderen. Som den eneste gruppe har der dog hos personer med en højere lang videregående uddannelse fra 2013-2014 været en stigning i den daglige seertid: Fra 131 minutter dagligt i 2013 til 146 minutter dagligt i 2014 (der ser ud til at være stigning i sening af DR1 og til dels TV 2 hos denne uddannelsesgruppe).

Hvor der i 2013 var 104 minutters forskel i den daglige seertid for henholdsvis personer med en grundlæggende erhvervsuddannelse, der er den gruppe, der har det største daglige tv-forbrug, og personer med en højere lang videregående uddannelse er der i 2014 en forskel på 71 minutter. Med udviklingen fra 2013 til 2014 er forskellen på disse to gruppers daglige seertid altså indsnævret med 33 minutter.

Figur 12: Gennemsnitligt dagligt tidsforbrug i minutter i 2013-2014 og erhvervsuddannelse

Tv-sening: Gennemsnitligt dagligt tidsforbrug i minutter 2013-2014 og erhvervsuddannelse



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

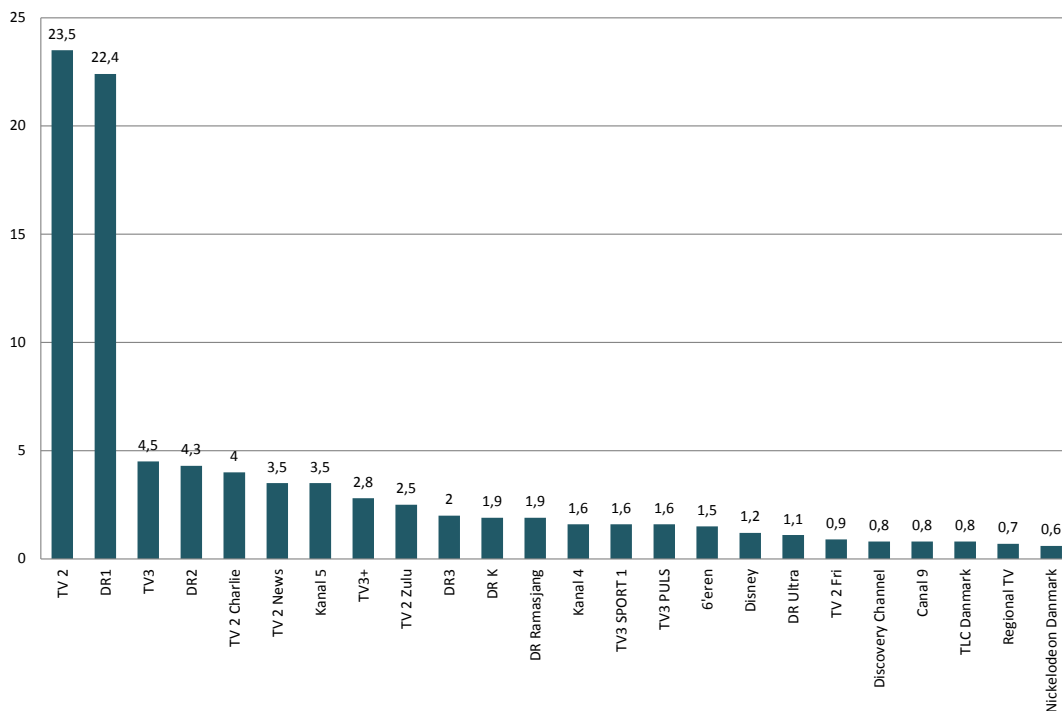
Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

4.5 De mest sete kanaler – Toplisten 2014

De kanaler, der blev set mest i de danske tv-husstande i 2014, var TV 2 (hovedkanalen), hvis andel af tv-seningen (share) var 23,5 % (23,3 % i 2013) og DR1, med 22,4 % af seningen (20,3 % i 2013). Der er, som det fremgår af Figur 13, et stort fald ned til de efterfølgende kanaler. Den tredje mest sete kanal i 2014 var TV 3, hvis andel af tv-seningen udgjorde 4,5 % (4,8 % i 2014).

Figur 13: Top liste – de mest sete kanaler i 2014 i Danmark efter andel af den samlede tv-sening i %

Andel (share) af tv-seningen i 2014: Tv-kanaler med mere end 0,5 % share efter størrelse - i %



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

DR's samlede andel af seningen var i 2013 på 33,6 %, mens TV 2 samlet set, dvs. inklusive de TV 2-kanaler, der ikke har nogen public service-forpligtelser – havde en share på 34,8 %. Samlet set foregik 57,9 % af tv-seningen i Danmark på public service-kanalerne i 2014.

5. Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark

5.1 Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af danskernes tv-sening

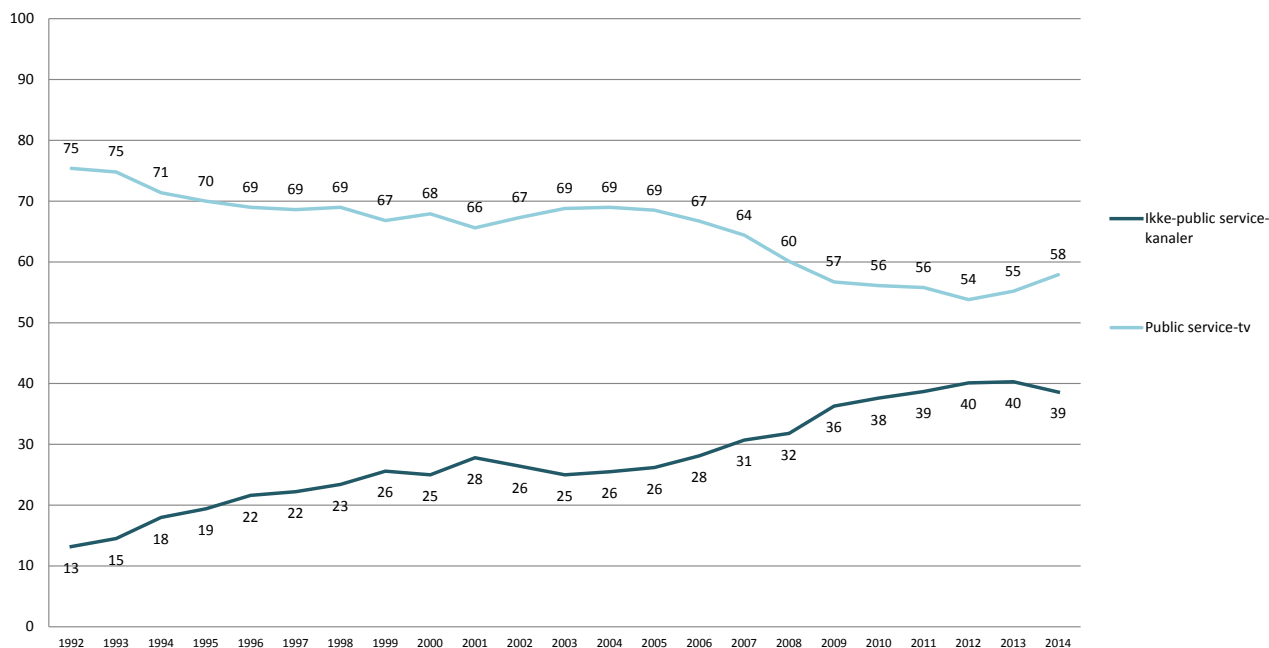
Public service-tv udgør med en fremgang fra 55 % i 2013 til 58 % også i 2014 den største andel af danskerne tv-sening. Som det fremgår af figur 14 nedenfor, er dette den højeste andel siden 2009, men fortsat noget under niveauet i 1992.

Figur 14: Share (%) (andel af tv-seningen) for public service-tv og ikke-public service-tv 1992-2014

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

KULTURSTYRELSEN

Share (%) Dansk public service-tv og ikke-public service-tv 1992-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

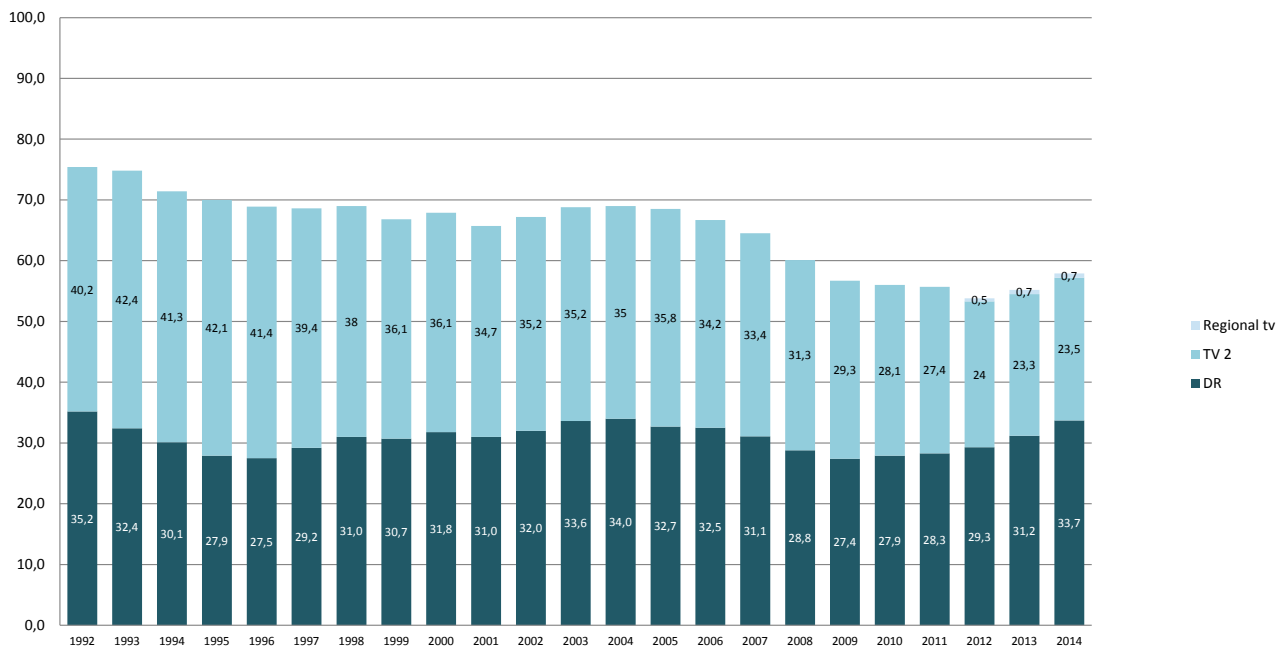
Kun to gange tidligere i hele perioden fra 1992-2014 har DR samlet set haft en højere share end de 33,7 %, der jf. figur 15 neden for er målt i 2014: I 2004, hvor DR's samlede share var 34 %, og i 1992, hvor den var 35,2 %.

TV 2 har de seneste tre år haft en share for hovedkanalen med public service-forpligtelser på mellem ca. 23 % og 24 % af seningen. Der kunne altså se ud til at være sket en stabilisering efter det fald, der fandt sted i 2012. Her mistede TV 2 3,4 procentpoint af sin share og kanalens penetration (dvs. hvor mange danske husstande, der har kanalen indstillet på deres fjernsyn) faldt fra 99,2 % i 2011 til 94,5 % i 2012 (Kilde: Gallup/TV-Meter, Annual Survey, årsrapport 2012). En af grundene til disse fald kan være, at TV 2 i 2012 overgik til at være betalingskanal, og man overgik fra at sende tv i MPEG 2 standarden til MPEG 4-standard (MPEG en standard for, hvordan man komprimerer digitale lyd- og videosignaler. I MPEG 4 er billeder komprimeret mere og fylder altså mindre end i MPEG 2 uden synlige billedforringelser). Den generelle konkurrencesituation på markedet har selvfølgelig også indflydelse på udviklingen.

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler, der blev lanceret i 2012, opnåede i 2014, ligesom i 2013 en samlet andel af seningen på 0,7 %.

Figur 15: Public service-tv share (%) fordelt på public service-kanaler 1992-2014

Public service-tv share (%) fordelt på public service-kanaler 1992-2014



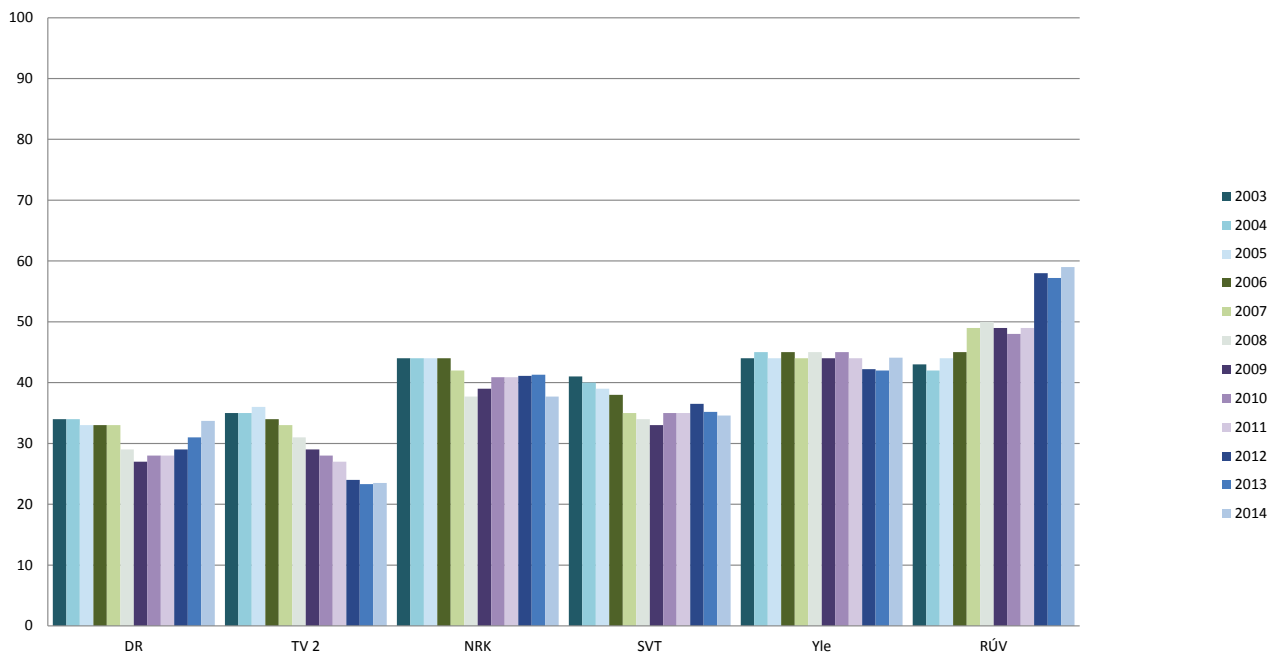
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Ses på nordisk plan, hvor public service-tv generelt har relativt høje seerandele, har der i Danmark, Finland og Island være fremgang for public service-kanalerne, mens der har været en tilbagegang i Norge og Sverige fra 2013-2014.

Figur 16: Public service-kanalernes share (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island 2003-2014

Public service-kanalernes share (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island 2003-2014



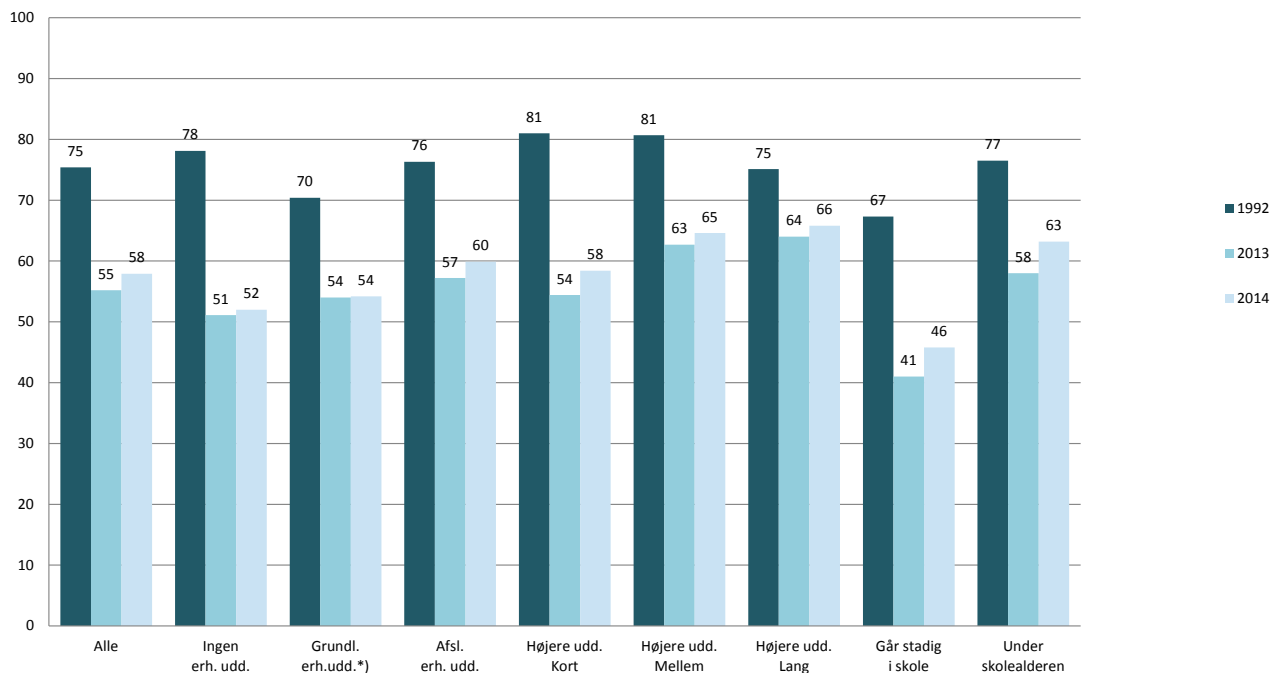
Kilde: Nordicom Mediestatistik, www.nordicom.gu.se/sv/mediefakta/mediestatistik, Tabel: Public service TV audience shares 2003-2013 og 2004-2014
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Læs om dataindsamlingen på www.nordicom.gu.se/sv/mediefakta/mediestatistik

I forhold til public service-share og brugernes uddannelsesmæssige baggrund ser det fortsat ud til – med en enkelt undtagelse – at jo længere en uddannelse, man har, jo større en andel udgør public service-tv af ens samlede tv-sening. Størst fremgang i share fra 2013 til 2014 har der dog været for børn under skolealderen (+5,2 procentpoint); for børn/unge, der fortsat går i skole (+4,8 procentpoint) og personer med en kort videregående uddannelse (+ 4 procentpoint). Mindst fremgang ses hos gruppen med en grundlæggende erhvervsuddannelse (+0,2 procentpoint) og uden erhvervsuddannelse (+0,9 procentpoint).

Figur 17: Udvikling i public service-tv: Share (%) og erhvervsuddannelse 1992 og 2013-2014

Public service-tv: Share (%) og erhvervsuddannelse 1992, 2013 og 2014

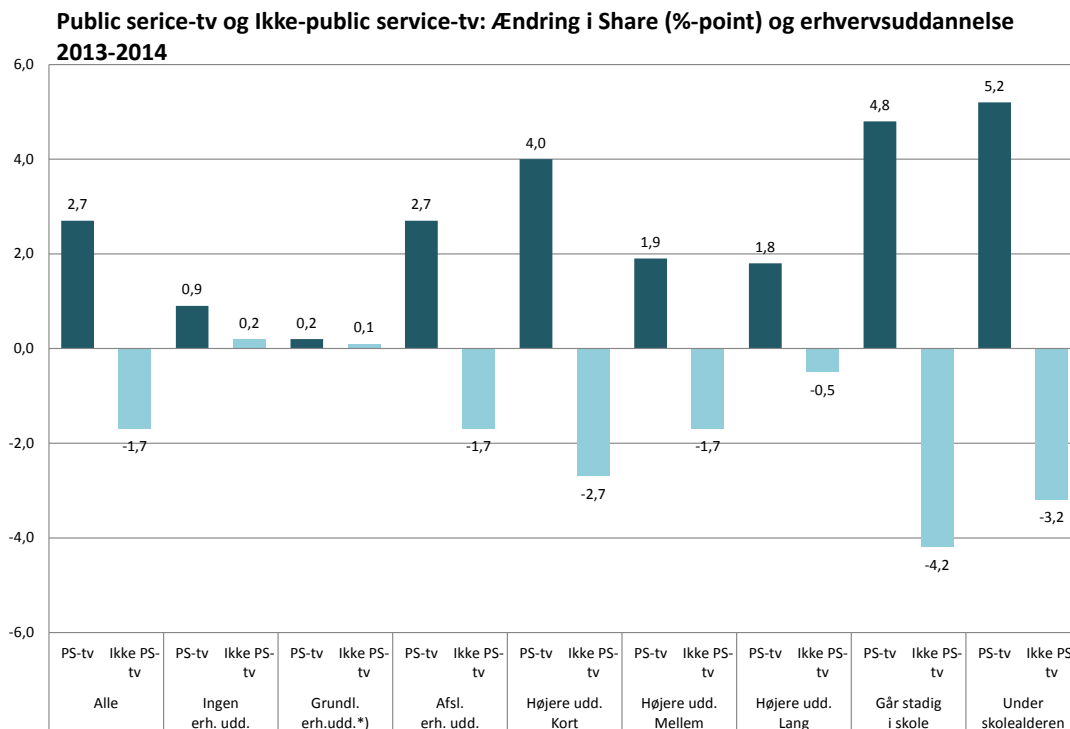


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

Sammenligner man udviklingen i share fra 2013-2014 for public service-tv og ikke-public service-tv i forhold til uddannelsesmæssig baggrund hos brugerne, er de uddannelsesgrupper, hvor public service-kanalerne har haft størst fremgang i share fra 2013-2014, de samme grupper, hvor ikke-public service-kanalerne har haft størst tilbagegang.

Figur 18: Udvikling i public service-tv og ikke-public service-tv: Share (%) og erhvervsuddannelse – ændring i %-point 2013-2014



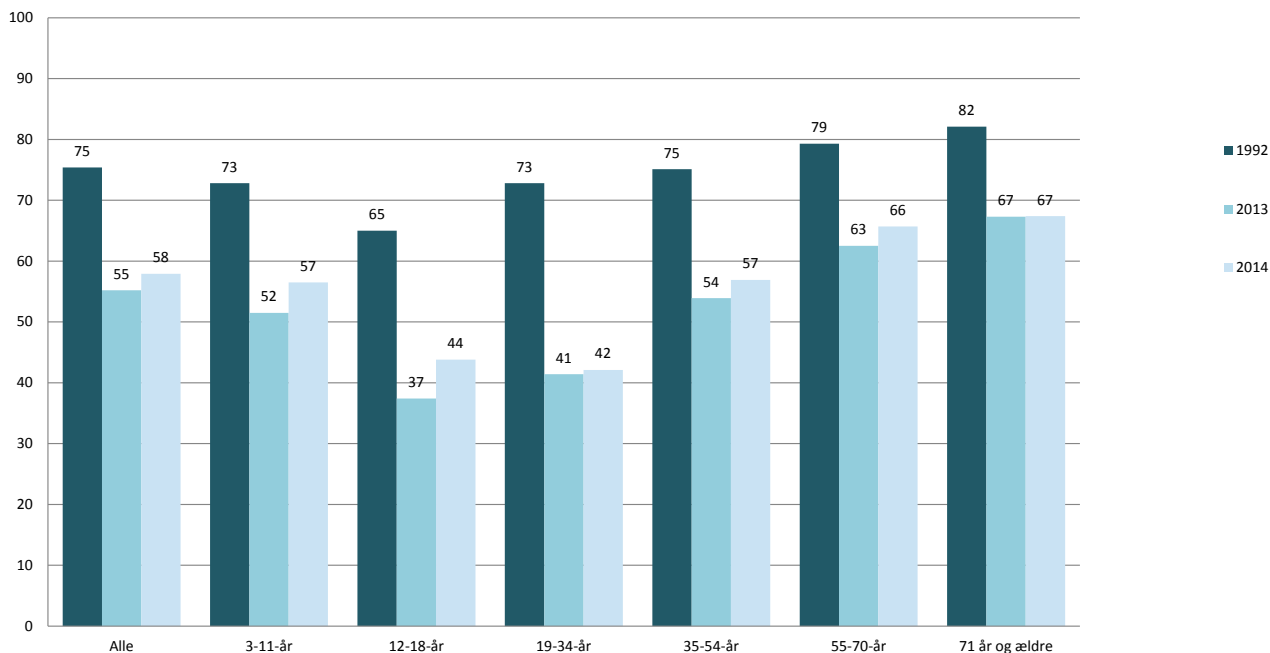
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB! Lille stikprøve

I forhold til aldersgrupper er der fortsat en tendens til, at de ældste aldersgrupper dels har en højere andel af deres sening på public service-kanalerne end de øvrige aldersgrupper, men hvor der for de ældste ikke har været nogen ændring i den andel fra 2013 til 2014, har der været fremgang i de øvrige aldersgrupper. Især i de to yngste aldersgrupper har der været en relativt kraftig fremgang i share. Dette skal formentlig stadig tilskrives DR's lancering af målrettede kanaler til henholdsvis de mindste og lidt større børn.

Figur 19: Udvikling i public service-tv: Share (%) og alder 1992, 2013-2014

Public service-tv: Share (%) og alder 1992, 2013 og 2014



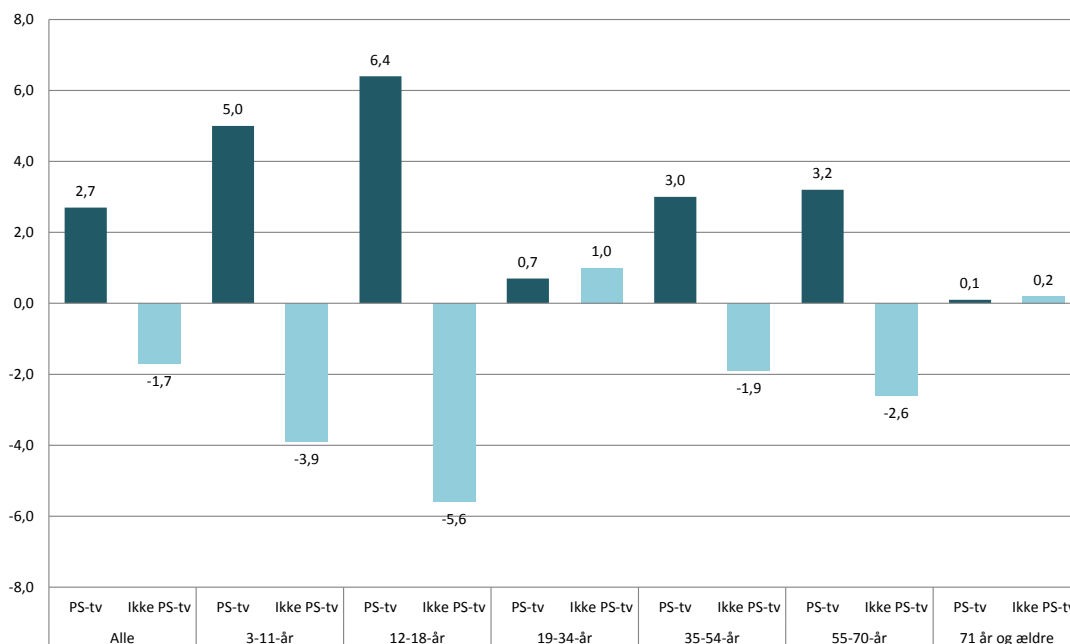
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Sammenligner man ligesom ved erhvervsuddannelse oven for udviklingen i share for henholdsvis public service-tv og ikke-public service-tv ser man samme tendens: De aldersgrupper, hvor public service-kanalerne har haft størst fremgang i share fra 2013-2014, er de samme aldersgrupper, hvor ikke-public service-kanalerne har haft størst tilbagegang.

Figur 20: Udvikling i public service-tv og ikke-public service-tv: Share (%) og alder – ændring i %-point 2013-2014

Public service-tv og Ikke-public service-tv: Ændring i Share (%-point) og alder 2013-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

5.2 Daglig og ugentlig reach for public service-tv og ikke-public service-tv

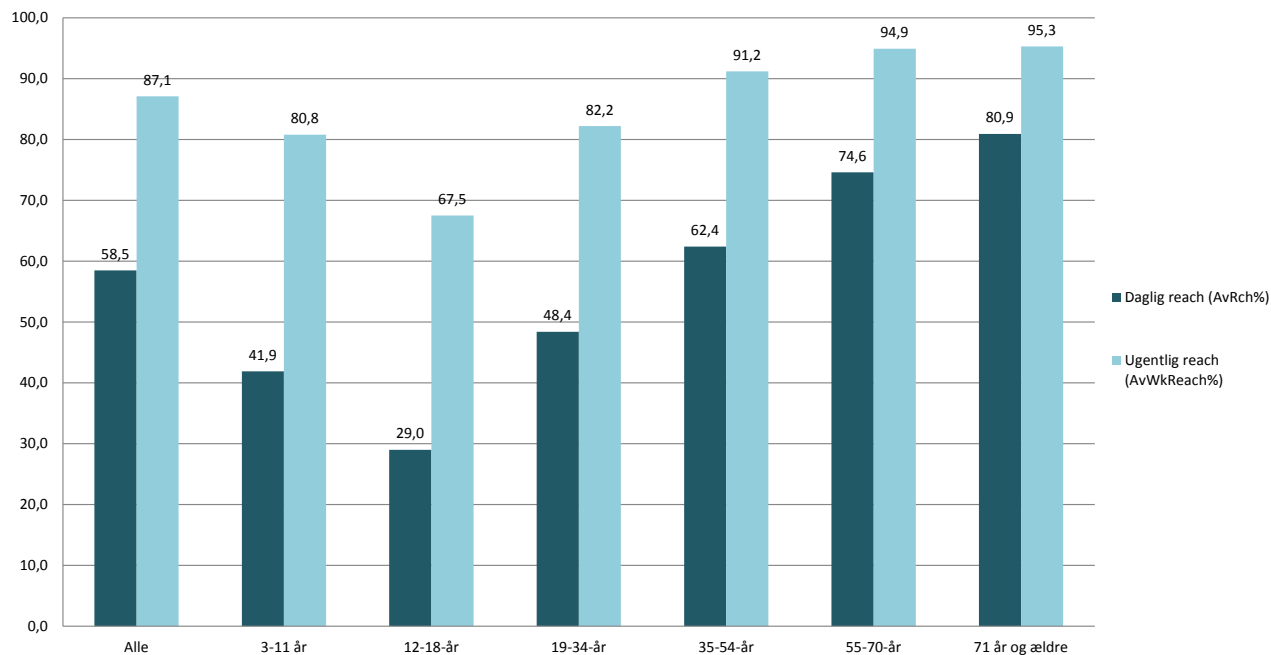
Som det fremgår af figur 21 og 22 neden for har især public service-tv men også ikke-public service-tv en høj ugentlig reach i befolkningen. Reach er et udtryk for mediernes rækkevidde i løbet af en dag eller uge (dvs. hvor stor en andel af befolkningen, der har set mindst 5 sammenhængende minutter på de pågældende kanaler enten i løbet af en dag eller en uge).

87,1 % af befolkningen så i 2014 mindst 5 sammenhængende minutters public service-tv i løbet af en uge. I løbet af en dag var det 58,5 % af befolkningen. Der er for både daglig og ugentlig reach tale om en mindre tilbagegang i forhold til 2013, hvor den ugentlige reach var 87,9 % og den daglige var 59,6 %.

For ikke public service-tv var det 71,3 % af befolkningen, der i 2014 så mindst 5 sammenhængende minutters tv på disse kanaler i løbet af en uge, mens det på dagsbasis var 42,6 % af befolkningen. For ikke public service-tv er der tale om en lidt større tilbagegang i både daglig og ugentlig reach sammenlignet med public service-tv. I 2013 var ugentlig reach 73,9 % og daglig 45,4 %.

Figur 21: Daglig og ugentlig reach i % for public service-tv i 2014

Daglig og ugentlig reach i % for public service-tv 2014

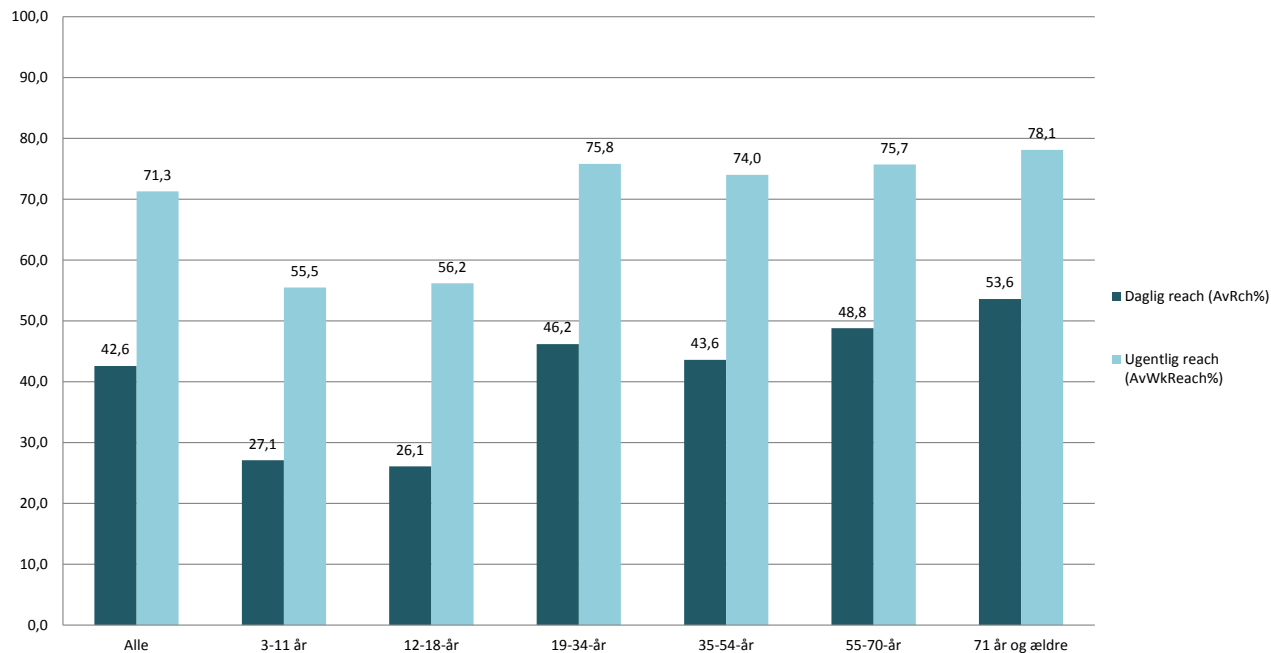


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)

Figur 22: Daglig og ugentlig reach i % for ikke-public service-tv i 2014

Daglig og ugentlig reach i % for ikke-public service-tv 2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)

6. De regionale TV 2-stationer

6.1 Indledning

De otte regionale TV 2-stationer blev etableret over en årrække med TV SYD som den første, der havde premiere den 22. oktober 1983 i DR-regi. I januar 1987 blev TV SYD efter vedtagelse af loven om TV 2/Danmark – som den første regionale station – en del af TV 2/Danmark. I de efterfølgende år så de øvrige regionale TV 2-stationer dagens lys.

De regionale TV 2-stationer, der er redaktionelt og økonomisk uafhængige af TV 2 DANMARK, og ligesom DR er licensfinansierede, er pålagt en række public service-forpligtelser i individuelle kontrakter, og er stort set alle selvejende institutioner, dog ikke TV SYD, der er et fondsejet aktieselskab.

De regionale TV 2-stationer er i deres kontrakter sikret en række tidspunkter – vinduer – i TV 2-hovedkanalens sendeflade. I kontrakterne er det præcist defineret, hvilke tidspunkter de regionale TV 2-virksomheder kan disponere over i TV 2-fladen, til hverdag, i weekender og i forbindelse med valg handlinger, hvor der er udvidede sendetider til valgudsendinger.

Fra 1. november 2009 (samtidig med slukningen af det analoge, jordbaserede tv-sendenet) fik de regionale TV 2-stationer stillet en times sendetid til rådighed fra kl. 20-21 i MUX 1, hvor der også blev sendt lokal-tv.

Fra og med 2012 fik de otte regionale TV 2-stationer stille kapacitet til rådighed i MUX 1 til hver deres 24-timers kanal, hvor de har ret (men ikke pligt) til at sende døgnet rundt. Resultater for disse 24-timerskanaler findes i afsnit 6.3 neden for.

Der er i gennemgangen af de regionale TV 2-stationer neden for foretaget analyser på stationerne samlet set. Der er i analyserne set på en række nøgletal på døgnbasis og på hovedudsendingen kl. 19.30. Der er ikke foretaget separate analyser på de øvrige regionale udsendinger i TV 2's sendeflade. De foretagne analyser dækker årene fra 2007 til 2014.

Der er i analyserne ikke separate analyser for TV 2/Bornholm af måletekniske årsager. Stikprøven for Bornholm i TNS Gallup/TV-meter er for lille til, at resultater for kanalen kan vises separat, da de vil være behæftet med for stor statistisk usikkerhed. TV 2/Bornholm indgår dog i total-tallene for de regionale TV 2-stationer.

Der er ikke foretaget samlede kørsler i TNS Gallup/TV-Meter for de af de regionale TV 2-stationers udsendinger, der sendes i TV 2's sendeflade, som også sendes på 24-timers kanalerne. Der tillades ifølge public service-kontrakterne op til en times tidsforskydning på 24-timers kanalen, hvilket gør en samlet kørsel, der kombinerer vinduet på TV 2 og 24-timerskanalen – eksempelvis for 19.30-udsendingen – usikker.

Der er dog for 24-timers-kanalerne foretaget datakørsler for tidspunktet, hvor der i vinduerne i TV 2's sendeflade sendes hovedudsendingen kl. 19.30. Dette gøres for at se, hvor meget 24-timers kanalen så at sige "stjæler" fra udsendingen i TV 2-vinduet. Der er derfor en risiko for, at der på grund af en eventuel tidforskudt udsending på 24-timers-kanalen indholdsmæssigt ikke er fuldstændigt overlap mellem udsendingen i TV 2-vinduet og udsendingen på 24-timers-kanalen.

6.2 De regionale TV 2-stationer i TV 2's sendeflade - seertal

Ses på det gennemsnitlige daglige seertal (Rating) for de regionale TV 2-stationer over hele døgnet for perioden 2007-2014 er især udviklingen fra 2011-2012 bemærkelsesværdig, idet der sker en stigning fra 320.000 til 581.000 daglige seere. Dette hænger imidlertid sammen med, at de regionale TV 2-stationer i

2012 afgav mere end 1 times daglig sendetid, idet den næsten timelange udsendelse mandag-fredag kl. 11 og den ca. 20 minutter lange udsendelse med start kl. 12.10 mandag-fredag udgik i 2012.

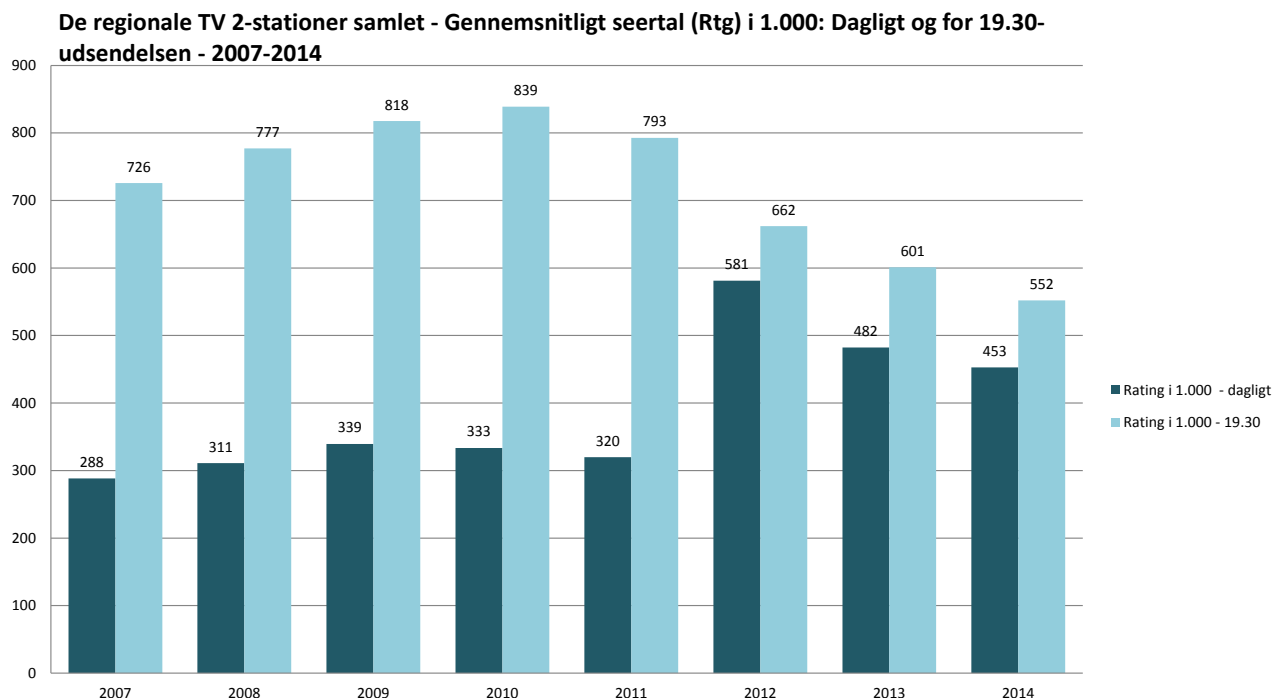
Da rating er et *gennemsnitstal* for det tidsrum, der beregnes for, vil de regionale TV 2-udsendelser, der har haft lave seertal, trække rating for alle udsendelser i løbet af hele døgnet ned. Når disse udsendelser udgår, stiger gennemsnittet for de tilbageværende udsendelser. Således kan man da også se, at udviklingen i rating for 19.30-udsendelsen, der er det regionale TV 2's hovedudsendelse, er helt anderledes.

I f.eks. 2013 havde de regionale TV 2-stationer til gengæld i en periode omkring kommunalvalget (og som nævnt ovenfor i forbindelse med valg generelt) udvidede sendetider i TV 2-sendebladen, men da kørslerne er på årsbasis har denne udvidelse af sendetiden i en kort periode omkring valg ikke en umiddelbart samme synlige effekt på tallene som en permanent fjernelse af sendetid.

Figur 23: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitligt seertal (Rating) i 1.000: Dagligt og for 19.30-udsendelsen – 2007-2014

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

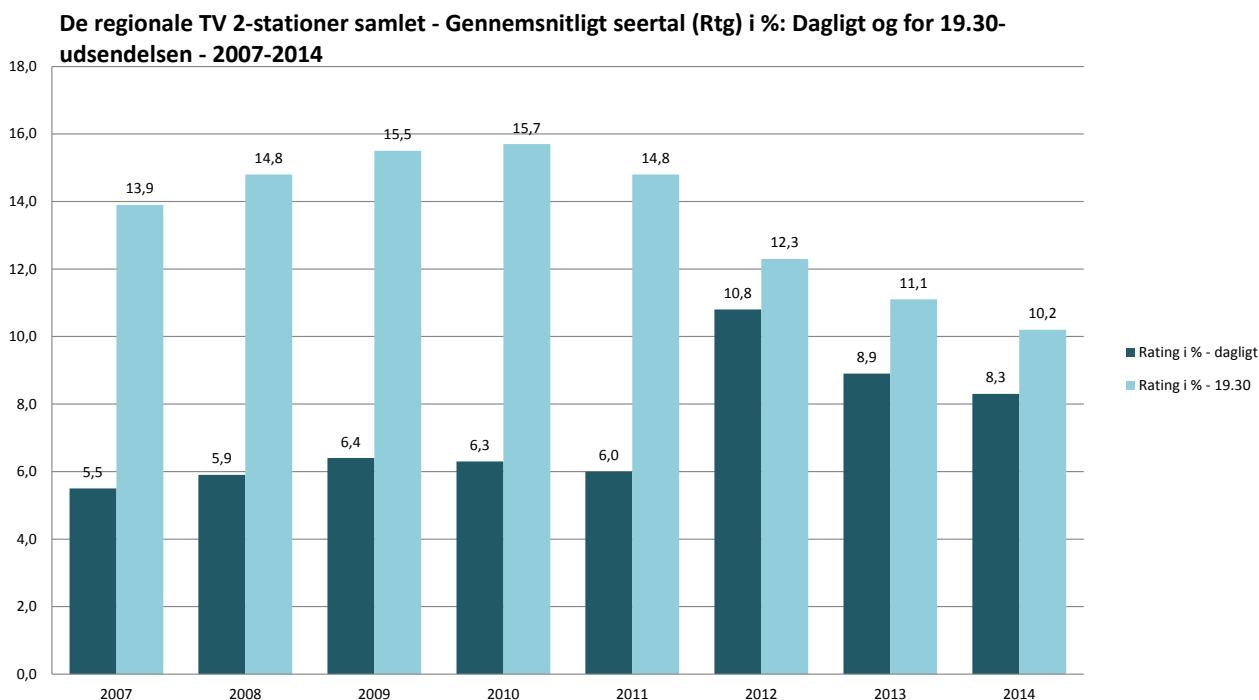
KULTURSTYRELSEN



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tallene vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflade

Figur 24: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitligt seertal (Rating) i %: Dagligt og for 19.30-udsendelsen – 2007-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tallene vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflåde

I 2014 havde de regionale TV 2-stationer jf. figur 23 og 24 oven for et gennemsnitligt seertal på 453.000 seere (svarende til 8,3 % af seeruniverset, dvs. af de *potentielle* seere) set over døgnet, mens hovedudsendelsen kl. 19.30 gennemsnitligt havde 552.000 seere (svarende til 10,2 % af seeruniverset). Dette er et fald på henholdsvis 30.000 og 49.000 seere i forhold til 2013. Det er dog fortsat ganske høje tal, der overgår tallene for TV 2's nyhedsudsendelser (se også mere på TNS Gallups ugentlige pressemeddelelser vedrørende seertallene, hvor blandt andet seningen af nyhedsudsendelser uge for uge opgøres):

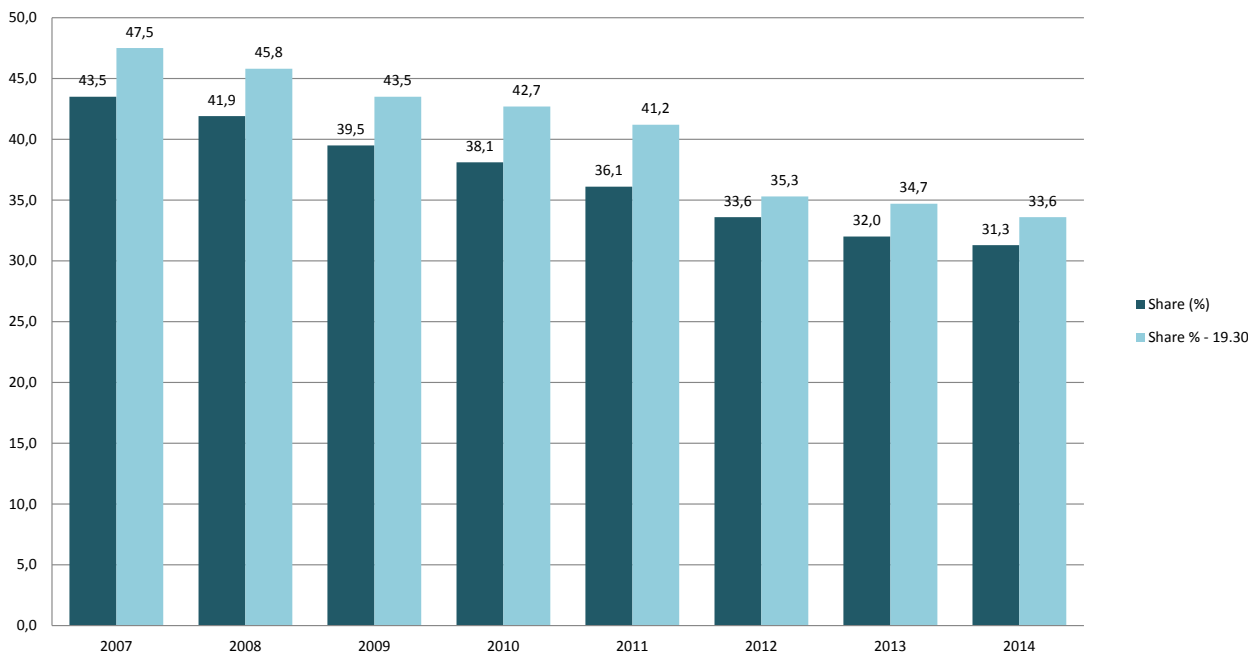
<http://tvm.gallup.dk/tvm/pm/>

Siden 2010, hvor de regionale TV 2-regioners 19.30-udsendelse toppede med 839.000 daglige seere (15,7 % af seeruniverset) har der været en faldende tendens i seertallet med et samlet tab fra 2010 til 2014 på 287.000 seere for 19.30-udsendelsen.

Når man ser på de regionale TV 2-stationers andel af *seningen* (share), er der tale om et konstant fald i hele perioden fra 2007-2014.

Figur 25: De regionale TV 2-stationer samlet – share i % (hele døgnet) – 2007-2014

De regionale TV 2-stationer samlet - Share i %: Dagligt og for 19.30-udsendelsen - 2007-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

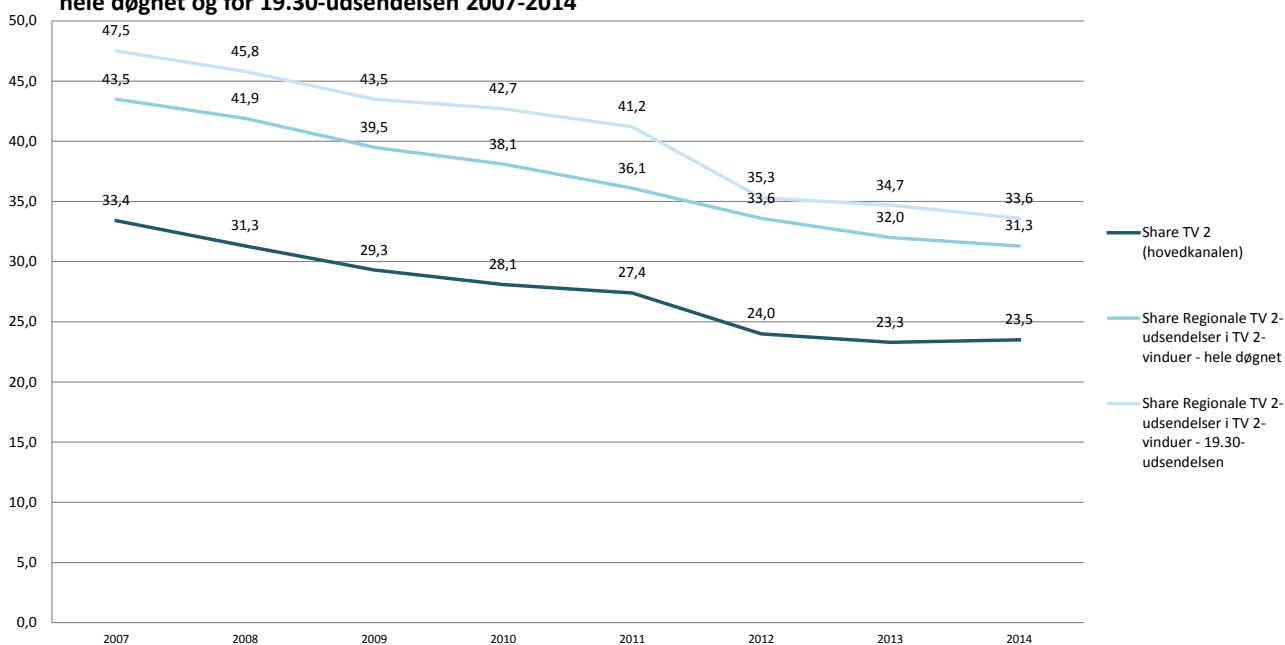
Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tallene vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflade

Hvis man sammenligner udviklingen i seertallene for de regionale TV 2-stationers udsendelse i vinduer i TV 2's sendeflader med udviklingen i seertallene på hovedkanalen TV 2, som det er gjort i figur 26 (der viser share i %) og 27 (der viser share indekseret med 2007=100) neden for, er det tydeligt, at seertallene for de regionale TV 2-stationers udsendelser – især 19.30-udsendelsen næsten slavisk følger udviklingen på TV 2-hovedkanalen.

Da TV 2 for eksempel i 2012 overgik til at være betalingskanal, og man overgik fra at sende tv i MPEG 2-standarden til MPEG 4-standarden (mere komprimerede digitale tv-signaler uden synligt kvalitetstab) mistede kanalen 3,4 procentpoint i sin share og et fald i kanalens penetration (dvs. hvor mange husstande, der har kanalen indstillet på deres fjernsyn) fra 99,5 % 94,5 % (Kilde: Gallup/TV-Meter, Annual Survey, Årsrapport 2012). I samme periode faldt døgn-share for de regionale TV 2-stationer med 2,5 procentpoint, mens share for 19.30-udsendelsen faldt 5,9 procentpoint.

Figur 26: Share i % - TV 2 (hovedkanalen) og de regionale TV 2-stationer samlet hele døgnet og 19.30-udsendelsen – 2007-2014

Andel af seningen (Share %) - TV 2 og de regionale TV 2-stationer i vinduer i TV 2's sendeflade - hele døgnet og for 19.30-udsendelsen 2007-2014

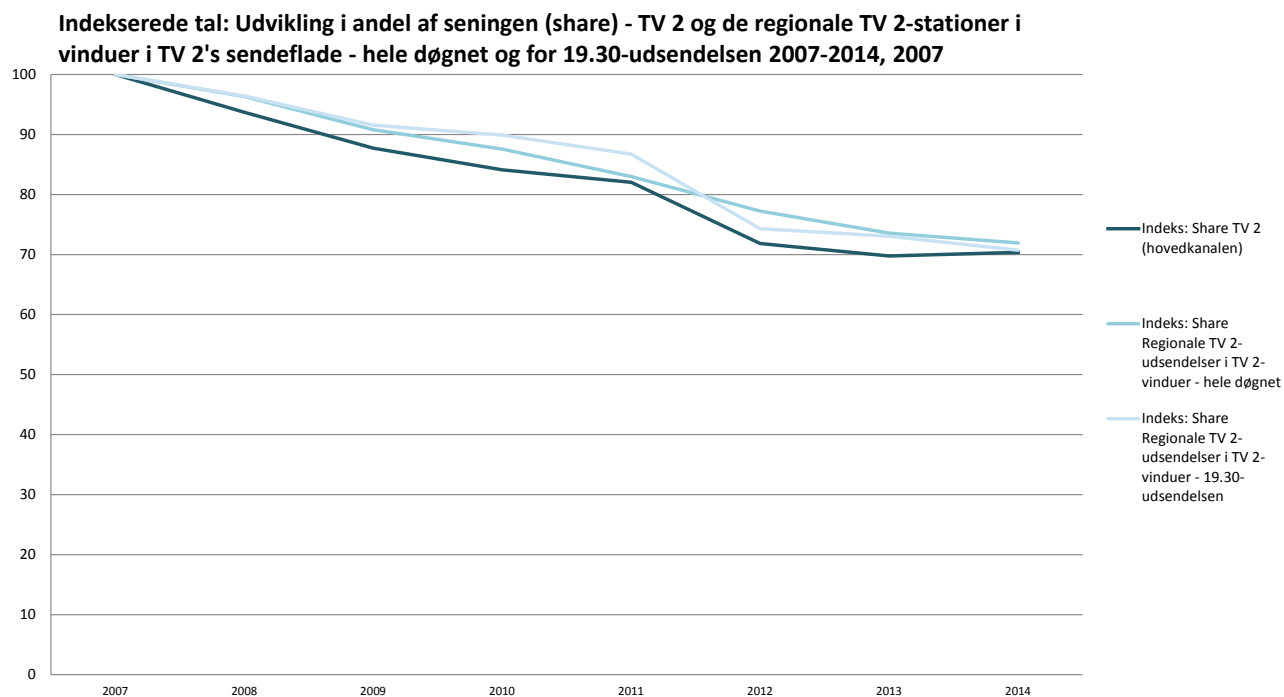


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Ses på de indekserede tal for share for TV 2 og de regionale TV 2-stationers udsendelser ligger disse i 2014 på stort set samme indekstal (mellem 70,4 og 72) og har fulgt en meget ens udvikling fra 2007 til 2014. Dog blev den regionale 19.30-udsendelse med et fald i share fra 41,2 % til 35,3 % ramt lidt hårdere fra 2011-2012 end TV 2-hovedkanalen (fald fra 27,4 % til 24 %) og de regionale udsendelser generelt (fald fra 36,1 % til 33,6 %).

Figur 27: Indekserede tal: Udvikling i andel af seingen (share) - TV 2 (hovedkanalen) og de regionale TV 2-stationer samlet hele døgnet og 19.30-udsendelsen – 2007-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

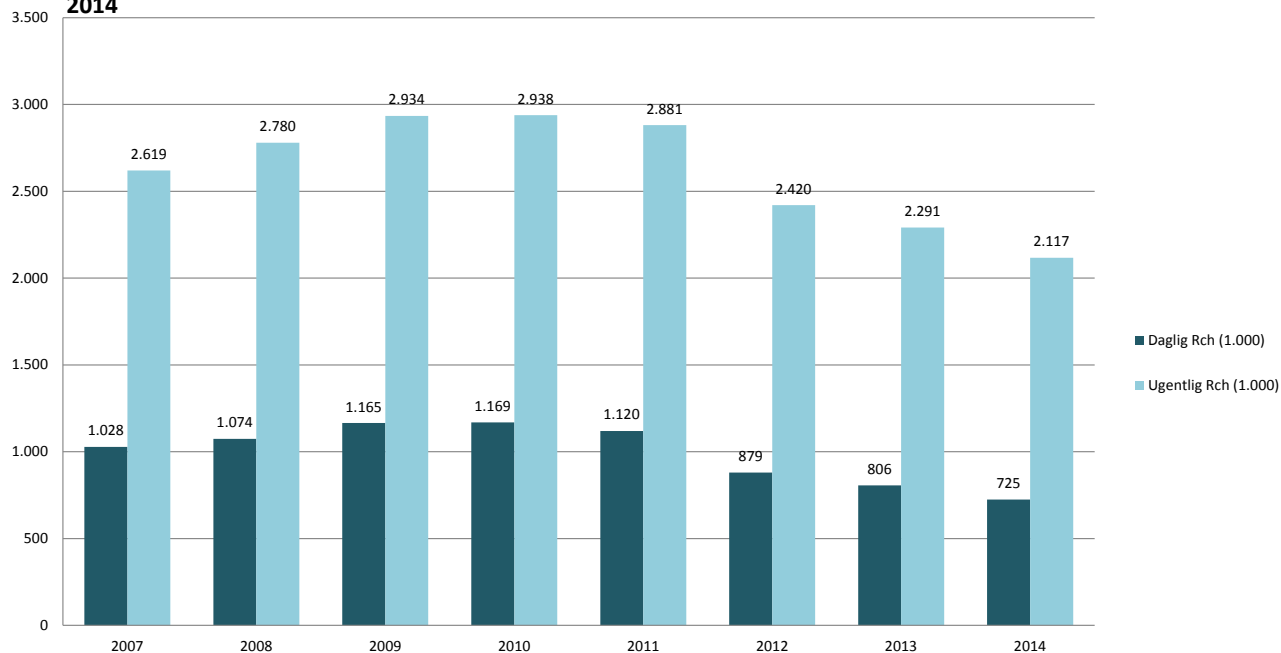
Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Ud over at se på seerandele og andele af seeruniverset kan man se på rækkevidden – Reach – af de regionale TV 2-stationers udsendelser. Reach er et akkumuleret tal for, hvor mange der i løbet af den periode (f.eks. et døgn eller en uge) har set mindst 5 sammenhængende minutter af de udsendelser eller kanaler, man undersøger. Reach kan opgøres i antal personer eller andel (%). Som det fremgår af figur 28 og 29 neden for, havde de regionale TV 2-stationer i 2014 dagligt kontakt med 725.000 seere og ugentligt 2.117.000 seere når alle døgnet regionale udsendelser blev indregnet. I forhold til 19.30-udsendelsen var den daglige rækkevidde/reach i 2014 608.000 seere og den ugentlige 1.755.000 seere.

Ligesom for de øvrige nøgletal er der en faldende tendens fra 2010 og frem med et lidt mere markant fald fra 2011 til 2012.

Figur 28: De regionale TV 2-stationer samlet – daglig og ugentlig reach i 1.000 (hele døgnet) – 2007-2014

De regionale TV 2-stationer - Gennemsnitlig daglig og ugentlig Reach i 1.000 (hele døgnet) 2007-2014

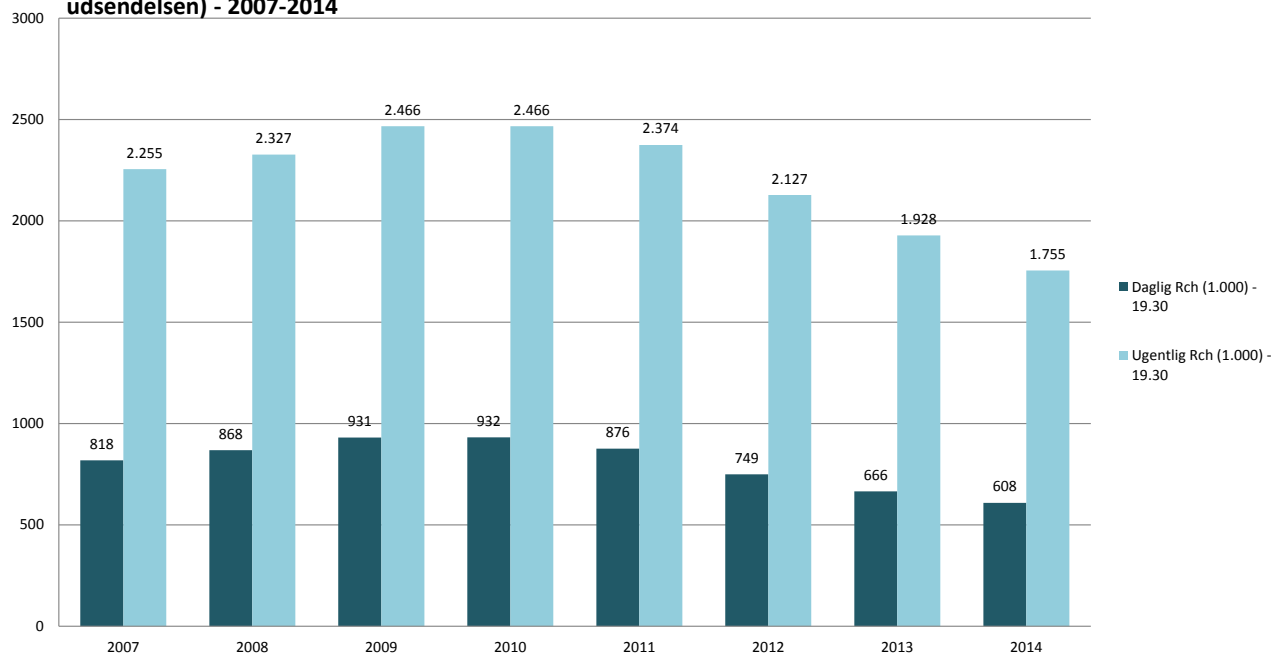


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)
Tallene vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflade

Figur 29: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i 1.000 (19.30-udsendelsen) – 2007-2014

De regionale TV 2-stationer samlet - Gennemsnitlig daglig og ugentlig Reach i 1.000 (19.30-udsendelsen) - 2007-2014

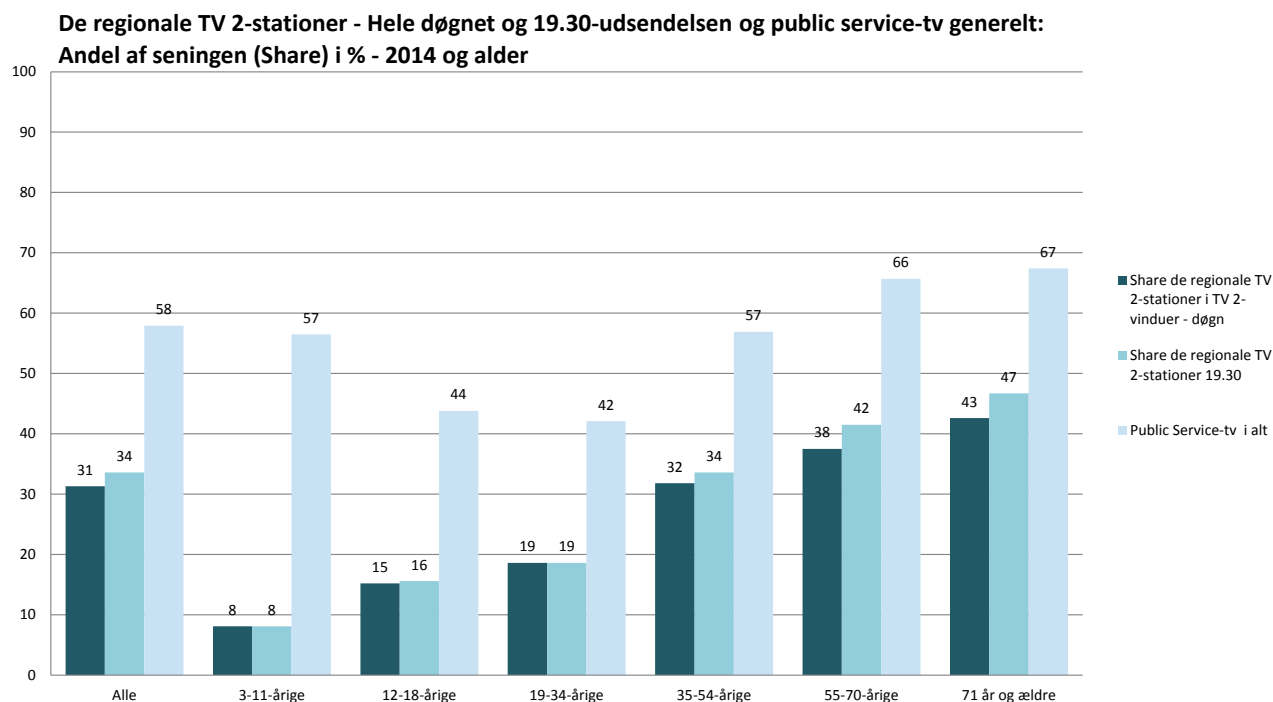


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)
Tallene vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflade

Ser man på de regionale TV 2-stationers andel (share (%)) af den traditionelle tv-sening i de forskellige aldersgrupper som i figur 30 neden for, er der en entydig sammenhæng mellem alder og share: Jo ældre seere, jo større andel af seningen. Denne sammenhæng er mere klar for de regionale TV 2-stationer end for public service-tv generelt, der også i de yngste aldersgrupper har en forholdsvis høj share.

Figur 30: De regionale TV 2-stationer i TV 2-vinduer – hele døgnet og 19.30-udsendelsen og public service-tv generelt: Andel af seningen (share) i % - 2014 og alder

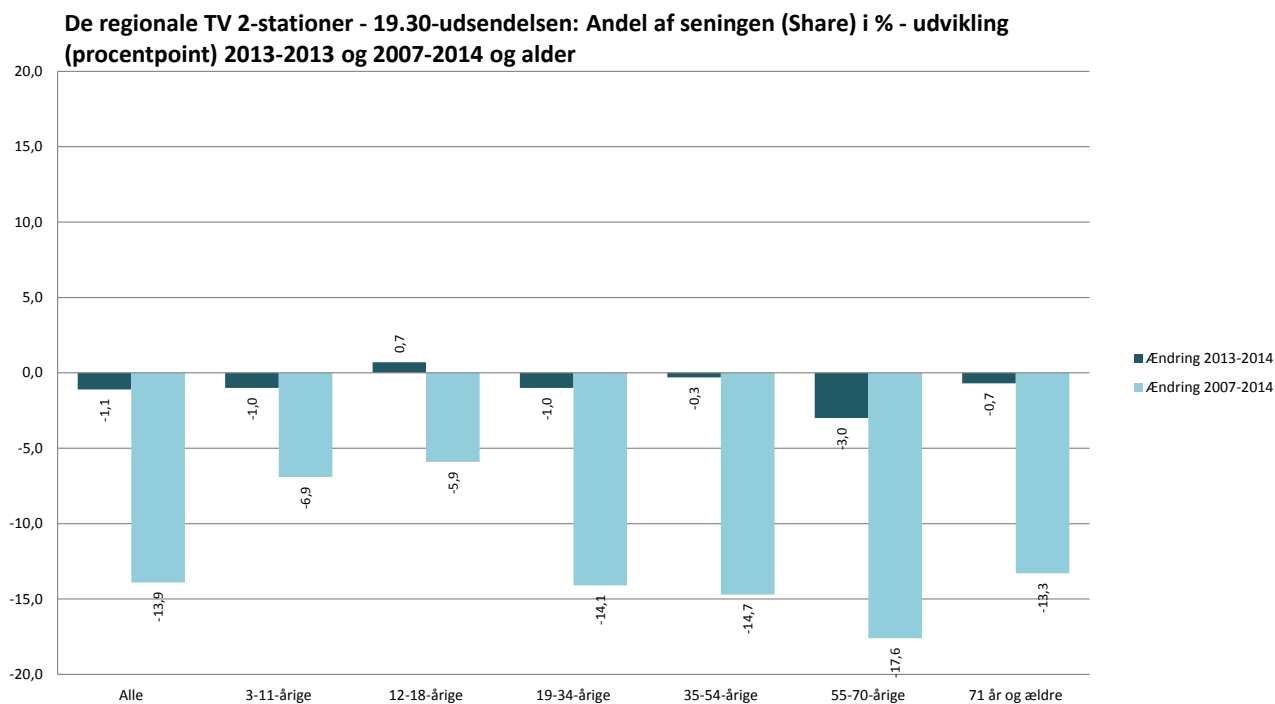


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Tallene for de regionale TV 2-stationer vedrører alene programmerne udsendt i TV 2's sendeflade

Ser man på udviklingen i share for hovedudsendelsen kl. 19.30 fra henholdsvis 2007-2014 og 2013-2014 (difference i procentpoint) er share fra 2007-2014 samlet set faldet med lige knap 14 procentpoint og fra 2013-2014 godt 1 procentpoint. Det største fald er sket hos de 55-70-årige med fald på henholdsvis knap 18 procentpoint fra 2007-2014 og 3 procentpoint fra 2013-2014.

Figur 31: De regionale TV 2-stationer i vinduer i TV 2's sendeflade: 19.30-udsendelsen. Udvikling i share (%) fra 2007-2014 og 2013-2014 – difference i procentpoint.



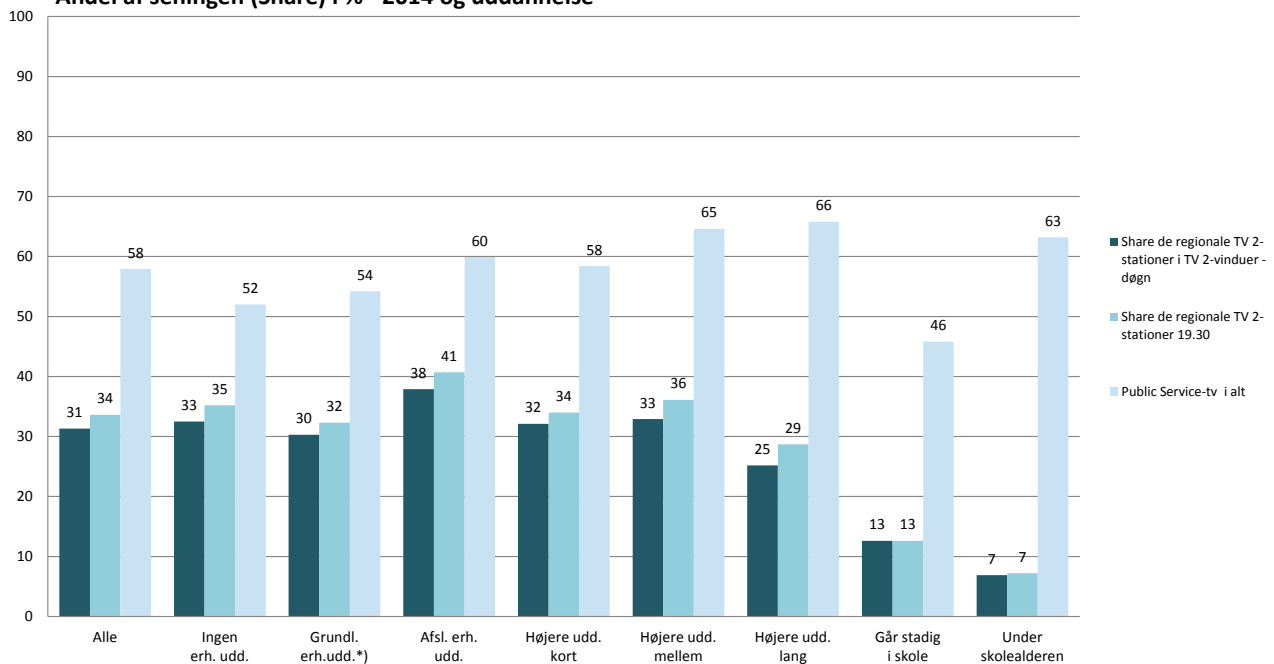
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

I forhold til share i forskellige uddannelsesgrupper har de regionale TV 2-stationer i vinduerne i TV 2's sendeflade overordnet set en lidt anden profil end public service-tv generelt (figur 32 neden for). Mens der for public service-tv samlet set generelt er tendens til, at jo højere uddannelse, des højere share for public service-tv, kunne det for de regionale TV 2-stationer godt se ud til, at jo højere uddannelse des mindre share har TV 2-regionerne.

Figur 32: De regionale TV 2-stationer i vinduer i TV 2's sendeflade: Hele døgnet og 19.30-udsendelsen og public service-tv generelt: Andel af seningen (share) i % og uddannelse - 2014

De regionale TV 2-stationer - Hele døgnet og 19.30-udsendelsen og public service-tv generelt:
Andel af seningen (Share) i % - 2014 og uddannelse



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

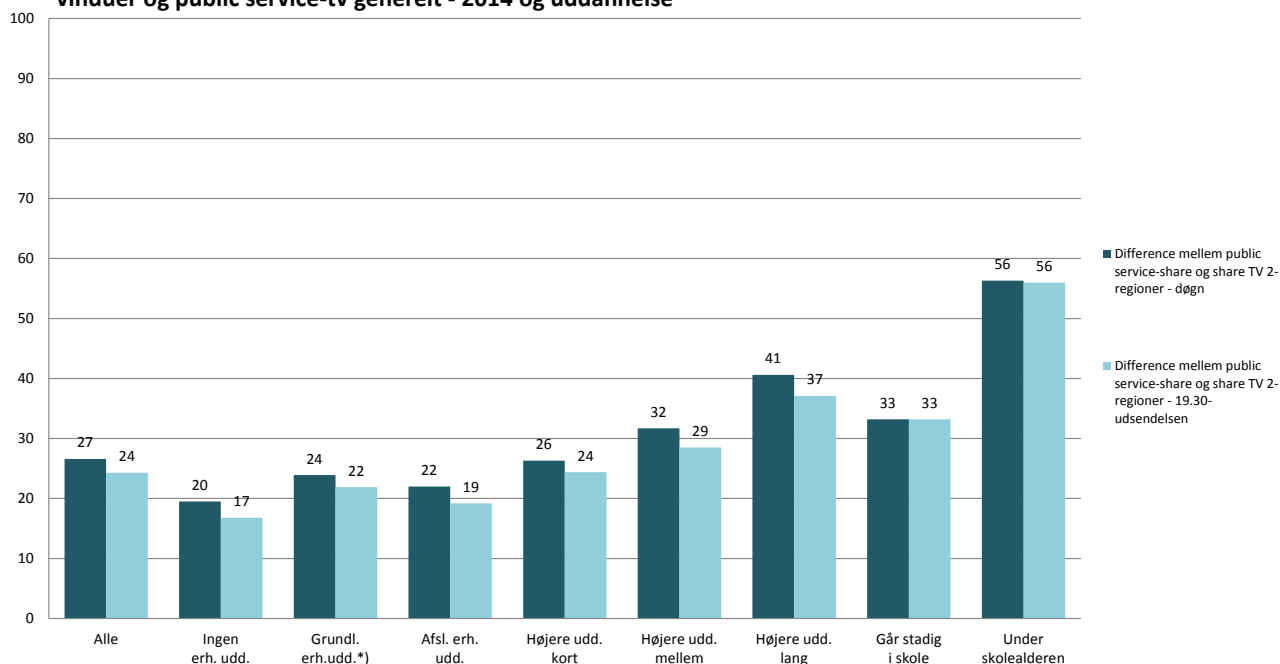
Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Trækker man som i figur 33 neden for helt simpelt share i % for de regionale TV 2-stationer fra share i % for public service-tv generelt, kan man som en generel trend se, at gabet mellem share for de regionale TV 2-stationer i og public service-generelt stiger med stigende uddannelse (for børn under skolealderen og stadig i skole spiller alder den afgørende rolle). Differencen er en smule mindre, når man ser på 19.30-udsendelsen, end når man ser over hele døgnet.

Hvis man ser på udviklingen fra 2007-2014 og fra 2013-2014 på de forskellige uddannelsesgrupper (figur 34 neden for), har faldet for 19.30-udsendelsen været størst både hos personer med en lang videregående uddannelse og hos personer uden erhvervsuddannelse (et fald i begge grupper på knap 20 procentpoint i perioden 2007-2014). Fra 2013-2014 er frafaldet dog størst for personer med en lang videregående uddannelse (knap 4 procentpoint), hvor der hos personer uden erhvervsuddannelse har været et fald på 0,5 procentpoint.

Figur 33: Difference i andel af seningen (Share) i procentpoint mellem de regionale TV 2-stationer i TV 2-vinduer og public service-tv generelt - 2014 og uddannelse

Difference i andel af seningen (Share) i procentpoint mellem de regionale TV 2-stationer i TV 2-vinduer og public service-tv generelt - 2014 og uddannelse

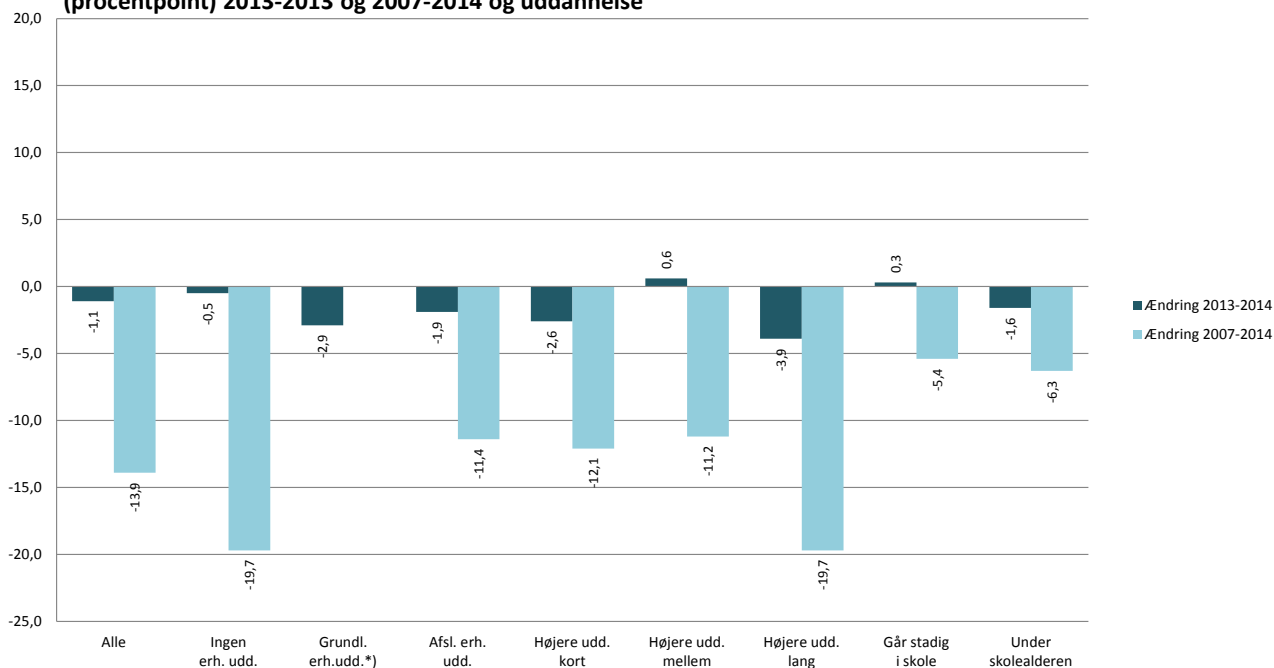


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Figur 34: De regionale TV 2-stationer - Hele døgnet: Andel af seningen (Share) i % - udvikling (procentpoint) 2013-2013 og 2007-2014 og uddannelse

De regionale TV 2-stationer - 19.30-udsendelsen: Andel af seningen (Share) i % - udvikling (procentpoint) 2013-2013 og 2007-2014 og uddannelse



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

6.3 De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler startede udsendelser i januar 2012.

Der er som nævnt i afsnit 6.1 oven for ifølge public service-kontrakterne tilladt op til en times tidsforskydning på 24-timers kanalen i forhold til de udsendelser, der også sendes i vinduer i TV 2's sendeflade.

Der er derfor ikke nødvendigvis fuldstændig indholdsmæssigt sammenfald mellem programmerne i de kørsler i TNS Gallup/TV-Meter, der i det følgende er foretaget for "19.30-udsendelsen" på 24-timers-kanalen og kørslerne for 19.30-udsendelsen i vinduer i TV 2's sendeflade, der er foretaget oven for.

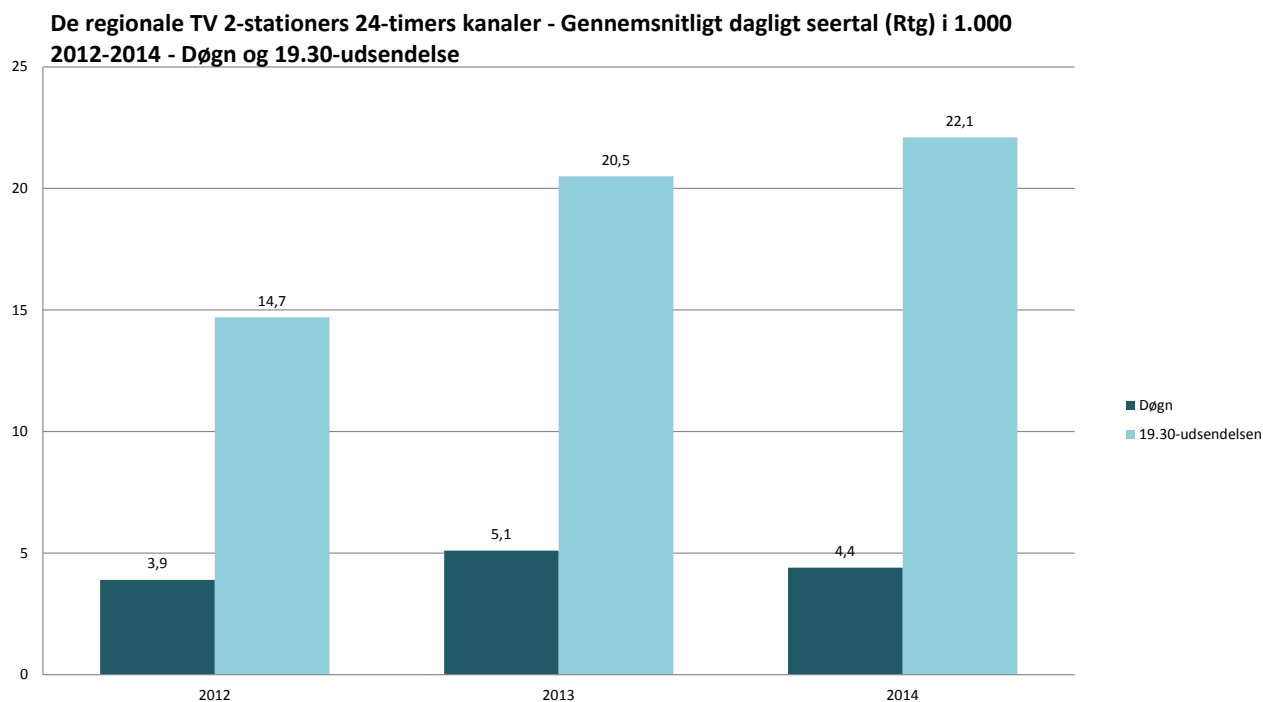
For 24-timers-kanalerne er der foretaget datakørsler for tidspunktet, hvor der i vinduerne i TV 2's sendeflade sendes hovedudsendelsen kl. 19.30. Dette gøres for at se, hvor meget 24-timers kanalen så at sige "stjæler" fra udsendelsen i TV 2-vinduet.

Det gennemsnitlige daglige seertal er forholdsvist lavt – i 2014 cirka 4.400, mens der for 19.30-udsendelsen har været en stigende tendens siden 2012 således at der i 2014 var et gennemsnitligt dagligt seertal på ca. 22.100 seere på dette tidspunkt. De tilsvarende rating-tal i % er 0,1 % og 0,4 %.

Figur 35: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Gennemsnitligt dagligt seertal (Rtg) i 1.000 – 2007-2014

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

Kultur
STYRELSEN

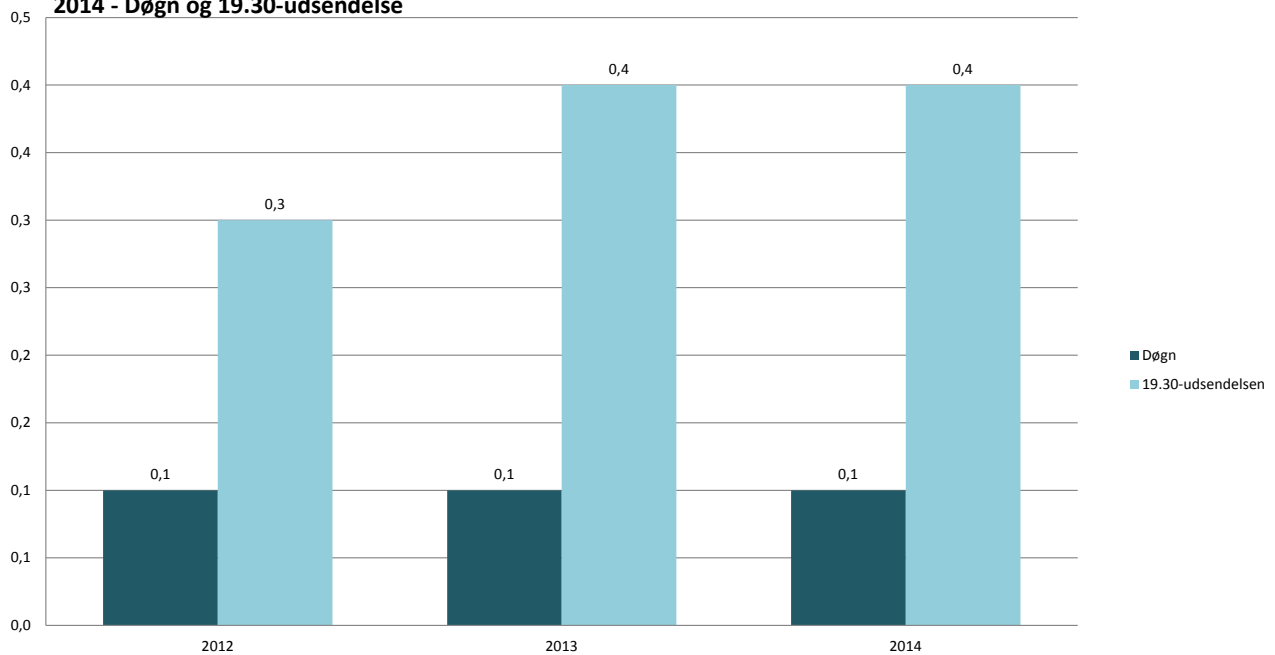


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Figur 36: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Gennemsnitligt dagligt seertal (Rtg) i % – 2007-2014

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler - Gennemsnitligt dagligt seertal (Rtg) i % 2012-2014 - Døgn og 19.30-udsendelse

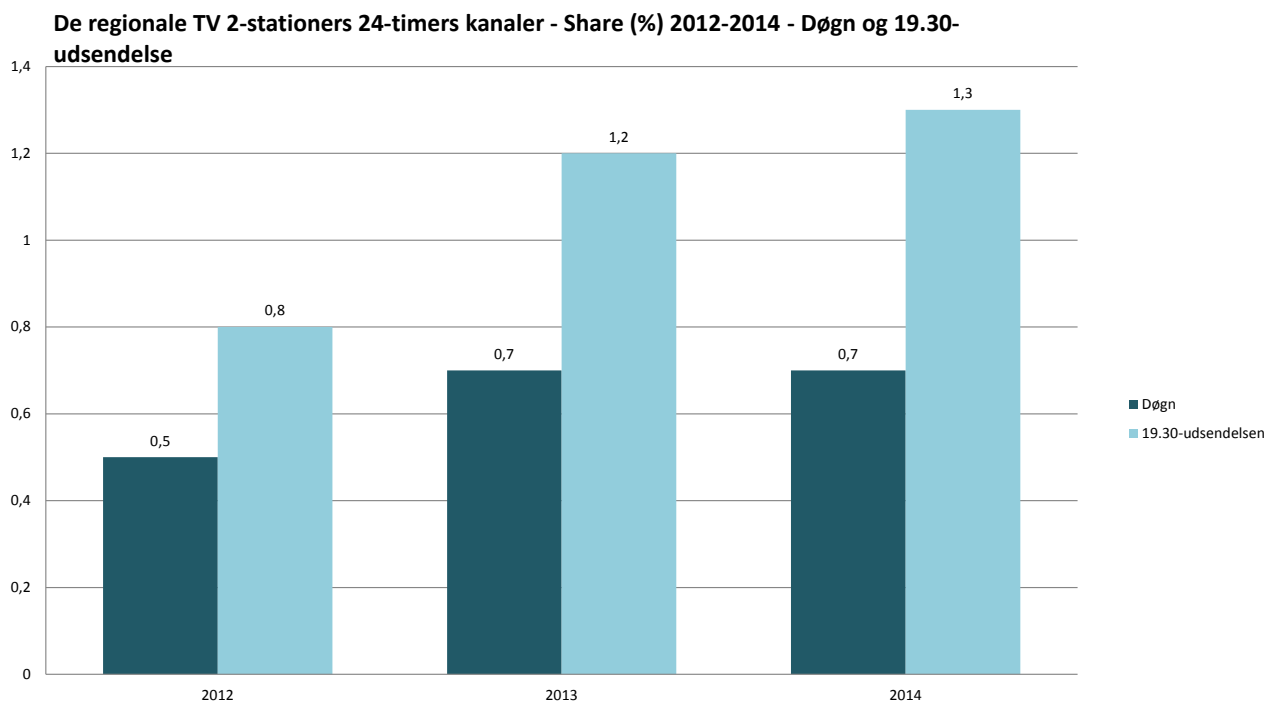


Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Ser man på 24-timers kanalernes andel af seningen – share (%) – har der været små ændringer siden etableringen i 2012. Share på døgnbasis ligger på 0,7 % af seningen, mens share på "19.30-udsendelsen" er steget fra 0,8 % i 2012 til 1,3 % i 2014.

Figur 37: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Share (%) Døgn og 19.30-udsendelsen – 2007-2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

Ser man i stedet på, hvor stor rækkevidde – reach – 24-timers-kanalerne har, vil man se, at der i løbet af et døgn i 2014 var 181.000 personer, der så mindst 5 minutters sammenhængende udsendelser på kanalen, mens dette tal på ugebasis var helt oppe på 657.000 personer. Der er tale om et fald fra 2013 til 2014, men stadig en stigning i forhold til etableringsåret 2012. For 19.30-udsendelsen var de tilsvarende tal i 2014 henholdsvis 34.000 og 151.000. Dermed ser det ikke umiddelbart ud til, at 19.30-udsendelsen i vinduet i TV 2's sendeflade i udtalt grad har afgivet seere til 24-timers-kanalen.

Tabel 3: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i 1.000

	2012	2013	2014
Daglig reach i 1.000 – hele døgn	161	199	181
Ugentlig reach i 1.000 – hele døgn	585	707	657
Daglig reach i 1.000 – 19.30-udsendelsen	19	31	34
Ugentlig reach i 1.000 – 19.30-udsendelsen	81	152	151

Tabel 4: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i %

	2012	2013	2014
Daglig reach i % – hele døgn	3,0	3,7	3,3
Ugentlig reach i % – hele døgn	10,9	13,1	12,1
Daglig reach i % – 19.30-udsendelsen	0,3	0,6	0,6
Ugentlig reach i % – 19.30-udsendelsen	1,5	2,8	2,8

Kilde tabel 3 og 4: TNS Gallup/TV-Meter, data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening, Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler har eksisteret siden 2012 og er blevet etableret på et tidspunkt, hvor danskernes medievaner er under kraftig forandring. Som vist i figur 6 oven for er den daglige tid brugt på sening af traditionelt flow-tv i samme periode, som 24-timers-kanalerne har eksisteret, faldet med 22 minutter. Hos de 12-18-årige med hele 46 minutter dagligt og hos de 35-55-årige med 32 minutter dagligt.

7. Ikkekommercielt lokal-tv

7.1 Indledning - baggrund

Der blev med bekendtgørelsen om ikkekommercielt tv i MUX 1, i februar 2014 indført en ny ordning for ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1. I februar 2014 udstedte Radio- og tv-nævnet, der administrerer ordningen, 35 programtilladelser til ikkekommercielt tv under den nye lokal-tv-ordning.

Tabel 5: Antal tildelte tilladelser til ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 i alt og per område

	Alle	Område Lorry	Område TV 2 Øst	Område TV 2 Fyn	Område TV Syd	Område TV 2 Østjylland	Område TV Midt-Vest	Område TV 2 Nord	Område TV 2 Bornholm
Antal tilladelser per område	35	11	4	4	5	5	3	2	1

Tilladelseerne gælder i perioden 1. marts 2014 og frem til 31. december 2019 og udstedes på de regionale sendemuligheder, der svarer til de otte regionale TV 2-stationer. De tilladelser, der udstedes er med en ugentlig minimumssendetid på 10 timer, og der kan sendes lokal-tv alle ugens dage på MUX 1 fra kl. 21-17. Af de 10 ugentlige timer skal de to være egenproducerede førstegangstimer.

Den nye lokal-tv-ordning indeholder stærkere krav end tidligere om, at programmerne skal have lokalt indhold. Det er derfor nu en forudsætning for at opnå tilladelse og tilskud til lokal-tv, at de lokale tv-programmer skal være produceret til, fra, om og med indbyggerne i lokalområdet. Tilladelseerne kan altså kun udstedes til foreninger med hjemsted i det tilladelsesområde, der søges til, og som har som hovedformål at drive ikkekommerciel lokal fjernsynsvirksomhed. Et flertal af foreningens bestyrelsesmedlemmer skal have bopæl i tilladelsesområdet.

Der er desuden etableret en særordning, der er for foreninger og fonde, der har som formål at producere ikkekommercielt tv, som er produceret af og rettet mod personer med fysisk funktionsnedsættelse og psykisk eller intellektuel funktionsnedsættelse. Tilladelsehaverne i særordningen er i forpligtede til at sende i alle otte regioner, men er til gengæld undtaget fra en række af de bestemmelser og vilkår der gælder for de øvrige tilladelsehavere efter hovedordningen. Tidsrummet fra kl. 21-21.30 på lørdage og torsdage er afsatte til foreningerne, der har tilladelser under særordningen.

Sidst blev der med medieaftalen for 2012-2014 bevilget 2 mio. kr. om året i 2013 og 2014 til støtte til uddannelsesaktiviteter i forbindelse med lokal radio- og tv-virksomhed. Formålet med ordningen er at yde tilskud til at øge kompetencerne til programproduktion til lokal radio- og tv-virksomhed; at imødekomme mindretalsgrupper og mediasvage grupper behov for adgang til de lokalradio- og tv-medier ved at facilitere adgang hertil og at understøtte de lokale radio- og tv-medier som vækstlag for programmæssige eksperimenter og fornyelse samt som en uddannelsesmæssig platform inden for mediebranchen.

Med den nye ordning for ikkekommercielt lokal-tv blev der for første gang indført krav til antallet af seere – målt som 5 minutters sammenhængende sening (reach) i løbet af et kvartal – til programmerne for at bibeholde programtilladelsen.

Det fremgår af bekendtgørelse om ikkekommercielt tv i MUX 1, at seertallet i anden halvdel af 2014 mindst skal være 5.000 personer eller mindst 3,0 pct. af befolkningen over 12 år i tilladelsesområdet. For 2015 skal seertallet være mindst 10.000 personer eller mindst 5,0 pct. af befolkningen i tilladelsesområdet. For 2016 og de efterfølgende år skal seertallet være mindst 15.000 personer eller mindst 7,5 pct. af befolkningen i tilladelsesområdet. **Bemærk** at tallene i det følgende afsnit er baseret på aldersgruppen 3 år og derover som kørslerne i den øvrige del af kapitlet, og altså ikke er baseret på aldersgruppen i bekendtgørelsen.

Med disse nye krav om seertal får de ikkekommercielle lokal-tv-stationer nu også målt seertal i Gallup/TV-Meter, og det er derfor muligt nu også at følge seningen af disse stationer.

Der ses på grund af stationernes størrelse, alene på samlet reach i 1.000 og procent på kvartalsbasis og ikke på rating og share, da disse tal vil være forsvindende små i sammenligning med de øvrige tv-stationer.

Målingerne af seningen af lokal-tv har fundet sted siden 2. halvår 2014.

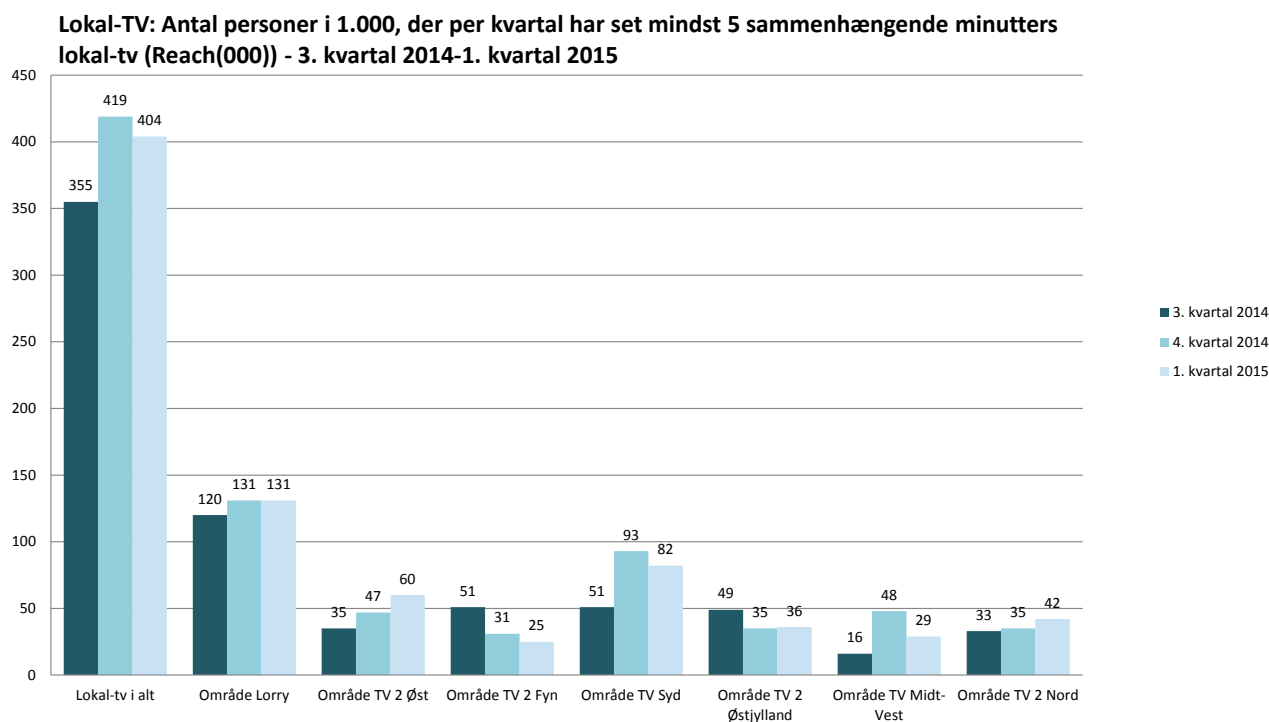
7.2 Reach for ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1

Der var i 3. kvartal akkumuleret over hele kvartalet i alt 355.000 personer, der havde mindst fem minutters sammenhængende lokal-tv. Dette tal steg til 419.000 personer i 4. kvartal 2014, men er faldet en smule tilbage til 404.000 personer i 1. kvartal 2015. Lokal-tv-stationerne i område Lorry har haft flest seere i perioden – formentlig i kraft af et større befolkningsmæssigt grundlag – og har de første tre kvartaler, hvor lokal-tv er blevet målt, haft relativt stabile tal. Lokal-tv-stationerne i område TV 2 Øst og TV 2 Nord har været jævnt stigende over de tre kvartaler, der er målt. I de øvrige områder har lokal-tv fra 4. kvartal 2014 til 1. kvartal 2015 oplevet fald – område TV 2 Fyn endda alle de tre kvartaler, der er blevet målt.

Figur 38: Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 – Antal personer i 1.000, der per kvartal har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(000)) – 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK 2015

Kulturstyrelsen



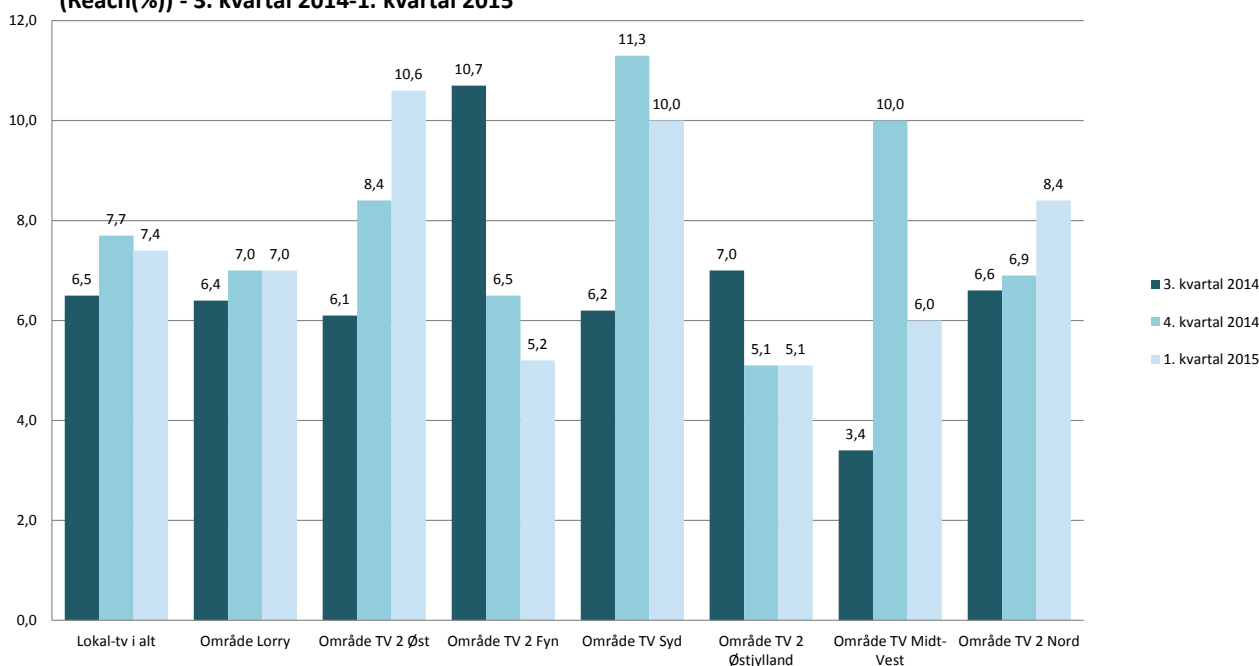
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)

Ses på reach i %, havde samlet set 6,5 % af befolkningen i løbet af 3. kvartal 2014 set mindst 5 sammenhængende minutters ikkekommerciel lokal-tv. Denne andel lå i 1. kvartal 2015 på 7,4 %. Udviklingen over de tre kvartaler, der er resultater for, varierer noget. F.eks. er reach for lokal-tv-stationerne i område TV 2 Øst steget fra 6,1 % i 3. kvartal 2014 til 10,6 % i 1. kvartal 2015, mens reach i samme periode er faldet fra 10,7 % til 5,2 % i område TV 2 Fyn.

Figur 39: Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 – Andel i %, der i per kvartal har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(%)) – 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015

Lokal-TV: Andel i %, der per kvartal har set mindst 5 sammenhængende minutters lokal-tv (Reach(%)) - 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015



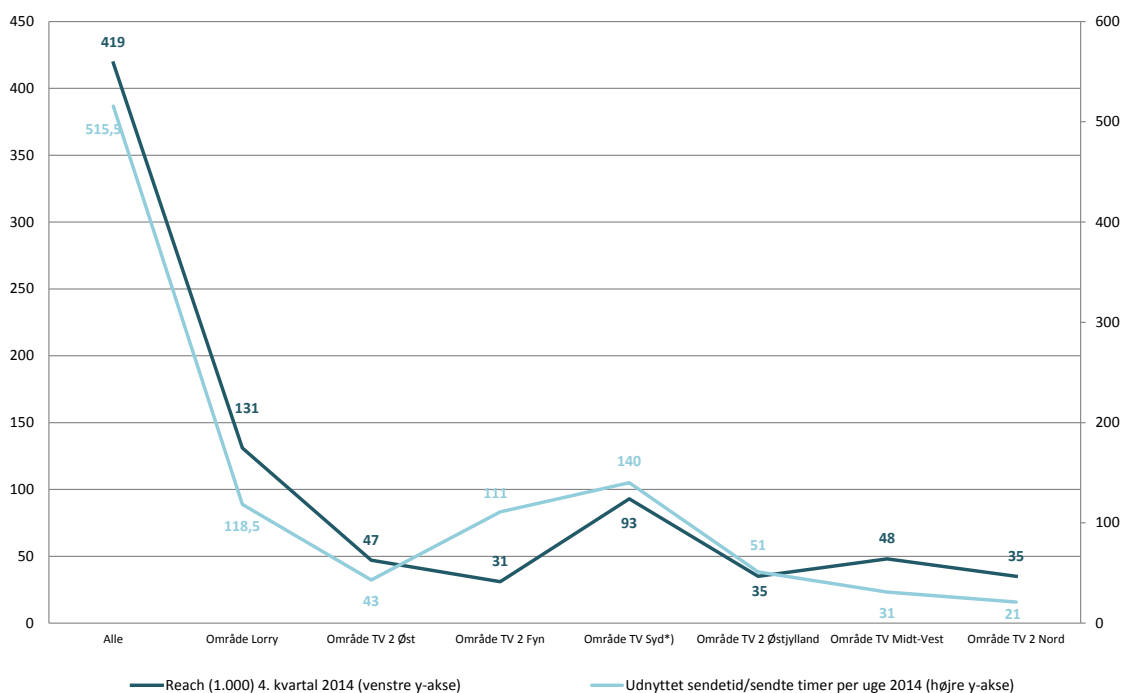
Kilde: TNS Gallup/TV-Meter
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 minutters sammenhængende sening (5 min. consecutive)

Der er i hvert sendeområde 140 sendetimer til rådighed per uge (20 timer i døgnet 7 dage om ugen). Som det ses af nedenstående figur 40 varierer reach i 1.000 generelt med antallet af sendte timer – dog ser lokal-tv-stationerne i område TV 2 Fyn ud til at have en forholdsmeæssigt lavere reach end antallet af sendte timer burde ”udløse”.

Figur 40: Antal sendetimer per uge Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 og antal personer i %, der i 4. kvartal 2014 har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(000))

Antal sendetimer lokal-tv per uge 2. halvår 2014 og reach i 1.000 i 4. kvartal 2014



Kilde: TNS Gallup/TV-Meter (Reach) samt Kulturstyrelsen (sendetimer i områderne)
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
Reach condition: 5 min. consecutive
*) Ændrer praksis i løbet af 2. halvår 2014. I perioden frem til 14.09.2014 sendte de kun 51 timer, herefter 140 timer per uge

Man kan i Gallup/TV-Meter se på det antal minutter, en person i målgruppen/universet samlet har set i den periode, man undersøger. Nøgletallet "TAud(all)[minutes]" angiver det antal minutter en person i målgruppen har set i løbet af tidsperioden, man undersøger.

Af tabel 6 nedenfor kan man således se det antal minutter, en person i målgruppen så ikkekommerciel lokal-tv per kvartal. Der er en vis variation på tværs af sendeområderne i det seneste kvartal – 1. kvartal 2015. I fire af områderne – Lorry, TV 2 Øst, TV 2 Østjylland og TV 2 Nord er der i alt set 6-7 minutter, mens der i område TV 2 Fyn, TV Syd og TV Midt-Vest samlet set i 1. kvartal 2015 er set 2-3 minutter.

Tabel 6: Antal minutter, personer i målgruppen har set ikkekommerciel lokal-tv i MUX 1 per kvartal - TAud(all)[minutes]

	Alle	Område Lorry	Område TV 2 Øst	Område TV 2 Fyn	Område TV Syd	Område TV 2 Østjylland	Område TV Midt-Vest	Område TV 2 Nord
3. kvartal 2014	6	10	5	3	3	2	3	5
4. kvartal 2014	5	6	6	2	6	3	2	6
1. kvartal 2015	5	6	7	2	3	7	2	6

Kilde: TNS Gallup/TV-Meter, data bearbejdet af Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover

8. Metode

Kapitlet om tv er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-seningen i Danmark – Gallup/TV-Meter (inklusive Annual Survey-resultater). Dertil kommer tal fra Danmarks Statistiks registre.

Gallup/TV-Meter har frem til december 2013 alene målt den traditionelle sening af lineært (flow-)tv i Danmark. Dette betyder, at kapitlet om tv, der omfatter årene 1992-2014, ikke indeholder resultater for sening af tv på andre platforme og hos nye on-demand-udbydere og streamingtjenester som f.eks. Netflix og HBO Nordic. Fra 1. december 2013 er måling af tv-sening på computere (PC og MAC) inkluderet i målingen. Derfor vil rapporteringen fremadrettet komme til også at omfatte denne sening.

Lokal-tv (ikkekommercielt) er først fra blevet målt i Gallup/TV-Meter fra og med 1. juli 2014.

Public service-tv-kanalerne omfatter i dette afsnit alle DR's kanaler, TV 2's moderkanal (men ikke de TV 2-kanaler kanaler, der ligger under Ikke-public service-tv, da disse ikke har nogen public service-forpligtelser) og de regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler.

Neden for en oversigt over de kanaler, der indgår i de to mediegrupper:

Kanalgruppe	Medier i gruppen
Public service-kanaler	DR1, DR2, DR3, DR K, DR Ramasjang, DR Ultra, DR Update, TV 2, Regional TV
Ikke-public service-kanaler	6'eren, 7'eren, Investigation Discovery), Animal Planet, Boomerang, Canal 8 Sport, Canal 9, Cartoon Network, Discovery Channel, Discovery HD Showcase, Discovery Science, Discovery Travel and Living, Discovery World, Disney, Disney Junior, Disney XD, DK4, Eurosport 2, Eurosport Denmark, Eurosport Scandinavia, Kanal 4, Kanal 5, Kanal Hovedstaden, Kanal København, Kanal Sport, MTV, NGC Danmark, NGC Skandinavien, Nick Jr., Nickelodeon Danmark, NickelodeonSCAN, Sportn Norge, TCM, TLC Danmark, TNT, TV 2/Charlie, TV 2/Film, TV 2/Fri, TV 2/News, TV 2/Zulu, TV2 Film Norge, TV2 Norge, TV2 Nyhetskanalen Norge, TV 2 Zebra Norge, TV 3, TV 3 PULS, TV 3 Sport 1, TV 3 Sport 2, TV 3+, VH-1 Danmark, VH-1 Europe, Viasat 4 Norge, BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle

Hoveddatakilden til afsnittet om tv-sening er TNS Gallup/TV-Meter.

TNS Gallup/TV-Meter er den overordnede betegnelse for det system, der bruges til at indsamle og analysere kvantitative seerdata i Danmark. Systemet blev indført i 1992 og har hele tiden været drevet af analyseinstituttet TNS Gallup, der også står for TNS Gallup/Radio-Meter og målingen af forbruget af trykte medier i Index Danmark/Gallup.

Det er tv-stationerne og det danske tv-marked, der står bag TNS Gallup/TV-Meter. I 2014 var kunderne Danmarks Radio, TV 2/DANMARK, TV3 Broadcasting Group Limited, SBS Discovery Media, Turner Broadcasting System, The Walt Disney Company Nordic og Viacom International Media Networks.

Systemet består af et særligt udvalgt panel på godt 1.000 husstande, hvilket svarer til knap 2.100 personer på 3 år og derover. Panelet er repræsentativt for hele Danmarks befolkning både i forhold til geografi, alder, køn, men også hvad angår husstandenes sammensætning, tv-udstyr og kanalsammensætning.

Disse kendetegn ved danskerne kortlægges gennem en større, fortløbende spørgeskemaundersøgelse kaldet "Annual Survey", som TNS Gallup udfører. I alt gennemføres 10.000 interviews i løbet af et år, 80 % af dem foretages via telefoninterviews (CATI), 20 % via interview ansigt til ansigt (CAPI).

Annual Survey fungerer som rekrutteringskilde for TV-Meter-panelet, idet panelet udvælges herfra ved hjælp af stratificeret udvælgelse. Det vil sige, at der udvælges på en sådan måde, at panelet inden for forskellige befolkningsgrupper matcher Annual Survey eller andre kendte befolkningsdata som eksempelvis Danmarks Statistik. Paneldeltagere på 12 år+ udfylder endvidere et spørgeskema årligt.

Minimum 20 % af panelhusstandene udskiftes hvert år. En husstand kan maksimalt være med i panelet i seks år. Udskiftningen gør det muligt løbende at justere panelets demografiske sammensætning i forhold til at skulle repræsentere alle danskere.

Alle fjernsyn og videomaskiner i de udvalgte husstande er udstyret måleudstyr, der registrerer hvilke programmer, der kigges på. Der er desuden tilknyttet en fjernbetjening til hvert tv-apparat, hvor hver person i husstanden har sin knap. Denne fjernbetjening benyttes af husstandens personer, når fjernsynet tændes, og når personerne går til og fra fjernsynet.

Også gæsters sening registreres, idet gæster skal indtastes på en særlig knap og angive køn og alder. TV-Meter-udstyret registrerer selv hver eneste gang, der skiftes kanal, ses video, optages osv. Systemet fungerer via Audio Encoding, hvor en unik kode med tidsstempel og kanalkode er lagt oven på det oprindelige lydsignal. Hermed er det muligt at differentiere mellem de forskellige platforme. På den måde kan det registreres nøjagtigt, hvor længe og på hvilken kanal den enkelte ser tv. Der foretages jævnlige kontroller fra TNS Gallup for at holde øje med, at husstandens medlemmer følger anvisningerne om at trykke sig på, når de ser fjernsyn og trykke sig af, når de f.eks. forlader stuen.

Døgnetts data ude fra respondenterne i panelet indsendes hver nat automatisk til TNS Gallup, hvor data sammenkøres med registreringer fra tv-stationer (informationer vedr. de udsendte programmer, reklamer, trailers m.m. som f.eks. titel, udsendelsestidspunkt, oprindelsesland samt blandt andet de såkaldte "fælleskoder" for programmer, der rummer en elementær genreinddeling o.lign.). Efterfølgende sammenkøres data med respondenternes oplysninger om køn, alder medieforbrug m.v.

På baggrund heraf kan TNS Gallup beregne antallet af seere til de enkelte programmer og reklamer. Systemet kan registrere, hvilken kanal den pågældende ser, og hvor længe det foregår, sekund for sekund. TNS Gallup/TV-Meter kan også registrere tidsforskudt sening af programmer fra f.eks. video- eller harddiskoptagere. Fra den 1. december 2013 er tv-sening på computere inkluderet i de officielle seertal, idet tv-forbruget over internettet nu bliver målt på lige fod med traditionel sening på et tv-apparat. TV-Meter-panelet består nu af to forskellige måleteknologier: TV-Meteret (som beskrevet ovenfor) og Virtual Meter, der måler husstandens tv-sening via internettet på tilsvarende måde, men i stedet for en boks er det software installeret på husstandens computere, der registrerer seningen.

De officielle seertal branchen er blevet enige om at regne med består af "live"-seningen af tv plus den forskudte sening af tv inden for samme dag ("Live+VOSDAL", VOSDAL – Viewed On Same Day As Live). De officielle seertal omfatter tv-sening på både tv-apparat og pc/Mac.

Det er vigtigt at have for øje, at den måde, hvorpå mediebrugen registreres, har betydning for de målinger og analyser, som systemet tilbyder. TNS Gallup har tilstræbt, at TV-Meter-familierne bedst muligt svarer til sammensætningen i den danske befolkning. Der kan dog være grupper i befolkningen, der er ganske svære at rekruttere, eller hvis holdninger eller kanaludbud hurtigt ændrer sig. Af denne grund bliver nogle af deltagerne i panelet vægtet lavere eller højere end andre. *Kilde: TNS Gallup*

Der kan læses mere om de anvendte metoder i rapportering om mediernes udvikling i metodeafsnittet på hjemmesiden.

9. Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel), Dansk Oplagskontrol (Kontrollerede oplagstal) el. lign.) samt Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2015 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

10. Figurfortegnelse

Figur 1: Antal tv-apparater i de danske husstande i 2001-2014 – fordeling af husstandene i %	6
Figur 2: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart og tid (% af familierne), 2013-2014 Apparater, der kan ses tv/video på/ved hjælp af.....	8
Figur 3.1: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på regioner.....	9
Figur 3.2: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på boligtyper.....	10
Figur 3.3: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt efter ejerform af bolig.....	10
Figur 3.4: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt efter husstandsindkomst.....	11
Figur 3.5: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på husstandsstørrelse.....	11
Figur 3.6: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater fordelt på livscyklus.....	12
Figur 3.7: Andel af husstandene i % med [antal] tv-apparater der har adgang til internet.....	12
Figur 4: Antal kanaler, der kan modtages i husstanden 2013-2014 – fordeling af husstandene i %.....	13
Figur 5: Indekserede tal over antal kanaler, der kan modtages i de danske husstande i perioden 2008-2014 2008 uge 1-13 = Indeks 100	14
Figur 6: Gennemsnitlig daglig sening af traditionelt tv i minutter fra 1992-2014 - Alle.....	15
Figur 7: Gennemsnitlig daglig sening af traditionelt tv i minutter i 2014 og alder.....	16
Figur 8: Andel af befolkningen (%), der benytter streamingtjenester – fordelt på alder, 2014.....	17
Figur 9: Hvor ofte streamer du film, serier og tv-programmer? Fordeling i aldersgrupper (%), 2014.....	18
Figur 10: Ændring i minutter i det gennemsnitlige daglige tidsforbrug på traditionelt tv – 2012-2014 og alder.....	19
Figur 11: Hvor ofte ser husstanden tv på internettet – andel af internet husstande i %.....	20
Figur 12: Gennemsnitligt dagligt tidsforbrug i minutter i 2013-2014 og erhvervsuddannelse	21
Figur 13: Top liste – de mest sete kanaler i 2014 i Danmark efter andel af den samlede tv-sening i %	22
Figur 14: Share (%) (andel af tv-seningen) for public service-tv og ikke-public service-tv 1992-2014.....	23
Figur 15: Public service-tv share (%) fordelt på public service-kanaler 1992-2014.....	24
Figur 16: Public service-kanalernes share (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island 2003-2014	25
Figur 17: Udvikling i public service-tv: Share (%) og erhvervsuddannelse 1992 og 2013-2014	26
Figur 18: Udvikling i public service-tv og ikke-public service-tv: Share (%) og erhvervsuddannelse – ændring i %-point 2013-2014 ..	27
Figur 19: Udvikling i public service-tv: Share (%) og alder 1992, 2013-2014	28
Figur 20: Udvikling i public service-tv og ikke-public service-tv: Share (%) og alder – ændring i %-point 2013-2014	29
Figur 21: Daglig og ugentlig reach i % for public service-tv i 2014	30
Figur 22: Daglig og ugentlig reach i % for ikke-public service-tv i 2014	30
Figur 23: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitligt seertal (Rating) i 1.000: Dagligt og for 19.30-udsendelsen – 2007-2014	32
Figur 24: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitligt seertal (Rating) i %: Dagligt og for 19.30-udsendelsen – 2007-2014.....	33
Figur 25: De regionale TV 2-stationer samlet – share i % (hele døgnet) – 2007-2014	34
Figur 26: Share i % - TV 2 (hovedkanalen) og de regionale TV 2-stationer samlet hele døgnet og 19.30-udsendelsen – 2007-2014 ..	35
Figur 27: Indekserede tal: Udvikling i andel af seningen (share) - TV 2 (hovedkanalen) og de regionale TV 2-stationer samlet hele døgnet og 19.30-udsendelsen – 2007-2014.....	36
Figur 28: De regionale TV 2-stationer samlet – daglig og ugentlig reach i 1.000 (hele døgnet) – 2007-2014.....	37
Figur 29: De regionale TV 2-stationer samlet – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i 1.000 (19.30-udsendelsen) – 2007-2014 ..	37
Figur 30: De regionale TV 2-stationer i TV 2-vinduer – hele døgnet og 19.30-udsendelsen og public service-tv-generelt: Andel af seningen (share) i % - 2014 og alder	38
Figur 31: De regionale TV 2-stationer i vinduer i TV 2's sendeflade: 19.30-udsendelsen. Udvikling i share (%) fra 2007-2014 og 2013-2014 – difference i procentpoint.	39
Figur 32: De regionale TV 2-stationer i vinduer i TV 2's sendeflade: Hele døgnet og 19.30-udsendelsen og public service-tv generelt: Andel af seningen (share) i % og uddannelse - 2014.....	40
Figur 33: Difference i andel af seningen (Share) i procentpoint mellem de regionale TV 2-stationer i TV 2-vinduer og public service-tv generelt - 2014 og uddannelse	41
Figur 34: De regionale TV 2-stationer - Hele døgnet: Andel af seningen (Share) i % - udvikling (procentpoint) 2013-2013 og 2007-2014 og uddannelse.....	41
Figur 35: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Gennemsnitligt dagligt seertal (Rtg) i 1.000 – 2007-2014	42
Figur 36: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Gennemsnitligt dagligt seertal (Rtg) i % – 2007-2014.....	43
Figur 37: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler samlet – Share (%) Døgn og 19.30-udsendelsen – 2007-2014	44
Figur 38: Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 – Antal personer i 1.000, der per kvartal har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(000)) – 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015	47
Figur 39: Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 – Andel i %, der i per kvartal har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(%)) – 3. kvartal 2014-1. kvartal 2015	48
Figur 40: Antal sendetimer per uge Ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 og antal personer i %, der i 4. kvartal 2014 har set mindst 5 minutters sammenhængende lokal-tv (Reach(000))	49

11. Tabelfortegnelse

Tabel 1: Indekserede tal – udviklingen i antal tv-apparater i de danske husstande 2001-2014. 2001 Basisår – Indeks 100.....	7
Tabel 2: Husstande uden tv-apparat i husstanden sammenlignet med de danske husstande generelt	8
Tabel 3: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i 1.000	44
Tabel 4: De regionale TV 2-stationers 24-timers-kanaler – Gennemsnitlig daglig og ugentlig reach i %.....	44
Tabel 5: Antal tildelte tilladelser til ikkekommercielt lokal-tv i MUX 1 i alt og per område	46
Tabel 6: Antal minutter, personer i målgruppen har set ikkekommerciel lokal-tv i MUX 1 per kvartal - TAud(all)[minutes]	49